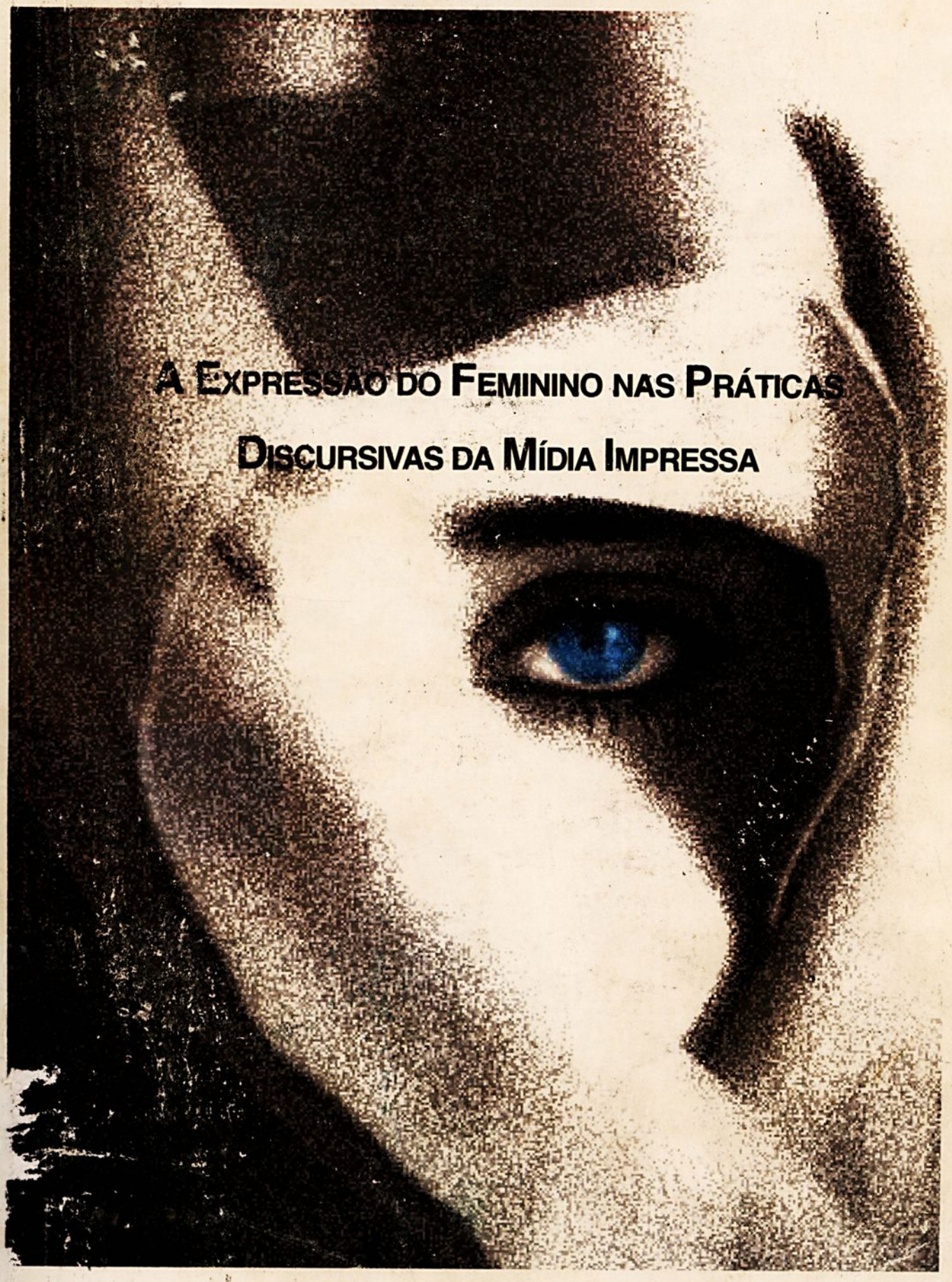
0810005282

Marilene Cabello Di Flora



A Expressão do Feminino nas Práticas Discursivas da Mídia Impressa

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

CAMPUS DE BAURU

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E POÉTICAS VISUAIS

T/UNESP
F 65e

MARILENE CABELLO DI FLORA

A EXPRESSÃO DO FEMININO NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS DA MÍDIA IMPRESSA

UNESP
Faculdade de Ciências e Letras
BIBLIOTECA
CAMPUS DE ARARAQUARA

BAURU
2004

Número de Chamada
Clas. T/UNESP
PHA F65e
Tombo nº 5.282

MARILENE CABELLO DI FLORA

A EXPRESSÃO DO FEMININO NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS DA MÍDIA IMPRESSA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais, da Área de Concentração em Comunicação e Cultura de Massa, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Campus de Bauru, como requisito à obtenção do título de Doutor em Comunicação e Poéticas Visuais, sob a orientação da Profª. Drª. Maria Teresa Miceli Kerbauy.

BIBLIOTECA UNESP CÂMPUS BAURU

BAURU
2004

Ficha Catalográfica

Di Flora, Marilene Cabello
A expressão do feminino nas práticas discursivas da mídia impressa. /Marilene Cabello Di Flora. – Bauru: [s.n.], 2004
387f. : il. ; tab.

Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2004
Orientador : Profª. Drª. Maria Teresa Miceli Kerbauy

1. Práticas discursivas 2. Mídia impressa 3. Dominação masculina
I. Kerbauy, Maria Teresa Miceli; orient.

MARILENE CABELLO DI FLORA

A EXPRESSÃO DO FEMININO NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS DA MÍDIA IMPRESSA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista, Campus de Bauru, para a obtenção do título de Doutor em Comunicação e Poéticas Visuais.

BANCA EXAMINADORA:

Presidente : _____

Instituição:

Titular: _____

Instituição:

Titular: _____

Instituição:

Titular: _____

Instituição:

Titular: _____

Instituição:

Bauru, de de 2004.

E, no entanto, nada no mundo pode impedir o homem de se sentir nascido para a liberdade. (...) É a liberdade perfeita que é preciso esforçar-se para imaginar claramente, não na esperança de atingi-la, mas na esperança de atingir uma liberdade menos imperfeita do que é nossa atual condição; pois o melhor só é concebível pelo perfeito.

Simone Weil

unesp

De mãos estendidas, ofertо ao Senhor o que de graça recebi.

unesp

Às esperanças e ao futuro de Geórgia e Mariana.

Agradecimentos

Ao final de um trabalho de investigação, é comum vir à mente o percurso percorrido, suas diferentes etapas e as pessoas que colaboraram na caminhada.

Assim, agradecer é preciso!

À Profª. Drª. MARIA TERESA MICELI KERBAUY, pela disponibilidade e enorme competência com que orientou este trabalho de pesquisa.

Ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC, da UNESP/Bauru, na pessoa do seu coordenador, Prof. Dr. ANTONIO CARLOS DE JESUS, pelo apoio recebido.

Às Irmãs Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus, nas pessoas da Profª. Drª. Ir. JACINTA TUROLO GARCIA, magnífica Reitora da Universidade do Sagrado Coração – USC-Bauru, e Profª. Ms. Ir. EVANIRA DE SOUZA, digníssima Diretora do Centro de Filosofia e Ciências Humanas –USC, pelo apoio, carinho e amizade demonstrados nos longos anos de convivência fraterna.

Aos amigos, professores do Curso de Psicologia da USC, pela amizade e palavras de incentivo durante o transcorrer da pesquisa.

À Profª. MARLY R. M. FERNANDES, pela excelente revisão do trabalho em sua fase final.

Aos meus familiares, que com paciência e palavras de estímulo, colaboraram nos momentos mais difíceis, tão comuns na trajetória de todo pesquisador.

Especialmente, agradeço aos meus pais, que na sua simplicidade souberam educar os seus filhos no caminho do bem e da verdade, e no exercício da perseverança.

DI FLORA, M. C. **A expressão do feminino nas práticas discursivas da mídia impressa**. 2004. 387 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Poéticas Visuais) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho", Bauru.

RESUMO

Esta investigação buscou elucidar os modos de operação da ideologia no cotidiano de homens e mulheres na sociedade, o que possibilita a reprodução de relações assimétricas de poder sob a forma de dominação masculina. Entendendo com Bourdieu (2002), que a perpetuação dessa dominação se acha inscrita em várias instâncias sociais além da unidade doméstica, este estudo elegeu a mídia impressa, procurando explicar como este veículo de comunicação incorpora e reproduz em suas práticas discursivas, os preconceitos e estereótipos imputados à mulher pela cultura. Assim, especificamente, este estudo objetivou delinear o perfil da figura feminina refletido nas mensagens e nos temas da mídia impressa que, por sua ação pedagógica, opera na veiculação da ideologia, visto que exerce um poder caracterizado pela violência simbólica. O emprego do método da Hermenêutica de Profundidade, proposto por Thompson (1995) para a análise das formas simbólicas, e a utilização da Semântica Argumentativa de Ducrot (1987), possibilitaram o alcance do objetivo proposto: o desvelamento dos mecanismos que permitem a sedimentação de um conjunto de crenças, construído socialmente e presente na elaboração da imagem e da consciência da mulher na sociedade. A análise de textos culturais, em forma de reportagens, da revista Veja, demonstrou a tese de que a mídia reproduz os princípios de visão e divisão entre os sexos, inscritos na linguagem comum. O emprego da Semântica Argumentativa permitiu vislumbrar o caráter ideológico embutido nas entrelinhas do discurso e proposto pela cultura, que legitima, reifica ou dissimula as relações assimétricas entre o masculino e o feminino.

Palavras-chave: Práticas discursivas, mídia impressa, dominação masculina.

ABSTRACT

This work aims at elucidating the *modus operandi* of ideology in men and women in society, explaining the male domination and the asymmetrical relationships of power. According to Bourdieu (2002) the perpetuation of this domination is to be found in several social levels beyond the home. In order to make clear how the discourse of the printed media incorporates and reproduces the prejudices and stereotypes against women, it was necessary to outline the feminine profile from messages and themes in the media. These, in turn, have a pedagogical task and are vehicles of ideology because of their power characterized by symbolic violence. The method of the Hermeneutics of the Depth, proposed by Thompson (1995) to analyse symbolic forms, and the Argumentative Semantics by Ducrot (1987), made it possible to unveil the mechanisms that permit the sedimentation of a set of beliefs, socially constructed and present in the construction of the image and the conscience of women in society. The study of cultural texts such as articles from Veja magazine showed that the media reproduces the principles of vision and division between sexes, inscribed in everyday language. The Argumentative Semantics pointed to the ideology underlying cultural discourses that legitimate, reifies or dissimulates asymmetrical relationships between male and female.

Key words: Discursive practices, printed media, male domination

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13

PARTE I – BASES TEÓRICA E METODOLÓGICA DA PESQUISA 22

CAPÍTULO 1 - A TEORIA DAS INTERAÇÕES COMUNICACIONAIS DE J. B. THOMPSON 25
1.1 Conceito de Cultura 25
1.2 Poder e Ideologia 29
1.3 Contribuições Teóricas de Thompson sobre a Comunicação de Massa 36
1.4 Enfoque Metodológico de Análise: Hermenêutica de Profundidade (HP) 40

CAPÍTULO 2 - ANÁLISE FORMAL OU DISCURSIVA DAS FORMAS SIMBÓLICAS 48
2.1 Discurso e Sujeito 50
2.2 A Semântica Argumentativa de Ducrot 60
2.2.1 O dito e o não-dito 63

PARTE II – AS RELAÇÕES ENTRE O MASCULINO E O FEMININO NO DESEMPENHO DE PAPÉIS SOCIAIS 66

CAPÍTULO 3 - O MASCULINO E O FEMININO SOB A ÓTICA DE DIFERENTES ABORDAGENS 68
3.1 Abordagem Psicanalítica 68
3.2 Abordagem Sócio-Histórica 76
3.3 Abordagem da Teoria Crítica 94

CAPÍTULO 4 - CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO-HISTÓRICA DAS FORMAS SIMBÓLICAS E A MATRIZ DAS SIGNIFICAÇÕES DOMINANTES DE PIERRE BOURDIEU 107
4.1 Sobre o Poder Simbólico 107
4.2 O Conceito de *Habitus* 109
4.3 Sobre a Reprodução 110
4.4 Abordagem da Matriz das Significações Dominantes de Pierre Bourdieu 112

PARTE III – AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA MÍDIA IMPRESSA NO PROCESSO DE QUASE-INTERAÇÃO MEDIADA 128

CAPÍTULO 5 - JORNALISMO NA ERA DA EXPERIÊNCIA MEDIADA 131
5.1 A Parcialidade da Cobertura Jornalística 131
5.2 Principais Modalidades Jornalísticas: o Noticiarismo e a Reportagem 137
5.3 A Revista Veja e seu Padrão Editorial 141

PARTE IV – AS REPRESENTAÇÕES DO FEMININO NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS DA REVISTA VEJA: CONSTRUÇÃO DO *CORPUS* E ANÁLISE DO OBJETO 147

CAPÍTULO 6 – REVISTA VEJA/ANO 2000 E A TEMÁTICA FEMININA: ANÁLISE DO DISCURSO POR INTERMÉDIO DAS CATEGORIAS SELECIONADAS 149

6.1 Procedimentos 154

6.2 Categorias 157

6.2.1 Feminismo 157
6.2.1.1 Feminista de olho roxo 157

6.2.2 Relações de Gênero 164
6.2.2.1 Até que o casamento os separe 164
6.2.2.2 Poder de vida e morte 175
6.2.2.3 Sem elas, eles adoecem e vivem menos 188

6.2.3 Sexo e Erotismo 198
6.2.3.1 Nem a Funai daria jeito 198
6.2.3.2 Las tiazonas 203
6.2.3.3 Operação secreta 209
6.2.3.4 Sábado popozudo 215
6.2.3.5 Desinibidas virtuais 221
6.2.3.6 Musas.com.br 228

6.2.4 Moda e Beleza 232
6.2.4.1 Assim é demais 232
6.2.4.2 Na idade da beleza 239
6.2.4.3 As gaúchas são demais 249
6.2.4.4 O padrão nórdico 255
6.2.4.5 Fábrica de misses 261

6.2.5 Trabalho e Esporte 267
6.2.5.1 Elas venceram 267
6.2.5.2 O corpo no Olimpo 276

PARTE V – INTERPRETAÇÃO-REINTERPRETAÇÃO 287

CAPÍTULO 7 – POR UMA SÍNTESE CRIATIVA DOS SIGNIFICADOS 293

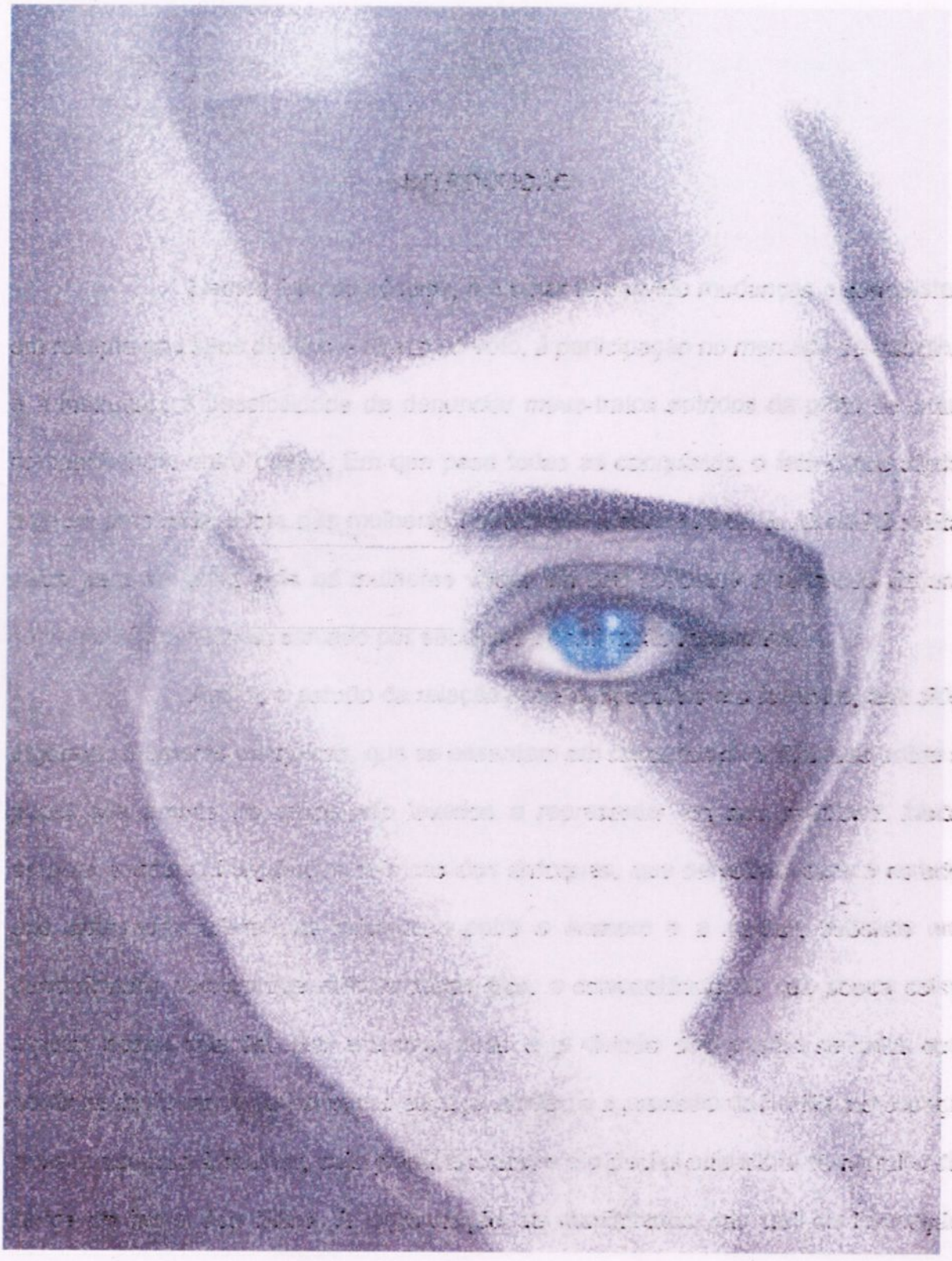
CONSIDERAÇÕES FINAIS 314

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 320

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA 328

ANEXOS 333

Introdução



Introdução

INTRODUÇÃO

Nestes últimos séculos, a mulher tem vivido mudanças e conquistas em relação aos seus direitos – direito ao voto, à participação no mercado de trabalho e à instrução, à possibilidade de denunciar maus-tratos sofridos da parte de seus companheiros, entre outros. Em que pese todas as conquistas, o fato é que ainda hoje se presencia a luta das mulheres em relação a esses direitos. Ainda há muita coisa para se fazer, pois as mulheres vivem em seu cotidiano a opressão de um contexto sócio-cultural marcado por séculos de dominação masculina.

Assim, o estudo da relação entre o masculino e o feminino, tem sido objeto de inúmeras pesquisas, que se assentam em conceitos diversificados sobre o papel que ambos os sexos são levados a representar em seu cotidiano. Muito embora existam divergências teóricas dos enfoques, que se voltam para o estudo das chamadas diferenças existentes entre o homem e a mulher, subsiste um denominador comum que articula todos eles: a concordância de que pouca coisa mudou nessa relação. Um exemplo disso é a divisão dos papéis sexuais, que continua designando ao homem o espaço público e a provisão da família e o espaço privado da casa à mulher, cujo papel a exercer é o de fiel cuidadora da moral e da honra do lar e dos filhos. A organização de movimentos em prol da libertação feminina e a crescente divulgação em periódicos especializados de estudos que envolvem esse tema, evidenciam a reprodução do *status quo*.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Na história das Ciências Humanas, inúmeros são os pensadores que se interessaram em estudar e explicar as tão propaladas "diferenças" entre os sexos, nas quais se assentam a dominação masculina. Com Freud, na Psicanálise, essas "diferenças" se explicam pelas características biológicas própria de cada sexo, o que em tese justificaria a dominação do homem sobre a mulher. Para a abordagem histórico-crítica, a dominação masculina é plasmada pelas condições sócio-históricas com a ascensão do "princípio masculino" de trabalho abstrato. Para os frankfurtianos, o domínio do homem sobre a mulher constitui-se um capítulo da dominação do homem sobre a natureza. Para Bourdieu (2002), contudo, o fenômeno da imposição dos homens e da submissão das mulheres deve-se à violência simbólica que é historicamente arbitrária. Para ele, a divisão entre os sexos aparece naturalizada, como que impregnada na ordem das coisas, incorporada por homens e mulheres em forma de *habitus*.

É Bourdieu (2002) também que explica que a (re)criação continuada das estruturas objetivas e subjetivas da dominação masculina, deve-se à ação exercida pelas instituições responsáveis por essa permanência: a Igreja, o Estado, a Escola, a Família e, mais modernamente, a Mídia. Assim, a dominação masculina, se reproduz por intermédio da ação de um poder arbitrário: o poder simbólico exercido pelos meios de comunicação de massa.

Dessa forma, uma investigação que busque apreender as filigranas que sustentam as relações assimétricas entre o masculino e o feminino poderá contribuir largamente para o seu desvelamento e criar condições para uma maior criticidade em torno da questão.

Nesse contexto, o objeto desta investigação é decorrente de um estudo realizado pela pesquisadora e duas alunas de Psicologia, da Universidade do

unesp

Sagrado Coração, junto à Delegacia de Defesa da Mulher (DDM) em Bauru-SP, no ano 2000.

O contato direto e constante junto à DDM permitiu o levantamento de algumas questões, que serviram de motivação para um trabalho de pesquisa sobre a violência doméstica imputada às mulheres por seus parceiros, condenando-a a um cotidiano de sofrimentos físico, psicológico e emocional, com conseqüências sérias para a sua saúde e de suas famílias (DI FLORA *et al.*, 2001).

O estudo em questão tinha como objetivo delinear a violência doméstica sofrida por mulheres, levando em consideração as descrições de vida relatadas por vítimas da violência da parte de seus parceiros.

Segundo a fala das mulheres, pôde-se constatar que, em princípio, a violência era incompreensível para elas, tornando-se fonte de sofrimento físico e psicossocial. Entretanto, só denunciavam o parceiro quando estavam nos limites de suas forças e, sobretudo, quando os filhos eram envolvidos nos atos violentos. Verificou-se, enfim, nesse estudo, que mulheres que vivenciavam relações violentas com o seu parceiro, dificilmente saiam dessas relações.

Uma questão emergia dessa situação: por que mulheres que sofriam situações tão aversivas, continuavam submissas a seus companheiros? Essa questão só poderia ser explicada por intermédio de um olhar crítico que atravessasse a aparência do fenômeno e buscasse as suas explicações em outro nível: o da legitimação do padrão de dominação do homem sobre a mulher, garantindo a supremacia masculina.

O interesse em saber como esses mecanismos de natureza ideológica operam no cotidiano de homens e mulheres na sociedade

contemporânea, possibilitando a reprodução das relações assimétricas de poder, deu origem a esta pesquisa.

Levantou-se então a hipótese de que existem instituições responsáveis por esse fenômeno e que a mídia, especialmente a impressa, pela forma como constrói e apresenta a figura feminina, reproduz o preconceito contra a mulher, reforçando estereótipos culturais fundamentados nos princípios de visão e de divisão, inscritos na linguagem cotidiana, e que estão na base do preconceito em relação à mulher e ao homem. Essa divisão, ao ser incorporada, funciona como esquema de percepção, de pensamento e de ação que são arbitrários, segundo o que defende Bourdieu (2002).

É na intercessão entre o poder da mídia e seu papel na reprodução da cultura – especialmente na reprodução da dominação masculina que submete a mulher à ideologia da subordinação – portanto, que se aninha o objeto deste estudo.

Na análise dos meios de comunicação, tomou-se como princípio a premissa de que eles não são neutros, reproduzindo e naturalizando os preconceitos e estereótipos sociais imputados à mulher, socialmente arraigados na cultura e na mentalidade nacional. Assim, pode-se considerar que existem relações intrínsecas e necessárias entre o discurso da mídia e a história das relações sociais, cujos fios são trabalhados para a fabricação do mesmo tecido.

Entre as diferentes mídias, elegeu-se para este estudo a mídia impressa, questionando-se o seu papel na manutenção de estereótipos culturais que condena a mulher a uma posição de inferioridade frente ao sexo oposto. Dessa forma, no entrecruzamento dessas duas realidades – dominação masculina e mídia impressa – pretendeu-se buscar respostas para as seguintes indagações:

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

- Como a mídia impressa incorpora e reproduz, em suas práticas discursivas, preconceito e os estereótipos imputados à mulher pela cultura?
- Qual a expressão do feminino em suas práticas discursivas?
- Em que medida a mídia impressa, como instrumento de transmissão cultural, veicula signos ideológicos que remetem à cultura vigente na sociedade, reproduzindo e sedimentando um conjunto de crenças construídos socialmente e que estão presentes na elaboração da imagem e da consciência da mulher brasileira?

Tendo por base as principais questões propostas para a pesquisa, este estudo objetivou, de um modo geral caracterizar as práticas discursivas da mídia impressa como veículos de reprodução do preconceito contra a mulher.

De um modo específico, este estudo se propôs a delinear o perfil da figura feminina refletido nas mensagens e nos temas da mídia impressa; e identificar as implicitações do discurso produzido pela mídia impressa em assuntos que envolvem a figura da mulher ou os pressupostos e subentendidos.

Na análise do objeto de pesquisa, trabalhou-se com uma dupla abordagem teórica objetivando identificar conceitos que o fundamentassem.

Dentre os principais paradigmas que servem de base para o estudo da comunicação de massa, optou-se pelo enfoque da Hermenêutica de Profundidade, de J. B. Thompson, representante da Escola do Interacionismo Simbólico, apresentado em sua principal obra, "Ideologia e Cultura Moderna", onde o

unesp

autor discorre sobre a teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.

O primeiro momento desse enfoque consiste na análise das condições sócio-históricas que fundamentam a construção de formas simbólicas pela mídia, espaço privilegiado de reprodução e veiculação dessas formas.

Para reforçar o delineamento dessas condições de produção da mídia, enraizadas na cultura, buscou-se a contribuição do sociólogo e antropólogo francês Pierre Bourdieu. Deste autor resgatou-se o conceito de poder simbólico, *habitus* e as condições de reprodução destes *habitus*. Tais conceitos respaldaram a análise do fenômeno da dominação masculina, reforçada pelo poder simbólico da mídia, espaço específico de veiculação do poder exercido pelo jornalismo

No segundo momento, realizou-se a análise especifica do *corpus* formado por reportagens publicadas na revista **Veja**, durante o ano de 2000. Para tanto, utilizou-se como base teórica e metodológica a Teoria da Análise do Discurso, na vertente designada por Semântica Argumentativa, desenvolvida pelo francês O. Ducrot.

Em virtude da complexidade da análise proposta pelo método da Hermenêutica de Profundidade, decidiu-se por estruturar o trabalho em cinco partes, formada cada uma por capítulos específicos, direcionados à temática considerada em cada uma delas.

Assim, a Parte I apresenta a base teórica da pesquisa, expondo os pressupostos da Hermenêutica da Profundidade e a contribuição de J. B. Thompson para as Teorias de Comunicação de Massa e a Teoria da Análise do Discurso, na vertente da Semântica Argumentativa de Ducrot.



A Parte II trata da análise sócio-histórica das relações entre o homem e a mulher através dos tempos. Os estudos sobre esse tema, apesar de divergirem em suas análises e propostas básicas, apresentam um denominador comum: o de considerarem a dominação masculina como algo "eterno", variando em intensidade, porém, mantendo-se de geração em geração.

A problematização sobre as condições sociais das mulheres e sua constituição como gênero feminino tem recebido explicações ora fundamentadas no peso determinístico de destinos sociais biologicizados e essencializados (portanto, naturais), ora baseados na concretude das condições materiais e simbólicas da ordem social.

Com o intuito de repensar as principais tradições teóricas relacionadas ao tema, essa parte do trabalho apresenta, de forma sucinta, os principais conceitos construídos pelas abordagens Psicanalítica, Sócio-Histórica, Teórico-Crítica e a contribuição de Pierre Bourdieu, com a sua proposta das *Matrizes das Significações Dominantes*, para a leitura do fenômeno da dominação masculina.

A Parte III deste trabalho se concentra no estudo do fazer jornalístico na era da experiência mediada, forma de organização do poder simbólico no transcurso da modernidade. De acordo com Thompson (1998), as transformações institucionais ocorridas estiveram sempre articuladas a quatro formas de poder, classificadas em: econômico, político, coercitivo e simbólico.

Ao apoiar-se no referencial desse autor, o propósito na Parte III é focalizar as transformações das instituições econômicas, políticas e culturais nas sociedades modernas e suas relações com o poder que as legitimaram. Pretende também analisar o advento da comunicação de massa ou da experiência da quase interação mediada e suas transformação ao longo do tempo, como um fenômeno

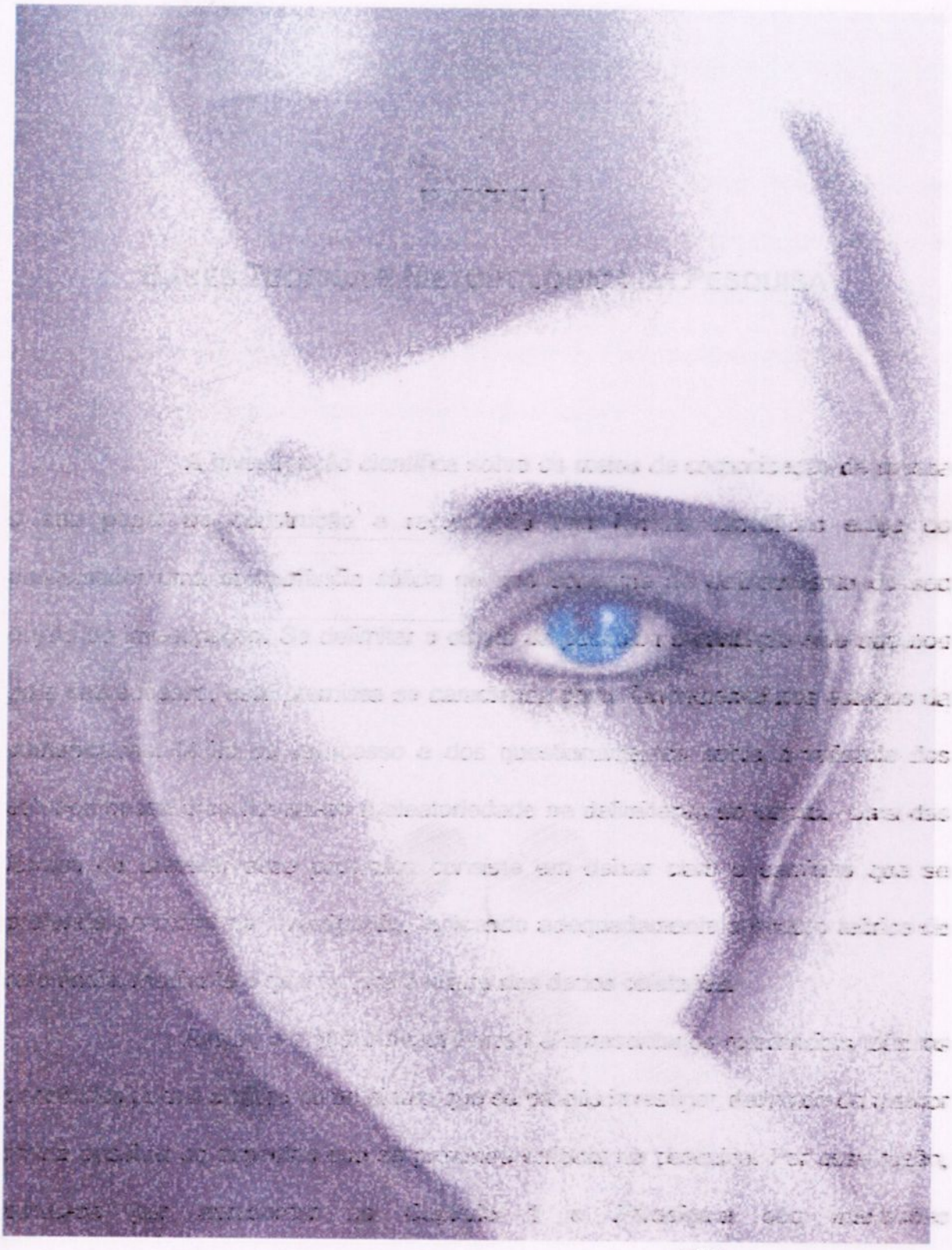
incrustado nas estruturas organizacionais do novo momento histórico: a modernidade.

Em conformidade com a metodologia proposta por Thompson, pretendeu-se, na Parte IV, demonstrar como a mídia realiza o seu intento, mediante a análise do discurso construído sobre as mulheres.

Para a constituição do *corpus* do trabalho, escolheu-se a revista **Veja** por ser ela, no Brasil, um dos veículos de mídia impressa que mais se destaca em seu estilo e o de maior tiragem semanal: 1.300.000 exemplares, em média, com um total estimado de 5.000.000 de leitores (GARCIA, 2002). Assim, a revista atinge um número de leitores que ultrapassa o número de tiragens, pois **Veja** circula na família, em salas de espera de consultórios médicos e odontológicos, escritórios etc, e nas bibliotecas do país, constituído-se em fonte de consulta sobre questões da atualidade mundial e nacional.

A interpretação e reinterpretação constituem-se no terceiro momento da Hermenêutica de Profundidade. Nesse item, de posse das análises anteriores, realizou-se a interpretação, que é um procedimento de síntese que envolve uma construção criativa do significado, isto é, de uma explicação interpretativa da mensagem. Interpretação e reinterpretação serão objeto da Parte V deste trabalho.

unesp



Parte I

PARTE I

BASES TEÓRICA E METODOLÓGICA DA PESQUISA

A investigação científica sobre os meios de comunicação de massa e seu papel na construção e reprodução das formas simbólicas exige do pesquisador uma competência sólida no que concerne ao delineamento de seu objeto de investigação. Se delimitar o objeto da pesquisa é condição *sine qua non* para seu sucesso, esta premissa se caracteriza como fundamental nos estudos da comunicação. Muito do insucesso e dos questionamentos sobre a validade dos estudos nessa área devem-se à aleatoriedade na delimitação do objeto. Uma das formas de prevenir esse problema consiste em deixar claro o caminho que se pretende percorrer na investigação, indicando adequadamente o quadro teórico de referência, mediante o qual se fará a leitura dos dados coletados.

Assim, o objetivo desta Parte I é apresentar os referenciais teóricos escolhidos para a análise do problema que se propôs investigar, definindo da melhor forma possível os aspectos que se pretende enfocar na pesquisa. Por essa razão, optou-se por apresentar no Capítulo 1 o *Paradigma das Interações*

Comunicacionais, sobre o qual assenta-se o enfoque da Hermenêutica de Profundidade, de J. B. Thompson (1995).

É com base nos conceitos de cultura e ideologia, considerados complexos pelo referido autor, que ele desenvolve a sua *Teoria da Comunicação de Massa* e sua *Metodologia de Interpretação*. A escolha do referencial da Hermenêutica de Profundidade, como teoria e método para a leitura de textos culturais produzidos pela mídia impressa, deve-se ao entendimento de que o caminho proposto por Thompson é o mais indicado para a leitura dos componentes ideológicos do discurso produzido sobre a mulher nas práticas discursivas da **revista Veja,** veículo que serviu de base para esta investigação.

A aplicação do método da Hermenêutica de Profundidade exige que se avance para a análise das características estruturais internas das mensagens produzidas pela mídia. Nesta pesquisa, optou-se pela Semântica Argumentativa proposta pelo estudioso O. Ducrot. O Capítulo 2 apresenta os pressupostos teóricos dessa abordagem.

Capítulo 1

Capítulo 1

CAPÍTULO 1

A TEORIA DAS INTERAÇÕES COMUNICACIONAIS DE J. B. THOMPSON

1.1 Conceito de Cultura

Thompson (1995), em sua análise, distinguiu a concepção clássica e as concepções antropológicas de cultura, salientando que estas últimas se dividem em concepção descritiva e concepção simbólica.

Sob o ponto de vista da concepção clássica, cultura se refere ao aprimoramento pessoal e intelectual das pessoas. Com o aparecimento da Antropologia, no século XIX, surgiu a concepção descritiva, que define cultura como o conjunto de valores, crenças, usos e costumes, hábitos e práticas, característicos de um tipo de sociedade num determinado espaço e tempo histórico.

A concepção simbólica, por sua vez, define os fenômenos culturais como simbólicos, estabelecendo que o estudo da cultura deve centralizar-se na interpretação desses fenômenos e em sua influência no desenvolvimento da ação social.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Ao decidir entender a cultura pela concepção simbólica, Thompson (1995) se fundamentou em Geertz (1973), porém, fez uma crítica a este autor, argumentando que ele não conseguiu compreender que as formas simbólicas estão inseridas nos contextos sociais estruturados que envolvem relações de dominação, com base em distribuição assimétrica do poder.

Dessa forma, Thompson (1995) optou por uma concepção de cultura que denominou de estrutural, na qual as formas simbólicas só podem ser entendidas em contextos estruturados, pois é aí que se desenvolvem, e seu estudo exige essa contextualização. Nesse aspecto, o autor destacou a questão do valor que se agrega às formas simbólicas, enfatizando o valor econômico assumido por elas, nas sociedades modernas, o que determina o seu caráter de mercadoria, pois assume a característica de um bem que pode ser trocado no mercado.

Sendo as formas simbólicas o elemento básico da comunicação entre os homens, elas são passíveis de serem transmitidas de um produtor para um receptor. Essa transmissão depende de um meio técnico, o que garante uma certa fixação do conteúdo significativo. Foi no limiar do século XV, com a invenção da impressa, por Gutenberg, que as formas simbólicas iniciaram um processo que aumentaria exponencialmente seu poder de transmissão e alcance, ao que Thompson (1995, 1998) denominou "acessibilidade ampliada" no tempo e no espaço. Esse fato deu origem, portanto, à mediação da cultura moderna, ou seja, a mudança da troca de formas simbólicas – antes restrita à interação face-a-face – para a mediação dessa troca pelas instituições e mecanismos da comunicação de massa.

unesp

Valendo-se de sua concepção estrutural de cultura, Thompson (1995, 1998) definiu uma forma de analisá-la. A análise cultural é entendida por ele como:

> o estudo das formas simbólicas – isto é, ações objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas (THOMPSON, 1995, p. 181).

Nesse aspecto, as formas simbólicas são cotidianamente interpretadas pelos atores sociais, no transcurso de suas vidas diárias, e o analista ou estudioso dessas formas busca compreender as características significativas da vida social.

Em sua concepção estrutural de cultura, Thompson (1995) apresentou como questão principal para o pesquisador o entendimento do grau de articulação e dependência dessas formas, com o contexto em que estão inseridas. Interpretar formas simbólicas consiste, pois, em entendê-las por intermédio da análise de contextos e de processos socialmente estruturados. Em síntese, o autor considerou que as formas simbólicas ou culturais não possuem uma vida própria e não se explicam por si mesmas, senão por meio de uma raiz histórica que lhe dá suporte.

Ao elaborar a sua concepção estrutural de cultura, Thompson (1995) começou analisando algumas características das formas simbólicas, distinguidas por ele segundo seus aspectos: intencionais, convencionais, estruturais, referenciais e

contextuais, cujo envolvimento com as formas simbólicas se diferenciam segundo um tipo ou outro.

Para o autor, os aspectos interacional, convencional, estrutural e referencial estão relacionados aos conceitos de significado, sentido e significação. O quinto aspecto, o contextual, recebe do autor uma ênfase especial no estudo e interpretação das formas simbólicas, sendo indicado por ele como uma característica crucial na análise da cultura.

Nessa altura das discussões, é preciso esclarecer o que Thompson (1995) definiu como "formas simbólicas". O autor, quando usa esse termo, refere-se a uma variedade de fenômenos significativos que vão desde ações sociais no cotidiano até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte.

Fiel ao seu enfoque interacional, Thompson (1995, p. 183) estabeleceu que as "formas simbólicas são expressões de um sujeito e para um sujeito (ou sujeitos)". Esse é seu caráter intencional que não se confunde, necessariamente, com a intenção do autor ou sujeito produtor da mensagem. Esta, se constitui apenas numa das variáveis no processo complexo de constituição do significado e, por isso, não pode ser tomada como elemento-chave da interpretação.

O aspecto convencional das formas simbólicas significa que a:

> - produção, construção ou emprego das formas simbólicas, bem como a interpretação das mesmas pelos sujeitos que as recebem, são processos que, caracteristicamente, envolvem a aplicação de regras, códigos ou convenções de vários tipos (THOMPSON, 1995, p. 185).

O conhecimento dessas regras e convenções – que fazem parte do conhecimento tácito do qual os indivíduos se servem para dirigir suas vidas no

cotidiano – serve de base para concretização de comportamentos e ações de vida prática.

O aspecto estrutural das formas simbólicas significa que elas são construções que exibem uma estrutura articulada. No entanto, Thompson (1995) afirmou que as formas simbólicas não são apenas concatenações de elementos e suas inter-relações: são também representações de algo, ou seja, dizem algo sobre alguma coisa. Assim, demonstrou outra característica das formas simbólicas: o aspecto referencial. Nesse caso, as formas simbólicas não apenas representam algum objeto, indivíduo e situação, mas também dizem algo sobre aquilo que referenciam.

Finalmente, as formas simbólicas apresentam um aspecto contextual, ou seja, conforme as palavras do próprio autor: "as formas simbólicas estão sempre incluídas em processos e contextos sócio-históricos específicos dentro dos quais e por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e recebidas" (THOMPSON, 1995, p.192).

Ao indicar esse aspecto das formas simbólicas, Thompson (1995) enfatizou que, na análise de um discurso, por exemplo, é preciso ir além da análise dos traços estruturais e elementos sistêmicos. Dessa forma, o olhar deve se dirigir para os processos institucionais e contextos sociais, dentro dos quais o discurso é pronunciado, transmitido, recebido, e para as relações de poder nele embutidas.

1.2 Poder e Ideologia

As formas simbólicas, além de serem expressões de um sujeito, carregam traços das suas condições sociais de produção. Da mesma forma, no

unesp

campo da recepção, são incorporadas e interpretadas por indivíduos que também se encontram inseridos em contextos sócio-históricos específicos. Além de significar, o sujeito vivencia, experimenta, age ou, em outras palavras, põe em ação a sua própria subjetividade.

Para Thompson (1995), os contextos sociais de produção e recepção das formas simbólicas possuem características típicas e, para discuti-las, recorre ao conceito de *campo de interação*, construído por Bourdieu. Para esse autor, campo de interação pode ser conceituado sincronicamente e diacronicamente, ou seja, como um espaço de posições e um conjunto de trajetórias. Cada indivíduo particular ocupa determinadas posições no espaço social, segue determinadas trajetórias no transcurso de sua vida, e seu comportamento é sempre norteado por regras e convenções apreendidas em seu processo de socialização.

Essas regras tanto podem ser explícitas e formais como apreendidas na vida prática. No entanto, a obediência a elas não se dá por uma operação mecânica; ao contrário, acontece no dia-a-dia, depende das circunstâncias, exige do indivíduo um certo grau de criatividade e pressupõe seletividade e julgamento. Dessa forma, o indivíduo transforma essas regras de acordo com a sua criatividade e segundo as exigências do momento.

Essas regras, recursos e convenções, quando se congregam em campos interacionais específicos, formam as instituições sociais. Por outro lado, tanto os campos interacionais como as instituições sociais são regidas por uma estrutura social, ou seja, por assimetrias e diferenças relativamente estáveis quanto à distribuição, acesso a recursos, poder e oportunidades. Para exemplificar: o campo da Educação Superior, no Brasil, é caracterizado por um conjunto de instituições sociais (universidades, faculdades, etc). A participação das pessoas nessas

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

instituições é regrada por assimetrias e diferenças sistemáticas, que constituem a estrutura social do campo: entre homens e mulheres, pobres e ricos, negros e brancos.

Ao apresentar essas questões, Thompson objetivou apresentar um pano de fundo para o entendimento da questão do poder. E assim o define:

> Poder é a capacidade de agir na busca de seus próprios objetivos e interesses: um indivíduo tem poder de agir, poder de intervir em uma seqüência de eventos e alterar seu cursos. (THOMPSON, 1995, p.199)

No entanto, complementa o autor, esse poder de agir do indivíduo depende da sua posição dentro do campo de interação ou da instituição. "Poder, analisado ao nível de um campo ou instituição, é a capacidade que possibilita ou capacita alguns indivíduos a tomarem decisões, perseguirem certos fins ou realizarem interesses" (THOMPSON, 1995, p.199).

Para o autor, o poder se torna dominação quando se baseia no estabelecimento de relações sistematicamente assimétricas, o que significa que indivíduos possuem um poder de forma estável, excluindo outros indivíduos da participação. Nesse caso, pode-se falar de grupos dominantes e grupos subordinados. Nesta altura, Thompson critica Marx por reduzir a relação de dominação-subordinação à questão de classe social. Para ele, esse reducionismo pode obscurecer outras formas de dominação, que não se baseiam nessa categoria. E aponta outras divisões igualmente fundamentais, como aquelas entre os sexos, entre grupos étnicos e entre estados-nações. Os contextos sociais constituem,

unesp

condicionam, não só os campos de interação e instituição, mas também da produção e recepção das mensagens.

As formas simbólicas produzidas são condicionadas tanto pelo contexto social de produção quanto pelas expectativas de sua recepção. Thompson (1995) deu ênfase ao momento da recepção, afirmando que as condições contextuais dos sujeitos receptivos condicionam enormemente a forma como as mensagens são recebidas, entendidas e interpretadas. A recepção das formas simbólicas não é passiva, pelo contrário, os receptores, ativa e criativamente, dão-lhes um sentido e, por isso, são produtores de significado no próprio processo de recepção. Esse fato depende das posições ocupadas pelos indivíduos em instituições ou campos interacionais diversos. Nesse aspecto, chama a atenção para a questão da ideologia. O significado que está embutido nas formas simbólicas e que é reconstituído no momento da recepção, pode servir para manter e reproduzir os contextos de produção e recepção.

Retomando o conceito de ideologia, compreende-o como:

> O estudo dos modos pelos quais o significado mobilizado pelas formas simbólicas serve em circunstâncias específicas para estabelecer, manter e reproduzir relações sociais que são sistematicamente assimétricas em termos de Poder (THOMPSON, 1995, p. 203).

Ideologia, portanto, pode ser entendida como as maneiras pelas quais o sentido (significado) serve, em circunstancias particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder que são sistematicamente assimétricas – relações de dominação. É o sentido a serviço do poder.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Na análise da ideologia, Thompson (1995) apresentou como questão principal a seguinte indagação: como o sentido é construído e usado pelas formas simbólicas de vários tipos, por exemplo, os textos complexos da mídia? Nesse caso, torna-se urgente investigar os contextos sociais dentro dos quais essas formas simbólicas são empregadas e articuladas.

Na reformulação do conceito de ideologia, Thompson (1995) concentrou o seu estudo no terreno das formas simbólicas contextualizadas, nas maneiras como as formas simbólicas são usadas para estabelecer e sustentar relações de poder no cotidiano. A ideologia, então, é vista como parte constitutiva da vida social, que é sustentada e reproduzida, mas também contestada e transformada, por intermédio das ações e interações, na troca contínua das formas simbólicas. Ao tratar da relação entre ideologia e os meios de comunicação de massa, Thompson (1995) considerou que a análise dessa relação deve centralizar-se no conteúdo das mensagens da mídia e nas maneiras como esse conteúdo é empregado e o quanto é apropriado em circunstâncias particulares.

Em relação a esse tema Thompson (1995), apresentou quatro teses:

> **Tese nº 1**: A análise da ideologia nas sociedades modernas deve conceder um papel central à natureza e ao impacto da comunicação de massa, embora tal comunicação não seja o único local da ideologia (p. 341).

Nesse aspecto, o autor salientou que a análise da ideologia deve se concentrar nas maneiras como o sentido que está impregnado nas formas simbólicas – transmitidas pelos meios técnicos da comunicação de massa – serve para estabelecer e sustentar relações de dominação. Assim, o autor enfatizou que se os fenômenos ideológicos se dão em vários contextos, não é possível deixar de

reconhecer que a comunicação de massa é o local central para a produção e difusão da ideologia, o que não implica que se deva descuidar de analisar criticamente os outros locais em que ela circula: conversas cotidianas, discursos políticos, educação formal, etc.

> **Tese nº 2:** O desenvolvimento da comunicação de massa aumenta, significativamente, o raio de operação da ideologia nas sociedades modernas, pois possibilita que as formas simbólicas sejam transmitidas para audiências extensas e potencialmente amplas que estão dispersas no tempo e no espaço (p. 343).

Nesse aspecto, Thompson (1995) destacou a importância do desenvolvimento tecnológico, especialmente da microeletrônica, para a divulgação e propagação do fenômeno ideológico (o sentido presente nas formas simbólicas sustentando relações de dominação).

Assim, com base no fio condutor de seu pensamento, pode-se considerar que o sentido presente nas formas simbólicas é constituído mediante as condições sócio-históricas nas quais já está posto. Ou seja, na verdade, o sentido já está previamente estabelecido na cultura, refletindo-se nas instituições da mídia, portanto, as relações de dominação já estão presentes na sociedade e na cultura: o aparecimento e desenvolvimento da comunicação de massa apenas permitiram a expansão e mobilização do fenômeno ideológico. Da comunicação por meios impressos à chegada dos meios eletrônicos, houve um crescimento exponencial na divulgação dos fenômenos ideológicos. A mediação eletrônica, assim, possibilitou a circulação do sentido em escala sem precedentes.

unesp

> **Tese nº 3:** Não podemos analisar o caráter ideológico da comunicação de massa analisando apenas as características organizacionais das instituições da mídia ou as características das mensagens da mídia; ao contrário, as mensagens da mídia, devem, também, ser analisadas em relação aos contextos e processos específicos em que elas são apropriadas pelos indivíduos que a recebem (p.345).

Na defesa dessa tese, Thompson (1995) criticou as teorias que apresentam a tendência de interpretar o caráter ideológico das formas simbólicas, enfocando somente as funções e feições transmitidas pelas instituições da mídia e a análise do conteúdo das mensagens. Nessa crítica, cita os frankfurtianos, sobretudo Adorno e Horkheimer (1985), e o conceito de Indústria Cultural por eles construído.

Seu argumento básico se sustenta na idéia de que as mensagens não possuem um efeito pré-determinado, quando recebidas e apropriadas por pessoas no cotidiano. Para o autor, a tese do internalismo é uma falácia e não se ratifica quando se analisa as influências do poder midiático sobre os comportamentos e ações concretas dos indivíduos, em sua realidade cotidiana. Por essa razão, na análise que faz sobre a ideologia transmitida pela mídia, considera necessário levar em conta as condições de recepção das mensagens e como elas são apropriadas pelos indivíduos que as recebem. Thompson (1995) argumentou ainda, que os produtos da mídia não são ideológicos por si mesmos, mas são ideológicos porque sustentam relações de dominação em condições sócio-históricas específicas.

A conseqüência de tudo isso é que a ideologia transmitida e sustentada pela mídia só produzirá manutenção ou ruptura de poder na dependência de um conjunto de circunstâncias que vão além do contexto da produção e do controle dos produtores. Portanto, essa indeterminação traz como

unesp

resultado a limitação da previsão e do controle, por parte dos comunicadores principais, no âmbito da produção.

> **Tese nº 4:** Os vários meios de comunicação de massa e a natureza das quase-interações que esses meios possibilitam e mantêm definem parâmetros amplos dentro dos quais as mensagens assim transmitidas adquirem um caráter ideológico, mas tais meios não constituem essas mensagens como ideológicas. (p. 347).

Apesar dos parâmetros amplos serem definidos com o desenvolvimento tecnológico, para Thompson (1995), continua sendo necessário analisar os contextos específicos dentro dos quais as formas simbólicas são recebidas.

1.3 Contribuições Teóricas de Thompson sobre a Comunicação de Massa

Os conceitos de cultura e ideologia aqui apresentados constituem-se no suporte básico para Thompson (1995) desenvolver sua Teoria da Comunicação de Massa. Segundo ele, o surgimento da comunicação de massa, no século XIX, e o desenvolvimento tecnológico, possibilitando a difusão por ondas, no século XX, trouxeram grandes impactos no tipo de experiência e nos padrões de interação humana, dando origem ao que ele denominou de *midiação* da cultura moderna.

Ao tratar da expressão *comunicação de massa*, o autor faz um alerta, apontando o engano ao referir-se ao termo *massa* como sugestão de que as audiências são como um amontoado passivo de pessoas. Para ele, os receptores

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

são pessoas específicas, singulares, situadas em contextos sócio-históricos próprios e são criativas enquanto captam mensagens. A interpretação que delas fazem decorre de inúmeros fatores, intervenientes no processo de percepção de cada um que capta a mensagem, e imprimem a ela um certo grau de subjetividade, relacionando-a a outros aspectos de suas vidas cotidianas. Dessa forma, considera que a recepção da mensagem é um processo ativo, que requer o envolvimento do próprio receptor.

Nesse aspecto, é possível observar o quanto Thompson se opôs à teoria da Indústria Cultural, elaborada pelos frankfurtianos e desenvolvida sobretudo por Adorno e Horkheimer (1985), na obra *A Dialética do Esclarecimento*.

Conforme Thompson (1995), no processo de comunicação de massa existe uma ruptura entre o emissor e o receptor da mensagem. Nesse caso, adverte sobre a impossibilidade do uso do termo comunicação, que, por sua natureza, implicaria numa relação dialética. No entanto, com o desenvolvimento tecnológico, abriram-se novas possibilidades de uma maior interação entre transmissor e receptor.

De uma forma ampla, Thompson (1995, p.288) assim definiu a comunicação de massa: "A produção institucionalizada de bens simbólicos através da transmissão e do armazenamento da informação/ comunicação".

Ao caracterizar a Comunicação de Massa, o fez destacando quatro elementos básicos:

a) a produção e a difusão de bens simbólicos;

b) a ruptura entre produção e recepção;

c) a extensão da disponibilidade no tempo e no espaço;

d) a circulação pública das formas simbólicas.

unesp

Ao destacar a produção e difusão de bens simbólicos, salientou o caráter de reprodutividade das formas simbólicas, com a finalidade de serem trocadas num mercado. Nessa ótica, as formas simbólicas são mercantilizadas segundo a lógica do próprio modo de produção no qual estão inseridas – a lógica da acumulação. Dessa forma, tornam-se mercadoria, apresentando-se como um bem que tem valor de troca. Assim, a comunicação de massa deve ser entendida como parte de um sistema de instituições a serviço do poder e da dominação, interessadas em manter e reproduzir a situação vigente.

O fato de as formas simbólicas apresentarem essa característica de mercantilização, determina que os produtores da informação se preocupem primeiramente com a ação de controlar o fator de indeterminação, originário da ruptura entre a produção e a recepção da mensagem, que Thompson (1995) apontou como uma das características da comunicação de massa. Nesse tipo de comunicação, especialmente os produtores e transmissores das mensagens, encontram limitações no que se refere ao controle da audiência. A comunicação de massa ainda apresenta como característica a capacidade de aumentar a acessibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço. O desenvolvimento tecnológico tem possibilitado às instituições responsáveis pela mídia ampliarem o alcance no espaço, com a diminuição do tempo, da mesma forma que permitem a acessibilidade num tempo futuro.

A circulação pública das formas simbólicas é uma outra qualidade da comunicação de massa apontada por Thompson (1995). Esse domínio público das formas simbólicas significa que ela se apresenta como passível de ser acessada por qualquer pessoa que demonstre habilidades e condições para isso. O interesse das

unesp

instituições que comandam a comunicação de massa, em torná-la o mais acessível possível a um maior número de receptores, centraliza-se na questão já comentada de que as formas simbólicas transmitidas possuem o caráter de mercadoria. O tamanho da audiência, nesse caso, afetaria a valorização econômica dos produtos apresentados.

Para Thompson (1995), o advento da comunicação de massa causou impactos e possibilitou o aparecimento de novas formas de interação social. Após McLuhan (1964 *apud* THOMPSON, 1995), não só os conteúdos transmitidos, mas também os meios, têm afetado e recriado novas formas de interação social na vida cotidiana. Tempo e distância não são mais barreiras para a comunicação entre os homens, porém, apresenta-se significativamente diferente da interação face-a-face típica, por isso Thompson (1995) a designou de *quase-interação mediada*. A interação por intermédio dos meios de comunicação foi assim chamada pelo autor porque o fluxo da comunicação é predominantemente de mão única e não envolve a partilha de um local físico comum.

Ao tratar das questões do público e do privado, Thompson (1995) defendeu a tese de que a comunicação de massa transformou a natureza e a experiência da publicidade no mundo moderno. Na sociedade atual, a publicidade não significa mais a partilha de um lugar comum, pois a comunicação de massa implica uma visibilidade mediada pelos meios técnicos de comunicação.

A extensão da disponibilidade no tempo e no espaço e a circulação pública das formas simbólicas, aumentaram exponencialmente a veiculação da ideologia, tal como a entendeu Thompson (1995) e foi apresentada anteriormente.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

1.4 Enfoque Metodológico de Análise: Hermenêutica de Profundidade (HP)

Nas páginas anteriores, discorreu-se sobre os conceitos básicos de cultura e ideologia desenvolvidos por Thompson (1995) em seus estudos sobre a comunicação de massa. O objetivo neste momento é apresentar a sua proposta metodológica para a análise das formas simbólicas veiculadas por esse modelo de comunicação.

Com base na categoria "interpretação" que, segundo ele, é o elemento-chave no estudo das formas simbólicas, o autor aponta como referencial metodológico a "Hermenêutica de Profundidade" (HP), destacando a sua propriedade crítica no estudo da ideologia e das relações entre significado e poder.

A interpretação de um analista sobre as formas simbólicas constitui-se em interpretação da interpretação, ou seja, o pesquisador dessa área re-interpreta um campo pré-interpretado. Na análise de formas simbólicas, portanto, o objeto é a interpretação. Assim, o campo-objeto da investigação constitui-se também no campo-sujeito. Isso significa que o mundo sócio-histórico não está ali para ser observado simplesmente, mas é formado de sujeitos que, cotidianamente, são chamados a compreenderem a si mesmos e ao mundo que os circunda.

Thompson (1995) também considerou importante salientar que os sujeitos constituídos como objetos de análise estão vinculados às tradições históricas, ou seja, a experiências humanas; possuem historicidade. Portanto, o processo de interpretação se realiza por intermédio de certos condicionamentos ideológicos: aquilo que parece novo está relacionado ao que veio antes. Ou seja, o processo de compreensão, elaborado pelo sujeito, é muito mais amplo do que um



encontro isolado de mentes. A idéia central aqui é a de que os seres humanos estão sempre inseridos em contextos sociais e históricos mais amplos.

Ao indicar o referencial da HP, Thompson (1995, p. 365) esclareceu seu enfoque, constituído como demonstra a Figura 1.

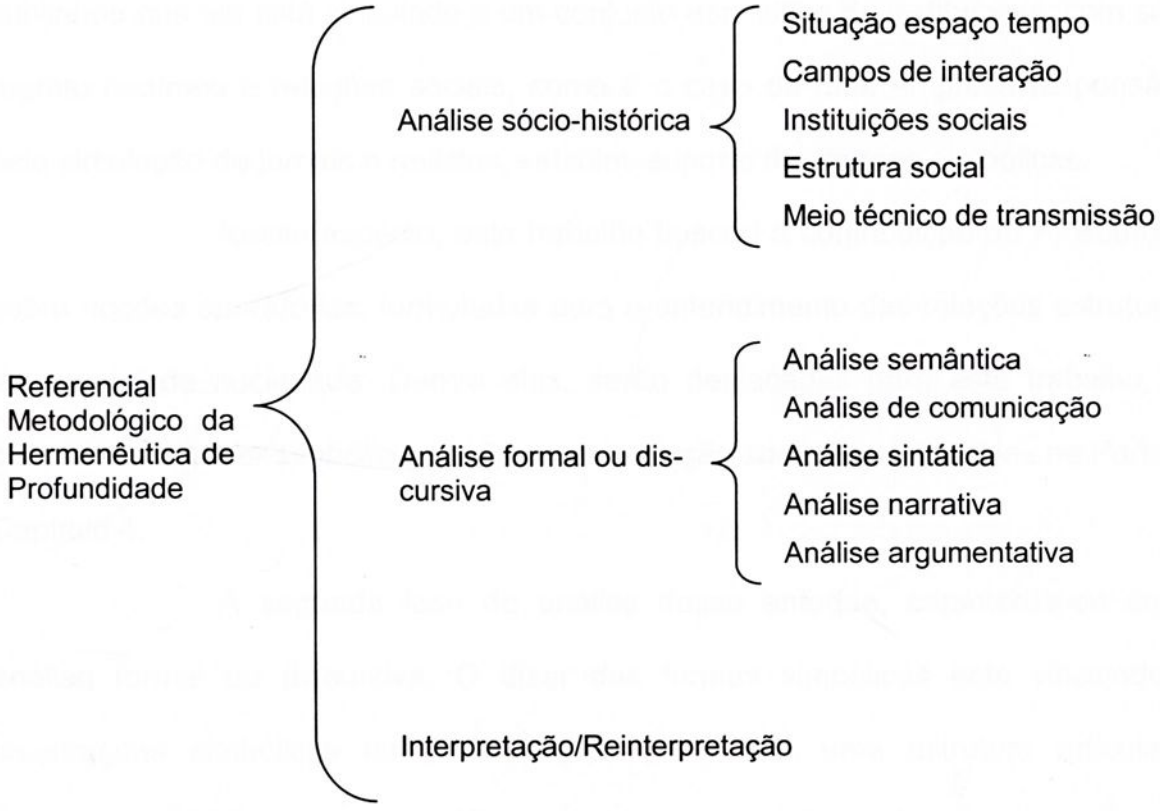


Figura 1 – Referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade

Na análise sócio-histórica, Thompson (1995) deu maior peso à questão da estrutura social, que se refere às assimetrias e diferenças sistemáticas relativamente estáveis. A análise da divisão entre homens e mulheres é apontada pelo autor como exemplo do que está ligado à estrutura social.

Ao apontar os meios técnicos de transmissão das mensagens, Thompson (1995) enfatizou a necessidade de empregar a análise sócio-histórica desses meios, entendendo que eles estão inseridos em contextos sociais mais amplos, que direcionam sua forma de atuação e emprego.

Em se tratando do processo de circulação das formas simbólicas, sublinhou que ele está vinculado a um conjunto específico de instituições, com suas regras, recursos e relações sociais, como é o caso de uma empresa responsável pela circulação de jornais e revistas, veículos-suporte das formas simbólicas.

Nesse aspecto, este trabalho buscou a contribuição de P. Bourdieu sobre *noções operatórias*, formuladas para o entendimento das relações estruturais de uma dada sociedade. Dentre elas, serão destacadas para este trabalho, os conceitos de *poder simbólico*, *habitus* e *reprodução social*, apresentados na Parte II, Capítulo 4.

A segunda fase de análise desse enfoque, caracteriza-se como análise formal ou discursiva. O dizer das formas simbólicas está vinculado a construções simbólicas complexas, que apresentam uma estrutura articulada. Thompson (1995) criticou as análises que se concentram em si mesmas, desligadas das suas condições de produção e recepção.

O terceiro momento do método da HP é denominado de interpretação/reinterpretação. De posse das análises anteriores, o pesquisador realiza a interpretação, que é um procedimento de síntese que pressupõe uma construção criativa do significado, isto é, busca uma explicação interpretativa do que é dito. Tendo em vista que as formas simbólicas têm seu aspecto referencial, elas são formas que dizem alguma coisa sobre algo. "É este aspecto referencial que se procura entender no processo de interpretação" (THOMPSON, 1995, p.375).

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Simultaneamente ao processo de interpretação, ocorre a reinterpretação, pois, ao interpretar as formas simbólicas, o pesquisador o faz sobre um campo pré-interpretado. Nesse aspecto, Thompson (1995) estabeleceu diferenças de processos: o da interpretação da *dóxa*[1] e a interpretação em profundidade, que exige as análises indicadas. Entre essas interpretações poderá haver divergências, que se explicam pela própria metodologia do interpretar. "A possibilidade de um conflito de interpretação é intrínseco ao próprio processo de interpretação" (THOMPSON, 1995, p.376).

Na pesquisa da comunicação de massa, Thompson (1995) distinguiu três tipos de análise, que correspondem a três momentos do processo: [a)] a produção e transmissão da mensagem; [b)] a construção de mensagem, que são construções simbólicas estruturadas; e, [c)] a recepção e apropriação da mensagem.

Pode-se empreender estudos específicos, relacionados a cada um desses momentos analisando-se suas formas e características próprias. No entanto, isso conduzirá a resultados limitados, visto que esses três campos se encontram necessariamente articulados.

O enfoque indicado pelo autor, que procura dominar a compreensão do fenômeno, exige do investigador a capacidade de relacionar os resultados das diferentes análises dos três campos que, na prática, se alimentam mutuamente.

A análise da produção e transmissão da mensagem exige um estudo das condições sócio-históricas, possibilitando o entendimento das instituições dentro das quais as mensagens são produzidas e mediante as quais são transmitidas a receptores potenciais. Assim, busca-se caracterizar os padrões de controle dentro dessas instituições, bem como suas relações com o poder governamental, o

[1] Leitura de superfície, cotidiana, do senso comum (leitura não-científica).

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

recrutamento do pessoal que trabalha na comunicação e seu procedimento institucional.

O segundo aspecto da comunicação de massa é a construção da mensagem comunicativa. Tal procedimento consiste na análise das características estruturais internas das mensagens e implica a forma como o raciocínio do autor do programa, texto ou obra de arte, compõe sua mensagem para um receptor em potencial.

A recepção e apropriação da mensagem constitui-se no terceiro campo de análise. Pode realizar-se por meio de uma combinação entre a análise sócio-histórica – que procura detectar as condições sócio-históricas da recepção – e uma pesquisa etnográfica, que visa elucidar como as pessoas particulares incorporam as mensagens transmitidas em sua vida cotidiana.

Thompson (1995) considerou a análise articulada desses três campos da comunicação de massa como essencial para o fenômeno de interpretação do caráter ideológico das mensagens.

> Dessa maneira, o processo de interpretação pode começar a explicar o caráter ideológico das mensagens, isto é, as maneiras como o significado, mobilizado por mensagens específicas pode servir, em determinadas circunstâncias, para estabelecer e sustentar relações de dominação (p.396).

Embora Thompson (1995) coloque a necessidade de se estudar esses três campos da comunicação de massa, também chama a atenção para a análise sócio-histórica dos contextos em que as pessoas, em seu cotidiano, se apropriam dos seus produtos. O estudo de como as pessoas recebem as

unesp

mensagens, como a significam, como as incorporam em vários aspectos de suas vidas, é crucial no enfoque compreensivo da comunicação de massa.

Embora se concorde com Thompson quanto ao enfoque proposto por ele – a tríplice análise das formas simbólicas – é preciso ressaltar que a ênfase deste trabalho recai na mensagem, pois o objetivo proposto é o de examinar o seu caráter ideológico. Portanto, a análise das condições de recepção da mensagem não será realizada nesta pesquisa, contudo, entende-se que a sua realização em trabalhos posteriores em que a situação de recepção seja enfocada e discutido os modos pelos quais as pessoas se apropriam, em seu cotidiano, dos produtos simbólicos transmitidos pelo aparato midiático, seja algo de grande valia para a complementação desta investigação.

Após a explicação do método da HP, Thompson (1995) analisou a sua potencialidade para interpretação do fenômeno ideológico. A preocupação, neste particular, foi entender como o significado serve para estabelecer e sustentar as relações de dominação.

Neste trabalho, com base nesse enfoque, buscou-se compreender como um artigo da mídia impressa no processo de veiculação do significado do feminino, por exemplo, pode sustentar a dominação masculina. Como o sentido mobilizado pelas formas simbólicas serve para alimentar e reproduzir o preconceito em relação à mulher? Neste particular, buscou-se então verificar o potencial da HP na identificação do significado a serviço do poder.

Tendo em vista o objeto de estudo desta pesquisa, buscou-se, para reforçar a análise, a teoria de P. Bourdieu sobre a dominação masculina. Na análise sócio-histórica, a atenção deve se dirigir para as relações de dominação que caracterizam as instituições sociais e os seus campos de interação.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Interpretar a ideologia, de acordo com Thompson (1995, p. 379), é "explicitar a conexão entre o sentido mobilizado pelas formas simbólicas e as relações de dominação que este sentido ajuda a estabelecer e sustentar". A interpretação da ideologia, portanto, tem tarefa dupla: a explicitação criativa do significado e a demonstração de como este significado mobilizado sustenta relações de dominação. Para realizar essa interpretação, Thompson (1995) chama a atenção para a exigência de determinadas qualidades de quem a executa: o analista tem que ter a sensibilidade suficiente para levantar as características estruturais das formas simbólicas, bem como ter consciência das relações estruturais entre indivíduos e grupos, onde as relações assimétricas acontecem. Neste aspecto, justifica-se a pertinência da inserção de Bourdieu neste trabalho.

Capítulo 2

unesp

Capítulo 2

CAPÍTULO 2

ANÁLISE FORMAL OU DISCURSIVA DAS FORMAS SIMBÓLICAS

Para Thompson (1995) são vários os métodos de análise das formas simbólicas. Começa indicando a análise semiótica, definida por ele "como o estudo das relações entre os elementos que compõem a forma simbólica ou o signo, e das relações entre esses elementos e os do sistema mais amplo do qual a forma simbólica, ou o signo, podem ser parte" (THOMPSON, 1995, p.370). Ao entender dessa forma a análise semiótica, considera-a como uma abstração metodológica das condições sócio-históricas de produção e recepção das mensagens, visto que se concentra nas formas simbólicas em si mesmas, na busca de seus elementos estruturais internos. No entanto, entende que a análise semiótica tem a sua utilidade, embora sua contribuição na análise das formas simbólicas seja parcial e exija a busca de um procedimento interpretativo mais compreensivo.

Para a análise das características estruturais de expressões lingüísticas, Thompson (1995) apontou outra metodologia: a análise discursiva, que possibilita a análise da estrutura e das relações do discurso. Para fazer essa indicação, considerou o discurso como unidades lingüísticas que excedem os limites de uma única sentença e "instâncias de comunicação correntemente presentes" (THOMPSON, 1995, p.371).

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Para a análise discursiva, apontou vários métodos tais como:

- **Análise da conversação**: que procura estudar instâncias da interação lingüística nas situações concretas em que elas ocorrem, buscando entender, sobretudo, como os parceiros de uma conversação obedecem a uma ordem, interagindo com o seu interlocutor sem sobrepor a sua fala. No entanto, para Thompson (1995), essa análise raramente leva em conta as condições sócio-históricos da interação lingüística.
- **Análise sintática**: cujo principal objetivo é estudar a sintaxe que atua no discurso do cotidiano e como ela contribui para indicar como o significado é construído no dia-a-dia.
- **Análise da estrutura narrativa**: para Thompson, a narrativa é um discurso que relata um acontecimento, seguindo o fio condutor do enredo no qual os personagens se relacionam mutuamente, desempenhando papéis no desenvolvimento da história.
- **Análise argumentativa**: Thompson enfatiza que o objetivo desta análise é reconstruir e tornar explícitos os padrões de inferência que caracterizam o discurso. Nesta análise, rompe-se com o corpo do discurso, destacando-se um conjunto de afirmativas organizadas ao redor de certos tópicos ou temas. A seguir, mapeia-se as relações entre essas afirmativas em busca de determinados operadores lógicos, tais como implicitações, contradições, pressupostos, exclusões, subentendidos etc.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Este capítulo, apresenta uma síntese da relação entre discurso e sujeito, tomando-se por base diferentes enfoques da *Teoria da Enunciação*. Na seqüência, trata de uma abordagem específica, a *Semântica Argumentativa* de Ducrot, objetivando trazer à tona o *não-dito*, os pressupostos implícitos do discurso sobre a mulher na mídia impressa.

Os pressupostos implícitos no discurso são classificados por Ducrot como *significativos implícitos*, ou seja, os significados que ficam subentendidos numa relação discursiva. Para realizar esse propósito de buscar o sentido do que foi dito e o que ficou implícito, bem como quais foram as reais intenções dos enunciantes, torna-se necessário ler nas entrelinhas dos textos que compõem o *corpus* deste trabalho.

2.1 Discurso e Sujeito

A linguagem humana, segundo Koch (1992), pode ser analisada segundo três concepções principais:

a) linguagem como representação ou espelho do mundo;

b) linguagem como instrumento de comunicação;

c) linguagem como forma ou lugar de interação humana.

Entre essas concepções, a mais atual é a linguagem como forma de interação, como atividade que permite aos seres humanos a prática das mais diferentes ações, que vão exigir comportamentos e estabelecer vínculos

anteriormente inexistentes.

Segundo Geraldi (1991 *apud* KOCH 1992), a linguagem é um jogo que se joga na interlocução e é valendo-se de seu funcionamento que as regras são estabelecidas.

Na lingüística moderna, cuja paternidade se deve a F. Saussure, criador do estruturalismo, encontra-se a passagem de uma lingüística do sistema para uma lingüística do discurso. Na lingüística do sistema, o principal é descrever sincronicamente as unidades pertencentes aos diversos níveis de língua, suas posições e suas regras de combinação.

Com Noam Chomsky, a teoria gerativa tornou-se o centro dos estudos lingüísticos. Apesar disso, tanto a lingüística estrutural, quanto a gerativa, procuraram descrever a língua fora de qualquer contexto de uso. Em contraposição a essa linha de pensamento, muitos lingüistas europeus, sobretudo os franceses, começaram a enfatizar a linguagem como atividade, ou seja, a ação que se realiza na linguagem e pela linguagem. Assim, aos poucos, inaugurou-se a lingüística pragmática. Estavam lançadas as bases para a implantação da lingüística do discurso, isto é, a situação concreta e as condições de produção passaram a ser determinantes na produção das manifestações lingüísticas pelos indivíduos concretos. Na maioria dos casos, trata-se de manifestações lingüísticas maiores que a frase e o objeto de estudo passa a ser as combinações de frases e seqüências textuais ou textos inteiros. O foco de análise recai sobre a linguagem como meio que possibilita a interação humana, assim, a intersubjetividade na linguagem passa a ser o foco de atenção dos lingüistas contemporâneos. A discriminação da linguagem como ação intersubjetiva direciona-se, portanto, à Teoria da Enunciação, da qual ela deriva.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Cabe, agora, conceituar enunciação e enunciado, segundo a lingüística do discurso.

O tema enunciado é empregado por essa vertente como a manifestação concreta de uma frase em situação de interlocução. Assim, por exemplo, "O dia está bonito", é uma frase gramatical da Língua Portuguesa, com sujeito e predicado. No entanto, cada vez que esta frase é pronunciada por sujeitos reais, concretos, em situação de interlocução, em momentos diferentes, tem-se o seu enunciado.

Tomando como base os estudos de Maingueneau (1989), o enunciado é designado como o produto do ato de enunciação. Os estudos contemporâneos defendem que o sentido de um enunciado depende de um conjunto de variáveis e, desta forma, entendem que o contexto não se encontra simplesmente ao redor de um enunciado.

A pessoa que interpreta o enunciado reconstrói o seu sentido de acordo com as indicações propostas pelo enunciador, mas nada garante que ela o reconstrua de forma idêntica ao que foi proposto. Assim, a idéia de um enunciado que possui um sentido fixo, fora do contexto, toma-se, insustentável. Portanto, compreender um enunciado exige saberes diversos, além dos saberes gramaticais ou vinculados aos dicionários. O processo é assimétrico e o enunciado ganha um estatuto pragmático, ou seja, todo enunciado pretende estabelecer ou instituir uma certa relação com o seu destinatário.

Koch (1992) sintetizou afirmando que, paralelamente àquilo que efetivamente é dito, há o modo **como** o que se diz é dito. Portanto, como defendeu Maingueneau (1989), fora do contexto não é possível, realmente, falar de sentido de um enunciado, mas, de coerções para que um sentido seja imposto.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Após o surgimento da Teoria da Enunciação, o sentido se caracteriza como um evento único e jamais repetido de produção do enunciado. O sentido de um enunciado só pode ser inferido com base na enunciação – aqui entendida como a língua posta em funcionamento por um ato individual e voluntário de utilização (BENVENISTE, 1966). Da mesma forma, a enunciação repousa basicamente na interação, constituindo-se, para Maingueneau (1989), como o pivô da relação entre a língua e o mundo. As condições de produção (tempo, lugar, papéis representados pelos interlocutores, imagens recíprocas, relações sociais, objetivos) são os elementos constitutivos na produção do enunciado.

Nessa ótica, a maioria dos enunciados se ancoram em situações de enunciação, tais como: "esta sala", "aqui", "ontem", "eu", "você" etc. Além disso, concorda-se com Maingueneau (1989), quando afirma que o contexto da enunciação não é somente o ambiente físico, o momento, o lugar, mas também o contexto lingüístico – que o autor denomina de cotexto – ou seja, no caso, a frase anterior.

O próprio Maingueneau (1989) apontou três fontes de informações necessárias para a produção de interpretação: o contexto situacional, o cotexto e os saberes anteriores à anunciação. De um modo geral, os enunciados são fragmentos de uma totalidade mais ampla, como um artigo de revista, por exemplo.

A *Teoria da Enunciação*, que teve como precursor o pensador russo M. Bakhtin, ganhou força na França com a obra de Émile Benveniste (1966), que se propôs a estudar a subjetividade na língua.

Em Bakhtin (1997), encontra-se uma crítica em profundidade ao objetivismo abstrato de F. Saussure, cujo princípio básico é entender o fato lingüístico como um fato objetivo e externo a consciências individuais. Entende Bakhtin (1997) que é só para a consciência individual, e do ponto de vista dela, que

a língua se apresenta como um sistema de normas rígidas e imutáveis. Na verdade, conforme defende o citado lingüista, esse sistema de normas somente existe relacionado à consciência subjetiva dos indivíduos que participam da coletividade regida por essas normas.

2.1.1 Significação: sua análise e interpretação com base em diferentes enfoques

2.1.1.1 A presença da subjetividade na linguagem: E. Benveniste

Para Benveniste (1966), existem dois planos de enunciação: o discurso e a história. Na história existe o relato de eventos passados, sem envolvimento do locutor; são fatos narrados e os verbos são usados no passado. O discurso, por outro lado, é de ordem totalmente diversa: é uma enunciação que pressupõe locutor e ouvinte, e o tempo característico do discurso é o presente e o futuro do presente. Mediante o estudo dos pronomes, Benveniste (1966) apontou a questão da subjetividade na linguagem, abrindo uma nova dimensão no objeto da lingüística. Nesse aspecto, formas e movimentos são colocados em pé de igualdade no processo enunciativo.

A tese principal de Benveniste (1966) é que quando se coloca as formas em movimento, emerge a figura do sujeito que, ao encontrar a sua disposição um sistema de formas (a língua), dele se apropria para relacionar-se com o mundo. Na opinião de Brandão (1996), nesse quadro, o sujeito passa a ocupar uma posição privilegiada como elemento de representação do mundo e lugar de constituição da subjetividade.

Analisando mais de perto a proposta de Benveniste (1966), encontra-se a sua definição de enunciação, caracterizada como um processo de



apropriação da língua para dizer algo. Para esse autor, a língua é apenas uma possibilidade que se torna concreta no ato de enunciação, como possibilitadora de uma relação com o mundo. Dessa forma, em Benveniste (1966), a referência torna-se parte integrante da enunciação.

O exercício da língua é o elemento fundamental da subjetividade, que pode ser entendida como a capacidade de o locutor se propor como sujeito de seu discurso. A revelação da subjetividade na linguagem sustenta-se nos pronomes pessoais, e ao instituir um *Eu*, institui-se necessariamente um *Tu*.

Os protagonistas da enunciação são Eu e Tu, que se distinguem pela marca da subjetividade: Eu é pessoa subjetiva e Tu, pessoa não subjetiva. Apesar de Eu e Tu serem duas facetas complementares no processo de enunciação, Benveniste (1966) entende que o Eu teve sempre uma posição de transcendência em relação ao Tu.

Eu e Tu têm a marca da pessoa, enquanto o Ele é a não-pessoa (não referente a um indivíduo específico).

O Ego, segundo esse autor, constitui-se o centro da enunciação, e a constituição da subjetividade é resultante da capacidade de se dizer Eu. A crítica a Benveniste centraliza-se, segundo Brandão, nesse aspecto, pois o sujeito nem sempre está presente na forma do pronome Eu, porém, mascarado pela utilização, no discurso, de formas indeterminadas e impessoais. Por outro lado, se toda enunciação é um ato de apropriação da língua, impõe-se, necessariamente, a figura de um sujeito – visível ou velado.

Em Benveniste (1966), o sistema de normas da língua, com sua ordem característica, é apropriado pelo sujeito na intenção de relacionar-se com o mundo. O sistema assume, então, o estado de *língua em funcionamento*. Ao abrir

unesp

espaço para relações subjetivas, o Ego assume uma posição de transcendência sobre o Tu, constituindo-se no centro da enunciação. A crítica que se faz a Benveniste é a de que ele não conseguiu expandir a noção de subjetividade para fora do Eu, dando ao Tu um estatuto de Eu (BRANDÃO, 1996).

Abre-se, então, uma polêmica em torno de alguns aspectos, com base em Benveniste (1966):

- desconhecimento sobre a forma social de apropriação da linguagem;
- o sistema de normas e da língua é visto como independente da dimensão histórico-social;
- desprezo de outros sistemas significantes, além da língua.

Mesmo reconhecendo a contribuição de Benveniste (1966) aos estudos da significação, especialmente os ligados à Teoria da Enunciação, permanece frágil a forma como esse autor trabalhou a questão da subjetividade, que necessariamente vai esbarrar em sua concepção de sujeito.

Para Brandão (1996), justamente a concepção de sujeito de Benveniste (1966) constitui-se no foco de fragilidade de sua teoria: ao denominar o Eu de Ego, percebe-se no autor uma marcação acentuada de uma subjetividade egocêntrica a comandar o mecanismo da enunciação.

A maior crítica às questões da enunciação formulada por Benveniste (1966), encontra-se, de forma mais sistematizada, na escola francesa de Pêcheux, inspirada em M. Bakhtin.

unesp

2.1.1.2 A enunciação como interação social: abordagens diferentes em relação ao sujeito

A noção de sujeito, segundo abordagens contrárias a Benveniste (1966), articula-se, necessariamente, à noção de história. Visto através deste enfoque, o sujeito, enquanto fala, o faz valendo-se de um determinado tempo e lugar. Além de histórico, o sujeito também é ideológico, pois está orientado socialmente e seu discurso envolve outros discursos historicamente já construídos. Dessa forma, o discurso de cada sujeito adquire a expressão da heterogeneidade, pois divide seu espaço discursivo com o outro.

É esse sujeito que vai perdendo sua homogeneidade para a dinâmica entre a identidade e a alteridade, que se constitui o centro das preocupações atuais da Análise do Discurso, sobretudo a de linha francesa, representada por E. Pêcheux.

Para ela, o espaço discursivo criado na relação entre Eu e Tu, constitui-se no lócus da produção do sentido. Para Pêcheux (1988), sujeito e sentido processam-se simultaneamente no campo ideológico.

É necessário salientar que a análise do discurso de linha francesa, além do considerar o contexto social como determinante do discurso, conforme Bakhtin (1997), alerta para a presença de uma outra dimensão constituinte da linguagem: a dimensão do inconsciente.

Pêcheux (1988) elaborou a contraposição a toda filosofia idealista da linguagem. Para ele, o sentido de uma palavra ou expressão não existe em si mesmo, mas é determinado por posições ideológicas colocadas em jogo no interior do contexto histórico-social onde foram produzidas.

unesp

Dessa forma, valendo-se da proposta de uma teoria não subjetivista de enunciação, Pêcheux (1988) fundou uma teoria materialista dos processos discursivos. A base de formulação de sua teoria é a argumentação de Althusser (1974), em sua obra mais importante: "Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado". De Althusser (1974), enfatiza a tese principal: "a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos", ou seja, a dimensão social se aloja no mais interno da consciência do indivíduo, onde se instalam os valores que orientarão sua ação.

Althusser (1974) destacou a ambigüidade existente no centro da noção de subjetividade, que pode ser caracterizada como:

- existência de uma subjetividade livre, como centro de iniciativas e responsável pelos seus atos;
- existência de uma subjetividade assujeitada a uma ordem superior, desprovida de liberdade.

Esse sujeito proposto por Althusser (1974) e adotado por Pêcheux (1988), apresenta em sua constituição uma enorme contradição, que se origina do fato desse sujeito ser, ao mesmo tempo, interpelado por uma ideologia que o determina e ocupar um espaço especificamente seu, no âmbito de sua história particular. Por isso, justifica-se a expressão de Pêcheux (1975 *apud* BRANDÃO, 1996, p. 35): "Cada sujeito é assujeitado no universal como singular insubstituível" Entendendo que as palavras só ganham sentido com base em uma dada formação discursiva, a Escola Francesa de Pêcheux defende que nada é dado *a priori*: nem o sujeito, nem o sentido.

Influenciado pelo método marxista de análise da realidade social, o materialismo histórico, Pêcheux (1988) concentrou seu interesse na *Análise do*

unesp

Discurso, na superestrutura ideológica vinculada ao modo de produção dominante, numa dada forma social considerada. As formações ideológicas têm como seu componente uma ou mais formações discursivas interligadas, por isso, pode-se afirmar que os discursos produzidos são governados por formações ideológicas determinadas. Dessa forma, são as formações discursivas que sinalizam o que pode e deve ser dito dentro de uma certa posição, em uma dada conjuntura.

Ao sujeito assujeitado pela ideologia, Pêcheux (1988) denominou forma-sujeito. Nesse sentido, a realidade discursiva do sujeito ganha o caráter de ilusão, visto que este se apresenta afetado por dois tipos de esquecimento: aquele de natureza inconsciente e ideológica, em que o indivíduo se coloca como fonte exclusiva do sentido de seu discurso, e aquele em que o sujeito retoma o seu próprio discurso para aprofundar o que pensa e reformular adequadamente o que diz. Segundo Brandão (1996), esse ato se constitui numa seleção lingüística que todo falante realiza entre aquilo que deve ou não dizer.

Segundo Pêcheux (1988), o próprio discurso tem uma característica de heterogeneidade, resultante da dispersão do sujeito. A constituição da subjetividade do sujeito, portanto, guarda as profundas contradições que o marcam na Análise do Discurso. Assim, ele se apresenta nem totalmente livre, nem totalmente assujeitado, movimentando-se no espaço da interação discursiva entre o Um e o Outro, marcado pela ilusão de ser fonte de seu discurso e origem de sentido.

Com Ducrot (1987), no entanto, a *Análise do Discurso* se realiza na perspectiva dos processos de enunciação e da argumentatividade. Para esse autor, o sentido de um enunciado é obtido pelas relações intradiscursivas, que só pode ser atribuído tomando-se como base a significação da frase, conjuntamente com a situação de enunciação. Entre as formas de argumentatividade estudadas por

unesp

Ducrot (1987) destacam-se os pressupostos e os subentendidos, que remetem às intenções implícitas ou veladas do locutor.

2.2 A Semântica Argumentativa de Ducrot

Foi Ducrot (1987) quem utilizou os princípios do implícito e dos pressupostos, para levantar o não-dito no discurso. Conforme Freitas (1999, p. 11), "do que foi dito é sempre possível chegar ao não-dito, cujas pressuposições e implicitações estão contidas de forma velada ou camuflada em qualquer discurso".

Para Ducrot (1987, p.12), a língua

> será considerada como um jogo, ou melhor, como o estabelecimento das regras de um jogo que se confunde com a existência cotidiana. Assim, a língua não é um instrumento de comunicação fechado, um mero código. Existe o implícito e este supera a língua como um código, pois muitas vezes temos necessidade de, ao mesmo tempo, dizer certas coisas, e de se poder fazer como se não tivéssemos dito: de dizê-las, mas de tal forma que possamos recusar a responsabilidade de tê-las dito.

Tal acontece porque em toda sociedade, mesmo naquelas consideradas como mais liberais ou livres (pelo menos aparentemente), existe um conjunto de tabus lingüísticos. Estes não são tanto no sentido lexiográfico, mas sim, devido à existência de temas inteiros proibidos e protegidos por uma espécie de lei do silêncio.

Além disso, de acordo com Ducrot (1987), existe para cada locutor, em cada situação particular, diferentes formas de informação que ele não tem o direito de dar, porque a atitude seria tida como repreensível. Por isso, "recorre-se

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

para as formas implícitas de expressão, pois permitem deixar entender sem acarretar responsabilidade de ter dito" (DUCROT, 1987, p.15).

Passível de discussões, toda enunciação explícita ou afirmação explicitada é aberta, tornando tudo o que é dito passível de contradição. Por outro lado, o jogo lingüístico entre os falantes se faz também com o implícito, que não permite uma contestação imediata por parte dos interlocutores.

Existem, para Ducrot (1987), duas categorias básicas nos procedimentos de implicitação:

- **O implícito do enunciado**: mediante o jogo silogístico, o locutor busca construir um discurso apoiado em premissas nem sempre verdadeiras, posto que poderá lançar mão de jogos que digam respeito mais às convenções oratórias do que à lógica. Essas premissas compõem a organização interna do enunciado, criando, desse modo, uma lacuna no encadeamento das proposições explícitas. Somente o destinatário, neste caso, é chamado a preencher a lacuna.

- **Implícito fundado na enunciação ou o subentendido do discurso:** o ato de tomar a palavra não é, ao menos nas formas de civilização conhecidas, nem um ato livre nem tampouco gratuito. A não-liberdade se deve a certas condições que devem ser satisfeitas para que se possa ter o direito de falar deste ou daquele modo. Quanto à não-gratuidade, deve-se ao fato de que toda fala apresenta-se com alguma motivação, como se

> respondesse a certas necessidades ou visasse a certos fins. Assim, para compreender a enunciação do sujeito, vêm à mente: por que o indivíduo falou como falou? Quais suas verdadeiras intenções? Quais os pontos objetivos, os subjetivos e intersubjetivos contidos em seu discurso?

Além disso, são perguntas fundamentais para aqueles que se dispõem a analisar um discurso: quem disse o quê? Com que intenções? Por que disse de tal modo tal coisa? O que não disse?

Sobre isso afirmou Ducrot (1987, p.17): "o implícito não deve ser procurado no nível do enunciado, como um prolongamento do nível explícito, mas num nível mais profundo, como uma condição de existência do ato de enunciação".

Ninguém fala simplesmente por falar; todo ato de fala é motivado; há sempre um interesse em jogo – que tanto pode ser do locutor, do destinatário ou de um terceiro – razão pela qual se deve sempre questionar quais os motivos que levaram o locutor a falar.

Em todos os casos ou atos de fala existe uma significação implícita (SI) superposta a uma significação literal (SL), que permite ao locutor beneficiar-se da eficácia da fala e da "inocência do silêncio". Desse modo, o locutor limita sua responsabilidade somente à "SL" do enunciado, restando a "SI" para o ouvinte.

Esse raciocínio, igualmente, pode ser aplicado no conteúdo dos objetivos dos enunciados, pois como ressaltou Ducrot (1987, p.20), "o implícito é o que os fatos implicam: ele me disse x: ora, x implica y; logo, ele me disse y".

Foi o citado lingüista quem afirmou que o implícito nunca é encontrado, mas sim, reconstituído. Portanto, é necessário utilizar a "implicitação

como manifestação involuntária" e as "manobras estilísticas" – que permitem ao locutor gerar certas opiniões no destinatário, porém, sem correr o risco de formulá-las – "fazendo sem ter dito". Para se compreender um discurso é necessário, enfim, conhecer os elementos da retórica que lhe dão o aspecto conotativo.

2.2.1 O dito e o não-dito

Para entender o que foi dito e as intenções dos enunciantes em suas enunciações (que levam ao não-dito), Maingueneau (1989, p.6) afirmou que:

> ... é preciso levar em consideração outras dimensões; a AD relaciona-se com textos produzidos:
> - no quadro de instituições que restringem fortemente a enunciação;
> - nos quais se cristalizam conflitos históricos, sociais, etc;
> - que delimitam um espaço próprio no exterior de um interdiscurso limitado.

Necessário também atentar para os elementos do discurso, uma vez que a língua não é somente um instrumento de comunicação, mas, ainda, um poderoso meio de dominação a serviço de interesses, ideologias, vontades e desejos.

Por isso, Possenti (1990, p. 46) destacou que: "O fato de afirmar algo pode, em certas circunstâncias, ser mais relevante (ou tão relevante quanto, ou pelo menos relevante) do que aquilo que se afirma". Tal idéia, de acordo com o autor, desdobra-se em duas outras: os chamados atos de fala (perguntar, prometer, ameaçar, ordenar e outros) e também os elementos formais da língua, que são interpretados no momento da enunciação (os pronomes pessoais, demonstrativos, advérbios e outros).

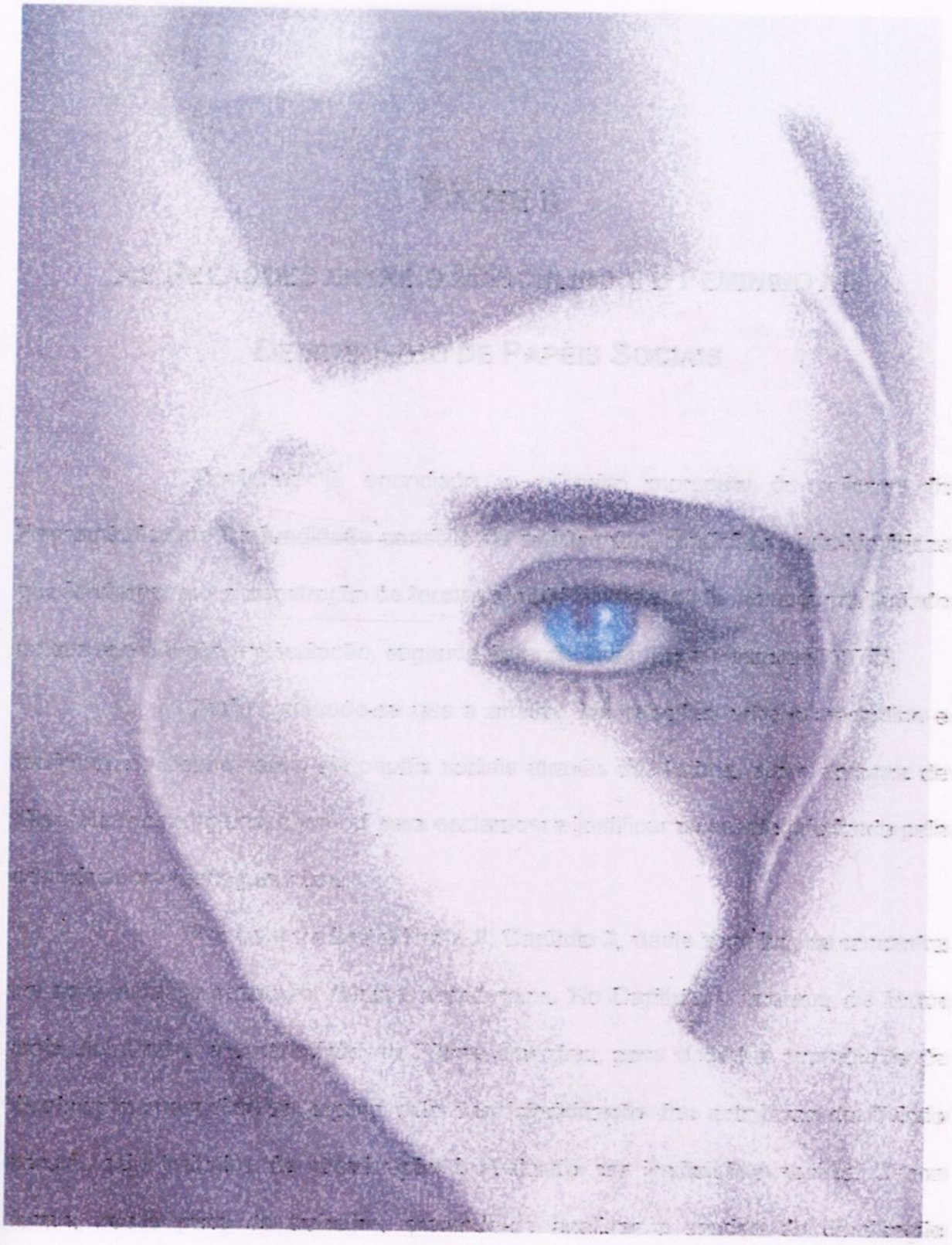
unesp

Para Maingueneau (1989, p.7) "... a análise do discurso consiste num conjunto de procedimentos, cujo objetivo é responder às perguntas: quem fala? A quem fala? O que significa o que fala?"

Tanto Possenti (1990) quanto Ducrot (1987) mencionaram um fato importante no que diz respeito à enunciação: ela é regrada; ou seja, não é qualquer pessoa, em qualquer sociedade, que pode dizer o que quer que seja. "Na análise do discurso é preciso levar-se em conta a consideração simultânea do contexto de ocorrência com a ocorrência lingüística" (POSSENTI, 1990, p.44). Embora certos enunciados possam ser gramaticalmente ambíguos, o discurso poderá oferecer condições para a sua interpretação unívoca.

Apontados esses aspectos, tanto de caráter interno ou lingüístico, quanto os elementos externos ao discurso ou extralingüísticos, existe a hipótese de que tudo o que é dito traz em si vários discursos ou enunciados não-ditos.

unesp



Parte II

unesp

PARTE II

AS RELAÇÕES ENTRE O MASCULINO E O FEMININO NO DESEMPENHO DE PAPÉIS SOCIAIS

Conforme já enunciado, o primeiro momento do enfoque da Hermenêutica de Profundidade consiste na análise das condições sócio-históricas que fundamentam a construção de formas simbólicas pela mídia, espaço privilegiado de sua reprodução e veiculação, segundo defende Bourdieu e Passeron (1975).

Assim, entende-se que a análise das relações entre o masculino e feminino, no desempenho de papéis sociais através da história, sob o enfoque de diferentes abordagens, contribui para esclarecer e justificar a vertente priorizada pela pesquisadora nesta pesquisa.

Por este motivo, a Parte II, Capítulo 3, deste trabalho, se concentra na apresentação resumida dessas abordagens. No Capítulo 4 aparece, de forma mais detalhada, a contribuição de Pierre Bourdieu, para o qual a reprodução da dominação masculina se explica pela deshistoricização das estruturas da divisão sexual, cujo trabalho de eternização é realizado por instituições sociais. Dessa forma, nesta parte do trabalho, pretende-se analisar o sentido da dominação masculina, impregnado na cultura ocidental, que é reproduzido pela mídia.

unesp

Capítulo 3

CAPÍTULO 3

O MASCULINO E O FEMININO SOB A ÓTICA DE DIFERENTES ABORDAGENS

3.1 Abordagem Psicanalítica

O estudo da relação entre o masculino e o feminino exige que se lance um olhar, mesmo que de forma sucinta, sobre os preceitos da Psicanálise. Embora não se possa negar um certo mal-estar *na* e *da* Psicanálise nos dias atuais, considerou-se necessário, neste trabalho, uma retomada de seus conceitos, visto que foram reavaliados na forma de crítica ou resignificados por outras abordagens, apresentadas neste capítulo.

A descoberta da Psicanálise, sua exploração, investigação e revisão constituíram o centro da vida de Sigmund Freud. Seus trabalhos tiveram início quando, com extraordinária visão, percebeu que a histeria era uma doença real. Em seus estudos, em parceria com Breuer, foi capaz de descobrir um tema consistente, subjacente a cada um de seus casos estudados: a sexualidade.

Ao estudar as neuroses, considerou que se fundamentavam na

sexualidade reprimida e na não negação inconsciente de um desejo. Em todos os seus pacientes, encontrou lembranças sexuais escondidas que, muitas vezes, não estavam alicerçadas em fatos reais, mas em fantasias que, de fato, nunca tinham acontecido.

Na realidade, elas representavam o que o paciente temia que pudesse acontecer. Com base nessas constatações, Freud chegou a formular a sua teoria da sexualidade infantil – a paixão inocente da criança por um de seus pais. A publicação dessa teoria produziu críticas, mas as neuroses o incentivaram a mantê-la, bem como a sua conduta no tratamento dos distúrbios nervosos.

Para o criador da Psicanálise, a chave para a compreensão dos comportamentos neuróticos e dos sintomas histéricos estaria abaixo da superfície dos sintomas do paciente, ou seja, no mundo do inconsciente. Para descrever esse processo inconsciente, habitado pela repressão, resistência e transferência, Freud criou o termo Psicanálise. Sua proposta era permitir ao paciente a interpretação e o reconhecimento desses fatores e a sua relação com os sintomas apresentados.

Segundo Stafford-Clark (1972), o trabalho principal de Freud foi *Three Essays on the Theory of Sexuality* [Três ensaios sobre a Teoria da Sexualidade]. Nesta obra, Freud fundamentou a sua teoria sobre as neuroses, a repressão e sobre a fonte da energia emocional subjacente aos impulsos conscientes e inconscientes, que ele denominou *libido,* e sua relação com o comportamento. As suas descobertas psicanalíticas provocaram espanto e recriminação, contrariando todos os conceitos existentes sobre a sexualidade.

A base de sua teoria se identifica com duas idéias:

- a vida “sexual” inclui muitas atividades e difere do conceito de “genital”

unesp

- a vida sexual implica obter prazer originário de diferentes zonas corporais.

Dentre essas duas premissas que fundamentam a Teoria Psicanalítica, o interesse principal recai sobre a primeira delas: a vida sexual tem início na infância, na qual se dá o seu primeiro florescimento. A segundo acontece na puberdade.

O primeiro objeto de amor da criança é a própria mãe, para quem se dirige a sua libido, entendida como "uma força quantitativamente variável que poderia medir os processos e transformações ocorrentes no âmbito da excitação sexual" (FREUD, 1996, p.205).

Quanto à excitação sexual, Freud a compreende como fornecida por todas as partes do corpo, denominando-a *libido do ego*, também chamada de *libido narcísica*. Por outro lado, considera que ela é acessível ao estudo analítico somente quando se investe em objetos sexuais ou quando se converte em *libido do objeto*. Somente com a puberdade estabelecem-se as diferenciações nítidas entre o homem e a mulher. Nesse período, a mulher é vítima de uma onda de recalcamentos que, conseqüentemente, instaura um reforço das inibições sexuais, o que fornece ao homem um estímulo à sua libido, que o estimula ao aumento de sua atividade.

Freud destacou que, na infância, já se instalam algumas disposições próprias do masculino e do feminino: as inibições da sexualidade, como a vergonha e o nojo, são evidentes mais cedo nas meninas do que nos meninos.

Freud defendeu a idéia de que, na menina, o recalcamento sexual é maior, e quando se tornam visíveis as pulsões parciais da sexualidade, elas preferem a forma passiva. Com referência às manifestações auto-eróticas da

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

sexualidade, Freud formulou a tese de que a sexualidade das meninas tem um caráter inteiramente masculino. Complementa essa idéia alegando que a libido é regular e normativamente masculina, quer ocorra no homem ou na mulher.

Os estudos específicos de Freud sobre a sexualidade feminina foram escritos em 1931 e constituem-se numa retomada das descobertas iniciadas seis anos antes, em 1925, em seu trabalho *Some psychical consequences of the anatomical distinctions between the sexes* [Algumas conseqüências físicas das distinções anatômicas entre os sexos]. A publicação desse trabalho, em 1925, causou muitas repercussões entre os estudiosos psicanalistas e podem ter estimulado Freud a retomar o assunto. No Capítulo I dessa obra, Freud analisa a situação da menina na resolução de seu complexo de Édipo e considera que, com ela, tudo é muito diferente daquilo que se passa com o sexo oposto. Considera o desenvolvimento da sexualidade feminina muito complicada, pelo fato de ela ter que abandonar a sua principal zona genital, o clitóris, para outra zona, a vagina. Aponta ainda uma segunda condição de dificuldade para a mulher no desenvolvimento de sua sexualidade, que é a troca de seu objeto original – a mãe – pelo pai.

Adota seu ponto de vista sobre a sexualidade feminina observando mulheres com forte ligação com o pai e que não desenvolveram neuroses. Destaca como resultado dessas observações, dois fatos básicos:

1) a ligação intensa com o pai era precedida de ligação também intensa e apaixonada com a mãe;
2) a duração dessa ligação com a mãe fora subestimada. A análise dessa fase pré-edipiana nas mulheres, portanto, deve ser considerada de suma importância no seu desenvolvimento sexual, pois o complexo de Édipo, segundo ele, pode ser o núcleo das

> neuroses. Afirma que essa fase de ligação com a mãe está relacionada à etiologia da histeria, logo, afirma que a fase e a neurose são caracteristicamente femininas e "nessa dependência da mãe encontramos o germe da paranóia posterior nas mulheres" (FREUD, 1974, p. 79).

No estudo comparativo que realiza sobre a sexualidade masculina e feminina, Freud vai construindo a idéia de superioridade do homem sobre a mulher de uma forma sutil e fundamentando-se nas características biológicas diferenciadas de cada sexo. Inicia afirmando que o homem, afinal de contas, possui apenas uma zona sexual principal, um só órgão genital propriamente dito e, as mulheres, têm duas: a vagina, que é o seu órgão sexual propriamente dito, e o clitóris, que corresponde ao órgão sexual masculino. Nesse aspecto, considera que o desenvolvimento da sexualidade feminina divide-se em dois momentos: no primeiro momento esse desenvolvimento se assemelha ao do sexo masculino, pois concentra-se naquilo que ela tem de semelhante ao homem, porém, de forma mais precária; o segundo momento é o especificamente feminino. Assim, afirma que, no desenvolvimento da sexualidade feminina, há um processo de transição de uma fase para outra, o que não acontece com o homem.

Além dessa diferença básica, existe a outra, relacionada com o encontro do objeto: no caso do homem, a mãe se torna o seu primeiro objeto amoroso e assim permanece até que encontre alguém que a substitua. Também para a mulher o primeiro objeto amoroso é a mãe, porém, no seu desenvolvimento normal, o pai deve paulatinamente tornar-se seu objeto amoroso; pois, oposto a seu sexo.

unesp

O complexo de Édipo remanesce nos homens o desprezo em relação às mulheres, a quem encaram como castradas. A descoberta das crianças do sexo masculino, da possibilidade da castração, oriunda da visualidade dos órgãos genitais femininos, é o que impõe aos meninos a criação de seu superego e de seu lugar na comunidade cultural.

Na mulher, o complexo de castração tem outros efeitos e segundo Freud (1974, p. 82) "Ela reconhece o fato de sua castração, e, com ele, também a superioridade do homem e sua própria inferioridade, mas se revela contra este estado de coisas indesejável".

A partir dessa atitude, abrem-se três linhas de desenvolvimento:

a) abandono de sua sexualidade em geral;

b) afirmação ferrenha de sua masculinidade - homossexualismo;

c) desenvolvimento da atitude feminina normal, encontrando o caminho feminino para o complexo de Édipo, em que toma o pai como objeto.

O efeito do complexo de castração nas mulheres é a descoberta de sua *inferioridade* orgânica em relação aos homens. Assim explicou Freud (1974):

> Quando a menina descobre sua própria deficiência por ver um órgão genital masculino, é apenas com hesitação e relutância que aceita esse desagradável conhecimento. Como já vimos, aferra-se obstinadamente à expectativa de um dia também ter um órgão genital do mesmo tipo, e seu desejo por ele sobrevive até muito tempo após sua esperança ter-se expirado.

Tendo em vista essas considerações sobre o desenvolvimento da

sexualidade do homem e da mulher, Freud indicou a dificuldade em definir o masculino e o feminino, considerando-os como os conceitos mais confusos no domínio da ciência. Segundo ele, ora se empregam esses conceitos no sentido de atividade e passividade ora no sentido biológico e sociológico. Dentre os três sentidos, no entanto, Freud considerou como essencial, na psicanálise, aquele que relaciona masculino com atividade e feminino com passividade. Argumentou que, sendo a libido sempre ativa, pois a pulsão é sempre ativa, ela pode ser descrita como masculina.

Sob o ponto de vista biológico, masculino e feminino são definidos pela presença de espermatozóides ou óvulos, respectivamente, e pelas funções decorrentes deles. Sob o ponto de vista sociológico, Freud considerou que este enfoque extrai seu conteúdo da observação de indivíduos na sociedade, não encontrando, no entanto, nenhum modelo puro de masculino e feminino. Ao contrário, enfatizou que cada pessoa apresenta uma mescla de seus traços biológicos com os do sexo oposto.

De qualquer forma, as re-exposições de Freud sobre o tópico da sexualidade feminina confirmaram a sua tese sobre as mulheres, a quem considerava *um livro fechado ao inquérito psicológico*.

Em vários trabalhos, Freud realizou uma série de afirmações sobre a obscuridade da psicologia feminina.

Stafford-Clark (1972), selecionou algumas dessas afirmações, retiradas da obra *Three Essays on the Theory of Sexuality,* escrita em 1905, e já citada neste trabalho.

> A significação do fator de supervalorização sexual pode ser melhor estudada nos homens, porque somente a sua vida erótica tem-se tornado

> acessível à pesquisa. A das mulheres... está ainda velada por uma impenetrável obscuridade (FREUD, 1905 *apud* STAFFORD-CLARK, 1972, p. 129).
>
> ...
>
> Nem vós escapareis de vos preocupar com este problema – aqueles entre vós que são homens; para aqueles dentre vós que são mulheres, isto não se aplica, vós sois, vós mesmas o problema (FREUD, 1905 *apud* STAFFORD-CLARK, 1972, p. 129).

Apesar do enigma que a natureza feminina representava para Freud, sua tese sobre a inveja do pênis permaneceria como indicação inseparável da sexualidade feminina inconsciente.

Apesar de todas as revisões organizadas em torno dos conceitos clássicos de Psicanálise, Bartucci (2001) sustentou que nunca se revelou tão verdadeira uma das descobertas mais fundamentais da Psicanálise: o caráter não adaptativo da sexualidade humana. No entanto, a principal crítica que a ela se faz concentra-se justamente no fato de apontar forças – que o homem não domina e não conhece, mas que o constituem – na tentativa de compreender o homem e seu comportamento como participante de um mundo real, objetivo.

Assim, concorda-se com Bock (2001) quando afirma que essa abordagem não conseguiu superar as perspectivas mecanicista e determinista: mecanicista, por pressupor uma regularidade no ser humano – como se fosse uma máquina dotada de funcionamento próprio que, por ser natural, pode ser desvendada e conhecida através de técnicas específicas – e determinista, por afirmar que o comportamento humano é um efeito que pressupõe causas que podem ser buscadas pela pesquisa.

A Psicanálise analisa o homem na perspectiva apriorística, com

unesp

estruturas e mecanismos prontos que permitem ao homem funcionar no contexto da realidade. Em suma, se fundamenta numa visão abstrata do homem, centrada na noção de natureza humana, que exige liberdade para desenvolver suas potencialidades. O fenômeno psicológico aparece descolado do próprio indivíduo que o abriga, ou seja, em seu corpo existe algo instalado sobre o qual não tem muito controle e que está pronto a desabrochar.

Ao descolar o homem de sua realidade sócio-histórica, a Psicanálise apresenta um cunho ideológico, pois passa a ocultar os aspectos sociais da construção do próprio fenômeno psicológico e da própria dominação masculina, objeto de estudo deste trabalho.

Através da Psicanálise e do positivismo que a sustenta, a dominação do homem sobre a mulher é entendida como um fenômeno natural – sustentado pela própria especificidade do desenvolvimento da sexualidade – diferenciado para ambos os sexos e desligado das tramas sociais. Dessa forma, o fenômeno foi deslocado de sua base material, visto que foi explicado pelo desenvolvimento da sexualidade feminina e masculina, enfatizando-se uma subjetividade revista e submetida ao inconsciente (BOCK, 2001).

3.2 Abordagem Sócio-Histórica

A abordagem sócio-histórica da relação masculino/feminino fundamenta-se no marxismo e adota o materialismo histórico e dialético como filosofia, teoria e método.

Para Bock (2001), a adoção desse método significa entender a

sociedade como produção histórica dos homens, que têm no trabalho a fonte de produção de sua vida material – que se reflete nas idéias, em forma de representações. Com base nessa abordagem, entende-se a sociedade como fundada em contradições, que movimentam a história dos homens segundo a luta entre pólos contrários. Compreender a relação masculino/feminino, nessa abordagem, implica considerá-la como produto da condição social, econômica e cultural em que vivem os seres humanos, sejam homens ou mulheres. Portanto, a dominação masculina não se explica como algo pertencente à natureza humana e não é preexistente: a vida material é que a determina e explica. Logo, falar de dominação masculina significa, obrigatoriamente, falar da sociedade, identificando-a na relação dos seres humanos com o mundo material e social, que é construído pela atividade humana.

Em síntese, segundo Bock (2001), o método do materialismo histórico e dialético caracteriza-se por:

- uma concepção materialista, segundo a qual a realidade tem uma existência independente em relação à idéia;
- uma concepção dialética, segundo a qual a contradição é considerada a característica fundamental de tudo que existe;
- uma concepção histórica, segundo a qual a história deve ser analisada com base na realidade concreta e não se valendo de idéias.

Analisar a relação masculino/feminino e, mais especificamente, o fenômeno da dominação masculina sob esta ótica, implica caracterizá-la historicamente, articulando-a a um tipo de formação sócio-histórica que a determina,

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

justifica e mantém. Nessa discussão, toma-se como ponto de partida o nascimento da sociedade moderna e suas relações com o fenômeno do poder masculino.

É com o advento do Iluminismo que a modernidade coroou a história e, o homem, fundamentalmente reduzido, passou a ser apenas o ponto de intersecção entre as estruturas sistêmicas, ao contrário do que acontecera nas sociedades pré-modernas, nas quais os atributos sociais eram embutidos uns nos outros e cada área da vida humana estava contida na outra. Portanto, pode-se afirmar que a produção era estética, a estética era religiosa, a política era cultural e assim por diante. O problema das separações funcionais, que tanta preocupação trouxe às mentes modernas, surgiu com o Projeto Cultural da Modernidade e, conseqüentemente, nunca tinha sido formulado antes. Para melhor entendimento da questão, cabe indagar: de onde vem, na realidade, essa diferenciação sistêmica?

A chave para o esclarecimento dessa questão, segundo Kurtz (1993), centraliza-se no fenômeno da separação de um determinado aspecto da vida humana – o econômico – dos demais.

Na modernidade, a Economia desenvolveu-se como um fim em si mesma e como conteúdo central da sociedade, condicionando de forma nunca vista todos os objetivos humanos e culturais. A esfera da função, separada e independente, central e dominadora, tem origem no processo de "valorização do valor" ou maximização abstrata do ganho da atividade econômica, que passou a se tornar um fim em si mesma.

O trabalho abstrato assumiu o perfil de uma atividade funcional, separada da vida e regulamentada por outra esfera – separada e especial – a Política. Com a Economia feita independente, assumindo o conteúdo central e o principal objetivo da sociedade, os demais aspectos da vida foram relegados a um

segundo plano. Valendo-se desse fenômeno, todos os objetos da vida deixaram de ter qualquer valor qualitativo, no capitalismo sem limites do século XX. O que interessava nesse contexto era apenas o valor econômico que colocava os objetos adaptados ao mercado.

Dessa forma, desde a sua gênese, o capitalismo tem se apresentado como a melhor e a mais racional maneira de satisfação das necessidades humanas. Por isso estabelece, entre a troca pura de mercadorias, a mediação do mercado e a associação do valor de troca ao valor de uso dos objetos produzidos.

No mercado, o valor de uso para o vendedor não é mais do que um meio para materializar o valor de troca que, supostamente, está embutido na mercadoria. Com vistas à troca, que favorece a acumulação ao vendedor, este acentuará a promessa do valor de uso, utilizando a aparência sensível da mercadoria a fim de mover o ato comprador. Por conseguinte, a estética se converte em portadora de uma função econômica, instrumentalizada por um fim fora de si mesma. Dessa forma, o *design* passa a ser a estética das mercadorias abstratas, para o consumo de indivíduos particularizados.

Na arte sob o domínio da mercadoria tudo se torna indiferente para o *designer*: não importa o que se vende, pois nesse processo o único princípio válido é o da sedução para o consumo – trabalho realizado brilhantemente pela mídia, sobretudo a televisiva. Dessa forma, apresentando o valor de troca como um atributo da mercadoria, esta se transforma em fetiche, originando novas formas de dominação do indivíduo: a domesticação de seus sonhos, a reorientação de sua atenção, a mudança de percepção de si mesmo e da realidade, a remodelação de sua linguagem e de sua sensibilidade (ZAMORA, 1992).

unesp

Com a fetichização da mercadoria, o homem passa a ser atraído não apenas pelos bens de consumo mas pelo próprio ato de consumir.

Segundo Marx (1978) o fetiche da mercadoria consiste na capacidade que ela possui de encobrir e mistificar o que está atrás dela. A mercadoria perde sua significação humana, tornando-se algo alheio ao homem. Converte-se em realidades soberanas, assumindo formas abstratas e superiores aos seres humanos. Essa humanização das mercadorias gera o seu contrário, a desumanização dos homens, ocupando um lugar de intermediação das relações humanas. O resultado drástico desse fenômeno é que a pessoa humana passa a existir à mercê da mercadoria. O produto, revestido de fetiche, é o que imprime valor ao homem, acumulando ou diminuindo a sua cotação no mercado das relações sociais. As pessoas não querem apenas o necessário mas o supérfluo; e a publicidade tem origem nesse fato e se sistematiza para ajudar o supérfluo a impor-se como necessário. O produto revestido de fetiche cria a ilusão de que, graças a ele, o homem tem mais valor aos olhos de outros homens. Mediante este fato, a sociedade de consumo tenderia a produzir desvios sociais, pois os seres humanos deixariam de perseguir objetivos vitais básicos para adotar os estereótipos de grupos privilegiados, como automóveis, aparelhos eletrônicos, celulares etc.

Na análise da gênese, desenvolvimento e crises do capitalismo, Jameson (1993), apoiado em Mendel[2], sustentou que o sistema atravessou três momentos fundamentais e que cada um deles foi gerado nas contradições do momento anterior: o capitalismo de mercado, o estado monopolista ou imperialismo e o capitalismo multinacional ou tardio. Este último estágio instalou-se na segunda metade do século XX e permanece até os dias atuais. Com o capitalismo

[2] Ernest Mendel **(1923-1995)**: El capitalismo tardio. México: Era, 1970.

unesp

multinacional, considerado a forma mais pura entre as outras, o capital se expande até zonas que não haviam sido ainda convertidas em mercadorias.

Nessa fase do capitalismo, indevidamente chamada de pós-moderna segundo Jameson (1993), a fragmentação aparece como seu traço distintivo. Inaugura-se a sociedade de consumo, de informatização da vida, dos meios massivos de comunicação e de sofisticação da tecnologia. Vive-se uma época de consumo massificado, tanto de objetos quanto de imagens. Momento de fratura da sociedade, de fragmentação, de esgotamento – tanto de uma razão globalizante quanto da defesa de metas, idéias e de valores relacionados ao progresso. A cultura hedonista do presente aponta, ilusoriamente, para a permissividade e para a escolha pessoal de modos de vida.

Na modernidade, a subjetividade era plasmada por uma sociedade de caráter disciplinar, sendo por ela controlada. O caráter permissivo da "pós-modernidade" (capitalismo tardio, consumista), que à primeira vista parece liberar a subjetividade do controle social, apenas modifica as suas estratégias. Agora o controle se estabelece pela sedução de uma oferta de consumo de objetos e imagens, de fatos ou simulacros.

Na sociedade de consumo do presente, aparecem destruídos os sentidos únicos, abrindo ampla margem para as supostas escolhas individuais. O ser humano se ilude com essa aparente liberdade ou com esse suposto paraíso terrestre. Na verdade, há em jogo a construção de uma nova subjetividade, ilusoriamente mais livre, que venha ao encontro das novas relações de produção, inauguradas com base na integração, flexibilidade e auto-serviço, qualidades exigidas pela lógica da acumulação em sua fase multinacional. Nesse processo de construção de uma nova subjetividade e de seu controle com vistas à reprodução e

unesp

ao conformismo, desempenha um papel-chave a Indústria Cultural, que possibilita a universalização do princípio da mercadoria.

A cultura ilusoriamente pensada como tendo um valor em si, no capitalismo fica quase completamente subsumida ao mercado e suas leis. O valor de uso é substituído pelo valor de troca e a própria cultura torna-se um objeto de consumo, submetendo-se as leis da troca e contribuindo para a reprodução do capital e de suas relações sociais. Na realidade, o consumidor é seduzido a experimentar algo para o qual já está inclinado, isto é, não é mais capaz de simplesmente fruir a criação como algo em si mesmo. O que lhe interessa é o prestígio de estar presente, enfeitiçado que está, sob domínio da mercadoria.

Nos *Manuscritos Econômicos e Filosóficos*, de 1948, Marx defendeu a idéia de que o desenvolvimento das forças produtivas, na sociedade governada pelo capital, realiza a absoluta dominação da natureza e resulta na dominação dos homens pelos homens, para culminar na dominação da natureza interior do homem.

Segundo o Iluminismo, tudo o que é racional é masculino e se vincula diretamente à produção, à fábrica e aos interesses do capitalismo. Por outro lado, tudo o que é sensibilidade e emoção está ligado diretamente ao feminino, portanto, tem a ver com a reprodução e se faz em casa, no espaço doméstico e familiar.

Com o desenvolvimento da economia como um fim em si – próprio da modernidade e do sistema capitalista, conforme já explicitado – ocorreu a divisão das esferas sistêmicas e funcionais e tudo que não coubesse nesse sistema de divisões deveria sofrer, por sua vez, uma divisão primária.

E assim se fez com todos os momentos da vida humana, mas que agora são atribuídos à mulher moderna. Na modernidade fragmentada, a família, o

unesp

trabalho doméstico, o cuidado com os filhos, enfim, tudo que não estivesse ligado diretamente à função de produção, deveria se restringir ao espaço privado, que foi reservado para o sexo feminino como resíduo do patriarcalismo pré-existente na história das relações entre os sexos. O mundo do privado, não funcional à estrutura capitalista mas necessário para reprodução da força de trabalho, aparece, nos dizeres de Schotz (1996), como uma "retaguarda escura", obscurecido pelo sistema oficial, o mundo da produção, ocupado e dominado pelo masculino. A economia, assim cindida dos demais setores da sociedade, separa o público e o privado sob o ponto de vista dos sexos. O espaço íntimo da privacidade passa a ser o reduto do sexo feminino, responsável pelo suporte do lado afetivo e emocional, oferecendo calor, conforto e dedicação amorosa ao senhor (o homem) responsável pelo mundo da produção. Em relação ao sistema capitalista de produção, o privado aparece como o lugar da irracionalidade, das emoções, da natureza, que a razão deve subjugar para atingir os fins propostos. A *economia desenvolvida*, por outro lado, representa a esfera *masculina* do público burguês, passando a ser definida como sociedade real (o mundo do trabalho e da acumulação). Em suma, a regras do jogo são dominadas pelo *masculino* e o que determina esse fenômeno não são as condições biológicas, mas as sócio-econômicas e culturais.

A apreensão mística e simpática da natureza, próprias do caráter feminino, é considerada negativa num período de triunfalismo da razão. Para que a racionalidade do homem pudesse impor-se, era necessário eliminar a mulher e tudo o que ela representava: o mítico, o emocional, o sensível, o irracional, o difuso, o incalculável, o contingente.

Com a modernidade e com a objetivação da racionalidade espelhada na técnica, o que estava em jogo era um projeto literalmente diverso de

relacionamento com a natureza. A expansão da nova sociedade, sob a égide do capitalismo, exigia a modificação dos costumes; a nova versão da lógica da produção requeria, em grande medida, o controle dos impulsos, dos desejos e das emoções. Nesse período histórico, a acirrada campanha contra o *feminino* manifestou-se como tendência a domesticar a mulher como *ente natural*, isto é, forçar que ela levasse uma vida calma, doméstica, controlada pelo sexo oposto.

Como procederia o sexo masculino, portador da racionalidade, ao operar na repressão daquilo que é natural a todo ser humano? Ou seja, como recalcar impulsos, desejos e emoções, em nome da racionalidade necessária, na esfera do trabalho e da produção?

Na caça às bruxas, estava claramente em ação o mecanismo das projeções: o temor aos próprios impulsos e afetos encontrava expressão na discriminação contra a mulher. A imagem da mulher foi construída com base no seu papel no casamento, no exercício da atividade de esposa e mãe.

Durante toda a modernidade, presencia-se o quanto a progressiva socialização pelo valor não permitiu a viabilização do projeto de emancipação da mulher. Seu papel na sociedade burguesa se restringiu a ser esposa e mãe exemplar, responsável por construir um espaço doméstico agradável e harmonioso, com vistas à reprodução da força de trabalho do mundo da produção. O próprio Lutero, na tentativa de resgatar a imagem feminina, enclausurou-a no papel de esposa e mãe, modelo de mulher burguesa voltados à família. Casamento e maternidade seriam o único espaço em que as mulheres poderiam se movimentar. Fora isso, os espaços eram ocupados pelos seus maridos.

Em síntese, o patriarcado do valor, desenvolvendo-se através da história, foi obrigado a criar para si um refúgio onde pudesse defender-se de si

unesp

mesmo, enquanto depositário histórico da objetivação valorativa.

A história da ideologia patriarcal, conforme essa abordagem, encontra-se, portanto, vinculada à determinação patriarcal das relações sociais – por meio do trabalho abstrato e do valor – e é típica apenas da sociedade ocidental.

A correlação entre capitalismo e patriarcado continua viva e sem solução imediata, apesar da insurgência significativa, através da história, sobretudo no século XX , dos movimentos feministas reivindicatórios.

Segundo Schotz (1996), a repressão da mulher no mundo ocidental resulta, assim, no seu confinamento ao espaço doméstico e se explica pela ascensão do "princípio masculino" de trabalho abstrato, com a conseqüente perda da dimensão sensível das relações humanas. O resultado imediato dessa condição materializa-se no desencadeamento de relações sexuais assimétricas ou na dominação do masculino sobre o feminino.

Na *Ideologia Alemã*, Marx e Engels (1951) já se referiam ao processo de reificação do corpo feminino sob a égide da sociedade capitalista. Com o advento da industrialização, as mulheres foram requisitadas para o espaço do trabalho produtivo e passaram a ser duplamente exploradas, participando de dupla jornada de trabalho. Tornando-se operárias, as mulheres se engajaram na luta por melhores condições de trabalho e salário, tal qual os outros trabalhadores, em busca de igualdade social.

Segundo Saffioti (1992), esse processo de dominação-exploração dos homens sobre as mulheres varia de intensidade no tempo e no espaço, mas permanece de geração em geração. Por toda a história das relações entre o masculino e o feminino, esse processo passou por um esquema de naturalização. Apesar das diferenças culturais, todas as sociedades conhecidas revelam a

dominância masculina. No entanto, a autora entende que essa relação não significa um total esmagamento das mulheres, mas está dialeticamente implicada na preservação, em certo grau, da figura subalterna. Logo, embora distribuído de forma tremendamente desigual, existe poder nos dois pólos.

> Em todas as sociedades conhecidas, as mulheres detêm parcelas do poder, que lhe permitem meter cunhas na supremacia masculina e, assim, cavar-gerar espaços nos interstícios da falocracia... Como na dialética entre o escravo e o senhor, homens e mulheres jogam, cada um com seus poderes, o primeiro para preservar a supremacia, a segunda para tornar menos incompleta sua cidadania (SAFFIOTI, 1992, p.184).

Citando Marx e Engels, sobretudo este último, Saffioti (1992) lembra que ambos trataram de atribuir ao gênero o mesmo estatuto das relações de classes sociais. O próprio Engels, em *L'origine de la famille, di la propriété et de l'Etat*, publicado em Paris, em 1954, relembrando a obra *L'Ideologie Allemande*, enfatiza que a primeira operação de classe coincide, na história, com o desenvolvimento do antagonismo entre o homem e a mulher no casamento conjugal, e a primeira opressão de classe se dá com a opressão do sexo feminino pelo masculino. No entanto, para discutir a questão do poder que o homem exerce sobre a mulher, embora não de forma absoluta mas dialética, a autora opta pelo conceito de poder de M. Foucault, pois considera que Marx e Engels não explicitaram, ao tratar o tema, as dimensões *dominação* e *exploração*, consideradas essenciais para discutir a relação do masculino e do feminino numa sociedade de classes.

Portanto, Saffioti (1992) considera que as relações sociais de sexo e de gênero travam-se também no terreno do poder, onde tem lugar a exploração dos subordinados e a dominação dos exploradores. Dessa forma, defende a tese de que

dominação e exploração constituem as faces de um mesmo fenômeno.

Com base em Foucault (1976 *apud* SAFFIOTI, 1992, p. 185), que entende poder como "constelações dispersas de relações desiguais, discursivamente constituídas em campos sociais de forças", Saffioti, (1992) considera incontestável a determinação social do gênero. Por outro lado, avessa a qualquer essencialismo, insiste no caráter histórico e mutável das atribuições da sociedade, também para as categorias de sexo. Dessa forma, defende que os fatos biológicos da sexualidade não falam por si próprios, mas são expressos socialmente.

Assim, a autora coloca-se contrária a qualquer raciocínio binário incorporado na linguagem sistêmica de sexo/gênero. Para ela, o sexo é socialmente modelado, por isso critica a frase célebre de Simone de Bouvoir "Não se nasce mulher, torna-se mulher", entendendo que a questão do "tornar-se" pressupõe a passagem do sexo (biológico) ao gênero (social). Para Saffioti, tanto o sexo quanto o gênero são culturais.

Bouvoir, segundo Saffioti (1992), aceita os argumentos da Biologia e da Psicanálise, que se fundamentam na tese das diferenças biológicas do masculino e do feminino. Para a autora, essa tese carece de incursões na esfera do mundo material, fundante dos processos sociais diversos, o que permite aos homens dominar-explorar as mulheres.

Na sua visão, o significado da opressão da mulher é ambíguo, ora indicando só o fenômeno da dominação ora sinalizando, também, o fenômeno da exploração. Porém, as relações de sexo e de gênero são absolutamente recorrentes, impregnando todo o tecido social.

> Trata-se de estar sempre alerta para poder detectar a presença das diferenças-semelhanças de gênero nas relações de produção, assim como

> as diferenças-semelhanças de classe nas relações de gênero (SAFFIOTI, 1992, p.192).

Baseada na dialeticidade das relações sexo-gênero, Saffioti (1992), conclui pela inexistência de um patriarcado absoluto. O processo de subordinação das mulheres às condições materiais e às idéias é inseparável, posto que tais condições agem juntas. Citando Armstrong e Armstrong (1983), enfatiza a idéia de que o patriarcado e o capitalismo constituem um sistema único, portanto, classe e gênero são construídos simultaneamente ao longo da história. Assumindo a postura de que não há nenhuma hierarquia entre esses dois elementos, concorda com as feministas marxistas

> Se hierarquia há de haver, que se legitime, então, a postura das marxistas que acreditam ser a subordinação da mulher resultante de uma complexa interação entre relações capitalista de produção e instituição de poder masculino (SAFFIOTI, 1992, p. 196).

Relações de classe e de gênero, portanto, são constitutivas umas das outras, fundindo-se numa simbiose de lógica contraditória.

Sem abandonar os conceitos do materialismo histórico, mas ampliando suas fronteiras, Saffioti (1992) encontra amparo nos próprios fundadores dessa concepção de história: Marx e Engels. Nesse particular, cita uma passagem dos *E'tudes phyhosophiques* (MARX e ENGELS, 1951, p. 61):

> O principal defeito de todo o materialismo passado – aí compreendido o de Feuerbach – é que o objeto, a realidade, o mundo sensível não são apreendidos se não sob a forma de objeto ou intuição, mas não enquanto

> atividade humana concreta, enquanto prática, de maneira subjetiva. É isto que explica porque o lado ativo foi desenvolvido pelo idealismo, mas somente abstratamente, pois o idealismo não conhece naturalmente a atividade real, concreta, como tal. Feuerbach quer objetos concretos realmente distintos dos objetos do pensamento; mas ele não considera a própria atividade enquanto atividade objetiva.

Tomando-se por base esses argumentos, pode-se concluir com os autores citados, que a suposta liberação feminina e a saída do espaço doméstico para o mundo da rua, não significou outra coisa senão a instrumentação da mente e do corpo femininos, tornados fetiche a serviço da lógica da mercadoria e da acumulação. Pode-se também compreender como a estética do corpo feminino foi utilizada pela televisão e pela publicidade, a fim de incitar ao consumo de idéias, estilos e modos de vida, valendo-se do erotismo industrializado.

Com base nessa abordagem, as crises sociais e ecológicas instauradas no mundo atual passaram a ser vistas como conseqüências da destruição da sensibilidade, presente na forma do valor e no mecanismo patriarcal de cisões. Como a cisão patriarcal se fundamenta no fenômeno de fetichização da mercadoria, o resgate do humanismo, de liberdade para todos, implicaria em abolir essa cisão. O objetivo revolucionário seria, portanto, a construção de um tipo mais elevado de civilização, na qual homens e mulheres pudessem vencer o fetichismo da mercadoria e suas conseqüências, como a repressão das mulheres.

Nessa linha de raciocínio, os movimentos feministas organizados até o presente não conseguem ainda romper o cerco da socialização pelo valor, pois a bandeira de emancipação que levantam está embricada na própria ideologia do modelo responsável pela repressão. No cenário do capitalismo tardio ou multinacional do presente, a lógica da mercadoria continua a definir todo um circuito

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

de relações sociais, somando-se a isso as encenações publicitárias que tentam fazer dela um objeto de culto.

Nesse processo, o corpo feminino foi constituído como mercadoria, submetendo-se à mesma lógica, portanto, fetichizado. Encontra-se, na publicidade, a sensualidade e o erotismo do corpo feminino acompanhando quase todo tipo de produto. Assim, o sistema capitalista e sua lógica masculina apenas mudam o seu poder de direção, criando novas estratégias: ao valorizar e enaltecer a beleza do corpo feminino, condena a mulher a se ocupar com sua beleza, neutralizando a sua consciência política.

Pensando sob esse enfoque, não resta a menor dúvida de que, no presente, diante da televisão, dos anúncios publicitários e da internet, vive-se a cultura do erotismo, produzida para fins mercadológicos.

Na opinião de Marcondes Filho (1986), esse processo de utilização do corpo feminino pela publicidade reduz a mulher a um produto de consumo voyeurista e neutraliza sua real sexualidade. O erotismo, por meio da arte de mostrar "quase tudo", induz à excitação sexual mediante sugestão, simbolismo ou alusão. Aí reside o seu maior perigo. A mulher nua é menos erótica que a mulher com um biquíni sumário. O que caracteriza o erótico é o encobrimento. É o escondido que permite a vazão das fantasias masculinas, levando à excitação.

Esse processo de descobrimento do corpo feminino deu-se paulatinamente. Num passado recente, mostrar apenas o calcanhar era a única possibilidade das mulheres, enclausuradas no mundo doméstico. Nesse processo de desnudamento e de redução de roupas, a mulher chega na atualidade exibindo-se quase nua, restringindo-se a cobrir exclusivamente o seu sexo. Assim, o modelo industrial mercadológico de estética sexual do presente neutraliza o valor do

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

feminino, reduz o prazer à genitália, tornando o ato sexual uma atividade pequena e de prazer reduzido.

Como resultado da industrialização do desejo, aparece o fetiche. O desnudamento total desmascararia o fetiche da mercadoria e enfraqueceria a excitação provocada pelo navegar da fantasia, o que levaria ao desvelamento do discurso publicitário, que se engendra no mistério do secreto e do simulacro.

O lado sexual é, sem dúvida, o mais trabalhado pela publicidade. A maioria dos textos culturais publicitários utiliza o corpo feminino, reduzindo o seu mistério, vendendo produtos destinados ao público masculino. No processo de configuração dos anúncios é fundamental tirar do corpo feminino toda a mancha, feiura, doença ou fraqueza, exaltando a robustez, a beleza, a saúde e a sensualidade. O corpo feminino aparece como escultura, na qual formas e beleza são valorizadas e enaltecidas por interesses econômicos vigentes. Na evolução da valorização do valor, a beleza feminina continua sendo propriedade do gênero masculino e do sistema capitalista. Na sociedade de consumo, o cidadão reduz-se a mero consumidor movido a desejos, e toda propaganda se reduz ao jogo da sedução. Assim, a principal *isca* é a mulher, seja como consumidora ou vendedora, ela é utilizada eroticamente para induzir a compra de produtos ou estilos de vida. O ser feminino torna-se, portanto, alvo de manipulação estética das academias de ginástica, dos produtos dietéticos e da mídia, que por intermédio da circulação de um discurso hegemônico de beleza estabelece um controle cada vez maior sobre corpos femininos, produzindo o aprisionamento da mulher ao culto da beleza. Dela não se exige mais que *pense*, pois só tem valor, nessa ótica, o seu corpo físico. Dessa forma, o produto e a mulher que a ele se incorpora são reificados, ou seja, ambos se tornam alvo do desejo libidinoso.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Nos comerciais de cerveja, por exemplo, o desejo erótico estimulado pela presença do corpo feminino, sumariamente coberto, simula o prazer sexual encarnado na absorção do líquido encerrado numa lata de cerveja ou o consumo da cerveja simularia o consumo do corpo da mulher apresentado no anúncio. Dessa forma, no mundo contemporâneo, a realização dos desejos e experiências foi também atingida. O consumidor, diante dos meios de comunicação em massa, vive experiências ou sensações reproduzidas, padronizadas e descaradamente falsas.

Numa breve análise desses comerciais, verifica-se como neles se evidencia a substituição muito conveniente de um prazer real por sua forma industrializada e reproduzida. Dessa forma, pode-se afirmar que a Indústria Cultural, apesar de todas as críticas, transformou o sexo em produto de mídia de massa. Ao apresentarem as mulheres expondo narcisicamente os seus corpos, atraentes e sedutores, veiculam um modelo de feminilidade, que restringe o poder feminino ao campo do erotismo e da sedução.

Lembrando novamente os comerciais de cerveja, eles pregam o prazer do aqui e agora, no imediatismo do consumo. Em matéria de sexualidade, esses comerciais incitam ao gozo imediato, à satisfação narcisista do desejo. Nas malhas da sublimação, o indivíduo se enreda e consome outros objetos, como por exemplo, a cerveja, que se investe de energia libidinosa. Nesse aspecto reside o reduto principal da indústria da consciência (inconsciência), ao trabalhar com a finalidade de materializar as fantasias humanas. O erotismo tem, portanto, a função de traduzir em imagens reconhecíveis e claras, o desejo reprimido, servindo, assim, de objeto de transferência e investimento.

Nos comerciais citados, há investimentos libidinosos em todas as partes do corpo, ou seja, no falar, no agir, nas roupas coloridas, representando as



próprias embalagens da bebida. No movimento existente no anúncio, as coisas se humanizam e o ser humano se coisifica.

Para Marcondes Filho (1986), a intensa carga projetada sobre o homem, de meros signos de uma sexualidade ofuscada pelos objetos, produz um prejuízo para a relação sexual verdadeira, conduzindo a comportamentos sexuais inautênticos. No caso do homem, conduz ao predomínio da pulsão da conquista, cujo sintoma característico é o voyeurismo; na mulher, leva à pulsão narcisista, que se caracteriza pelo exibicionismo. Tanto o voyeurismo quanto o exibicionismo constituem-se em resultados do processo de mercadorização e desumanização da sexualidade sob o comando e interesse da lógica capitalista.

Embora a problemática da sexualidade, da forma como se manifesta na produção da cultura de massa, seja especificamente masculina, no resultado final homens e mulheres são penalizados no processo de industrialização de suas experiências – formatadas, pasteurizadas e padronizadas. Todo aparato mediático e seu sofisticado suporte técnico não fazem mais do que reproduzir com algo de glamour, a mesquinha cotidianidade do ser humano e suas obsessões. Nesse percurso, encontra-se face a face com a falsa *mimesis*, que dá a sensação de que se adquire as finalidades propostas dos produtos anunciados nos textos culturais produzidos pela publicidade.

Neste período de capitalismo globalizado, presencia-se o advento de uma cultura narcisista, na medida em que o indivíduo se sente, cada dia mais, em dificuldades de estabelecer relações de aproximação e distanciamento com o outro, no processo de formação de sua identidade.

Ainda que se costume enfatizar que as relações sexuais genitais sejam o clímax do prazer sexual, a situação habitual em que se dá o consumo de

produtos culturais condena ao já comentado voyeurismo. A pulsão sexual é reprimida e sua satisfação é substituída pela exibição do prazer e pelo onanismo. A mídia mesmo não oferece nenhuma satisfação, mas incita os desejos, conduzindo-os à renúncia. Essa forma contraditória de agir é própria da Indústria da Cultura, que estimula o desejo com vistas ao consumo, ao mesmo tempo em que dirige à sublimação. Dessa forma, a Indústria Cultural é paradoxal na sua atuação, pois defrauda os consumidores daquilo que lhes promete. A presença constante do sexo e do erotismo nos programas ou anúncios publicitários das diferentes mídias, sobretudo da televisiva, pressupõe seu esquivamento. Conseqüentemente, o desejo é sempre estimulado, mas, nunca satisfeito.

3.3 Abordagem da Teoria Crítica

A grande potencialidade crítica da Escola de Frankfurt, tornaram-na bastante atual no entendimento de questões que envolvem o ser humano contemporâneo, como por exemplo, aquelas que dizem respeito às relações de dominação, que envolvem o masculino e o feminino na sociedade. Por isso, vale a pena revisitar os ensaios e pesquisas dos pensadores frankfurtianos, sobretudo no que concerne ao fecundo modo de apreender a realidade, desenvolvido por eles.

A abordagem da Teoria Crítica, associada a um grupo de intelectuais vinculados ao Instituto de Pesquisa Social, estabelecido em Frankfurt-sobre-o-Meno, por volta do ano de 1923, deu origem a uma linha de pensamento denominada *Escola de Frankfurt*. Entretanto, foi a partir de 1930, por ocasião da posse da direção do Instituto por Max Horkheimer, que esse grupo se solidificou e

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

que o Instituto tornou-se um centro ativo de pesquisa e análise crítica ao capitalismo monopolista. Ao seu famoso nome juntaram-se outros, não menos importantes para a Escola, como Hebert Marcuse, Theodor W. Adorno, Erich Fromm.

Apesar da aglutinação de outros intelectuais ao grupo de Frankfurt, os seus principais representantes foram mesmo Horkheimer, Marcuse Adorno e Fromm que, segundo Slater (1978), constituem o núcleo da Teoria construída pela Escola. Para esse autor, a crítica às idéias elaboradas pelo grupo de pensadores – dirigida por marxistas ortodoxos, que os consideravam revisionistas e ecléticos e por intelectuais burgueses que, por outro lado, os caracterizavam de anti-marxistas – é inadequada. Segundo Slater (1978), a Escola de Frankfurt contribuiu muito com o esclarecimento e articulação do materialismo histórico, porém, os seus adeptos não conseguiram estabelecer relação adequada com a *praxis* (conceito central no marxismo). De qualquer forma, os frankfurtianos, a partir da década de 1930, e sobretudo em 1940, elaboraram de forma consistente a sua "Teoria Crítica da Sociedade". Para Adorno e Horkheimer (1985), a palavra crítica não se refere tanto à crítica idealista à razão pura, mas, especialmente, à crítica dialética à economia política.

Segundo os frankfurtianos, nas escolas, nas famílias, nos meios de comunicação de massas existe uma educação, só que danificada. Homens e mulheres são educados e socializados para o desempenho de papéis prescritos, fundamentados pela ideologia patriarcal, que justifica a dominação do masculino sobre o feminino. A verdadeira cultura, que levaria à real libertação, é camuflada pela semicultura, superficial e inibidora, ilusória, incapaz de promover o sujeito humano, sejam homens ou mulheres.

O projeto sociocultural da modernidade, alvo principal das críticas

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

dos frankfurtianos, caracterizado como um projeto de libertação e emancipação, fundamentado no tripé constituído pelas categorias individualismo, secularização e racionalidade, não conseguiu atingir o seu objetivo: solapar as explicações irracionalistas provenientes dos mitos, substituindo-as pelo saber. Na construção da Teoria Crítica, os adeptos de Frankfurt comprovam as perversões e os paradoxos provenientes da tentativa de execução desse projeto que, em nome do progresso, instalou uma irrefreável regressão (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

Para os adeptos da Teoria Crítica, o desejo de dominar a natureza através da razão, libertando-a do mito, transformou-se para a humanidade numa catástrofe irracional, visto que foi direcionado pela lógica do capitalismo.

Na análise da sociedade burguesa, Adorno e Horkheimer, no *Excurso II da Dialética do Esclarecimento*, de 1947, argumentaram que a burguesia chegou ao poder instrumentalizada pelo esclarecimento, que se volta contra ela quando esta se vê obrigada a desenvolver a dominação, recorrendo à repressão. Dessa forma, os ideais de liberdade, emancipação e domínio sobre a natureza para todos os homens, continuam sendo mito.

Em Adorno e Horkheimer (1985), o domínio do homem sobre a mulher é um capítulo da dominação do homem sobre a natureza. Dessa forma, a dominação da natureza se reproduz no interior da humanidade. O desamparo da mulher, marcada pelo estigma da fraqueza desde a Antigüidade, justifica legalmente a opressão. O desprezo a ela, pelo sexo oposto, se ajusta à prática da opressão. O homem dominador recusa à mulher a honra de individualizá-la.

A submissão sem fim da mulher à lógica masculina é explicada pelos frankfurtianos como condição de sua representação da natureza, que a razão quer dominar. Dessa forma, "a mulher enquanto ser pretensamente natural é produto

da história que a desnatura" (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 106).

Enfocando ainda a condição feminina, esses autores a comparam com a dos judeus, dizendo que há milênios nem uma e nem outra teve possibilidade de libertação.

> Eles vivem, embora fosse possível eliminá-los e seu medo e fraqueza, sua maior afinidade com a natureza em razão da pressão incessante a que estão submetidos, é o seu elemento vital (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 106)

Se o distanciamento da natureza é o que dá força ao homem forte e se o esclarecimento é responsável por esse distanciamento, livrando-o do medo, então a irritação, a fúria, a violência contra aqueles que representam uma amálgama com a natureza, torna-se um comportamento lógico.

Em *Palavras e Sinais*, Adorno (1995) advertiu a respeito de violências que são comuns nos grandes centros urbanos. Segundo ele, a sociedade civilizada, impregnada de racionalidade, manifesta cada dia mais as tendências regressivas, materializadas em pessoas que apresentam traços sádicos reprimidos. Para ele, se a consciência estiver mutilada, fatalmente isso se reverterá para o corpo e para a esfera somática por intermédio de compulsões violentas. Dessa forma, o prazer se alia à crueldade ao invés de aliar-se à ternura. Para a razão, o abandono à criatura amada passa a ser idolatria.

Ainda na *Dialética do Esclarecimento*, lê-se:

> Não foi apenas o amor romântico entre os sexos que enquanto metafísica sucumbiu à ciência e à indústria mas todo o amor, em geral, pois nenhum prevalece diante da razão, nem o da mulher pelo homem, nem o do amante

unesp

> pela amada, nem o dos pais, nem o dos filhos (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 109).

Ao analisarem a participação da mulher na construção da civilização, afirmam que para o ser racional, o homem, as mulheres não tiveram nenhuma participação independente. Para esses adeptos da Teoria Crítica, o caráter submisso das mulheres explica-se pela sua não-participação na produção, apenas cuidando daqueles que produzem. A divisão de trabalho não lhes foi favorável, pois as reduziu às funções biológicas, tornando-as símbolo da natureza, logo, consideradas menores, mais fracas; entre elas e o homem existiria uma diferença que elas não poderiam superar, uma diferença imposta pela natureza, distanciando-as do mundo racional dos homens. "Quando a dominação da natureza é o verdadeiro objetivo, a inferioridade biológica será sempre o estigma por excelência, e a fraqueza impressa pela natureza a marca incitando à violência" (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 231). O resultado dessa lógica masculina e burguesa impingida às mulheres se caracterizou como natureza vencida; a natureza subjugada, por intermédio da submissão espontânea, reflete para o vencedor a sua vitória.

A dominação do homem sobre a mulher, portanto, segundo a lógica de Adorno e Horkheimer (1985), se reproduz mediante o processo de semiformação, do qual os seres humanos são objeto em seu processo de socialização. Numa sociedade irreconciliada com os desejos individuais, onde se presencia a consolidação da subjetividade reificada, a composição das identidades masculina ou feminina afasta-se cada vez mais da reflexão e do inconformismo diante da barbárie. Nesse processo, tomando por base os argumentos adornianos, a semicultura continua sendo reproduzida e veiculada por intermédio da industrialização dos

produtos simbólicos, que resultam, invariavelmente, na produção da consciência reificada, incapaz de visualizar a possibilidade da transformação.

No Capítulo *A Industria Cultural*: *o esclarecimento como mistificação das massas*, de *A Dialética do Esclarecimento*, Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que a massificação, na verdade, é responsável pela produção e reprodução da semicultura – o maior empecilho, segundo eles, para a formação da consciência crítica. Assim, a racionalidade técnica está a serviço da dominação e a Indústria Cultural não cessa de enganar os seus consumidores, homens e mulheres, em relação àquilo que continuamente lhes oferece. Tudo não passa de promessa e o prazer é adiado. Dessa forma, a Indústria Cultural não sublima, mas reprime. A própria civilização (triunfo da racionalidade) impõe às pessoas a renúncia ao prazer, à natureza, ao lado feminino próprio de todo ser, em um processo mediatizado pela Indústria Cultural.

Diante desse quadro, pode-se considerar a dificuldade enfrentada pelas mulheres para conseguir liberdade e emancipação, numa sociedade onde os indivíduos, tanto afetiva quanto cognitivamente, são trabalhados para subordinarem-se ao processo de semiformação cultural, que implica adaptação e conformismo. No processo de formação das identidades masculina e feminina não há discernimento e inconformismo, mas, ausência de reflexão, especialmente quando essas identidades são compostas nas tramas de um processo de mercantilização dos produtos simbólicos e no interior de uma ideologia patriarcal.

O processo de masculinização da sociedade tem, de acordo com Marcuse (1981), uma história milenar. Segundo ele, o processo de domínio do homem sobre a mulher remete aos primórdios de vida social, quando a força física era o elemento prioritário no estabelecimento da hierarquia entre os seres humanos.

unesp

Nessas condições, o papel da mulher e a sua participação na sociedade foram reduzidos à maternidade e ao cuidado dos filhos. A partir daí, a mulher foi considerada inferior, apêndice do homem, objeto sexual e instrumento de reprodução.

Na *Ideologia Alemã,* Marx e Engels (1951) já se referiam ao processo de reificação do corpo feminino sob a égide da sociedade capitalista. Com o advento da industrialização, as mulheres foram requisitadas para o espaço do trabalho produtivo e passaram a ser duplamente exploradas, participando de dupla jornada de trabalho. Tornando-se operárias, as mulheres, tal qual os outros trabalhadores, se engajaram na luta por melhores condições de trabalho e de salário, em busca de igualdade social. Marcuse (1981) questionou essa situação, argumentando que a igualdade social não levaria à liberdade se fossem mantidas as mesmas maneiras pelas quais a propriedade é adquirida e as mesmas relações sociais dela decorrentes. É obsceno, por parte de uma sociedade, a produção esmagadora de mercadorias, enquanto as vítimas da própria lógica do sistema se vêem privadas do estritamente necessário.

Os movimentos feministas apontam muito mais para a realização de uma sociedade com características atribuídas às mulheres, na longa história da civilização patriarcal. O "eterno feminino" representa a oposição à dominação e à exploração circunscrita na lógica da acumulação e que se estende para todos os seres humanos desprovidos dos meios de produção. Uma existência livre da subordinação dos homens a outros homens só seria possível através da superação histórica da maneira pela qual a propriedade é adquirida e das relações sociais dela resultantes (MARCUSE, 1981).

Nesse sentido, para Marcuse (1981), a liberação das mulheres

FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS - UNESP CA

unesp

implicaria no processo concomitante de liberação do homem. A civilização não repressiva só poderia emergir com a superação dos fatores de repressão. Trata-se de pôr fim à sociedade de consumo, que leva o homem e a mulher a consumir-se a si mesmos como mercadoria. Uma sociedade livre se fundamentaria em novas relações de produção, instauradas por necessidades e finalidades instintivas, contrárias àquelas que reinam na sociedade repressiva ou de acumulação. Trata-se de superar o reino da igualdade, que pode ser conquistado por homens e mulheres no plano político e econômico; o movimento das mulheres deve superar as reivindicações de igualdade de salários e condições de trabalho, a caminho da exigência de estabelecimento de novos valores, novas exigências que o próprio homem não pode satisfazer enquanto homem.

Nos dizeres de Marcuse (1981), tudo o que transcende os valores da produtividade – como por exemplo, a felicidade improdutiva que as mulheres prometem, a sensualidade, o prazer, o retorno à natureza reprimida pela racionalidade (civilização) que elas representam – são fatais para a sociedade administrada. O "eterno feminino" representa um antídoto à sociedade dominada pelo princípio de realidade, que tem como base a razão repressiva, dominadora da natureza e do homem (mulher). O reino da liberdade, instaurado pela superação da sociedade repressiva, é uma utopia. É o reino do Eros, onde a cultura será engendrada por sublimação não repressiva, representando a reconciliação entre sensibilidade e intelecto, prazer e razão. Essa tarefa está nas mãos das mulheres que, ao alcançarem sua emancipação, construirão o reino da liberdade desejável para todos os seres humanos (MARCUSE, 1981)

A questão da dominação do homem sobre a mulher, circunscrita na ideologia patriarcal, encontra também hospedagem na teoria do superego de Freud,



retomado por Fromm em suas análises das relações humanas.

No prefácio de sua obra *O coração do homem*, Fromm (1981) considera-se um crítico de Freud e um reformulador de suas teorias, baseando-se em um arcabouço filosófico diferente. Destaca como as maiores descobertas de Freud, as construções a respeito do complexo de Édipo, narcisismo e instinto de morte. Segundo Fromm (1981), são descobertas que, revistas sob novo enfoque, apresentam-se potencialmente significativas para o entendimento do comportamento humano, sobretudo sobre as questões relacionadas ao amor, ao ódio e à violência que comumente permeiam as relações entre os gêneros na sociedade.

As obras de Freud que serviram de base para os frankfurtianos foram aquelas produzidas depois de 1920, quando o criador da psicanálise introduziu em seus estudos o conceito de superego, no qual se inseriu a questão da ideologia.

O problema da agressão, que se baseia no discutido impulso de morte construído por Freud, fundamenta-se, segundo Fromm (1981), no componente agressivo natural inserido na sexualidade. Por isso, a manipulação torna-se necessária para a vida social. Para ele, a civilização tem que se valer de todos os meios para pôr limites aos instintos agressivos do homem.

Embasada na obra de Fromm, a Escola de Frankfurt rejeitou a teoria do impulso de morte de Freud, por entendê-la desconectada do contexto histórico; segundo essa teoria, o impulso de morte seria uma força psíquica imutável e primária, totalmente centrada na natureza humana, independente de qualquer condicionamento social.

A teoria do impulso de morte, em Freud, centra-se na idéia de que o organismo humano é naturalmente conservador e, às vezes, até regressivo. Por

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

isso, conclui que a psique humana é mais dada à passividade do eu do que à atividade, muito mais retraída do que avançada, buscando ansiosamente pela morte e pela paz. Paradoxalmente, foi por considerar esse impulso primário no homem que Freud construiu o conceito de superego, uma das suas concepções sociais mais críticas.

Na teoria do superego de Freud, retomada por Fromm (1981), o ego ideal ou superego, pode se transformar naquela pessoa ou grupo que mais merece ódio. Por isso, os dominados e reprimidos podem estar emocionalmente ligados aos seus senhores, como no caso das mulheres dominadas e exploradas no contexto da cultura machista.

Com base nesse referencial freudiano retomado por Fromm, pode-se inferir que a agressividade do homem sobre a mulher se insere em um impulso de morte irredutível. A agressividade é introjetada pela consciência, no processo de consolidação do superego. Em outras palavras, o processo de deflexão ideológica da consciência acontece quando a agressividade é dirigida para o seu próprio ego. Assim, o superego se coloca contra o resto do ego, impingindo-lhe uma violência que ele mesmo gostaria de dirigir a outros. Como antítese ao impulso de morte, segundo Fromm (1981), Freud construiu o conceito de Eros – verdadeiro impulso vital que dirige o ser humano ao progresso e à defesa da vida.

Ao tratar da violência, Fromm (1981) analisou suas causas valendo-se do enfoque psicanalítico freudiano, considerando que ela se manifesta por diferentes formas. A violência produzida por frustração é, segundo ele, um comportamento a serviço da vida e da destruição em si mesma. A inveja e o ciúme são considerados como gêneros especiais de frustração. Esses sentimentos são desencadeados não só porque alguém não conseguiu algo que desejava, mas, pelo

unesp

fato de outra pessoa ter sido favorecida em seu lugar.

Na esteira do pensamento desse autor, inserem-se as relações de gênero, muitas vezes marcadas pela violência da parte de um dos parceiros, motivadas pelo ciúme, traição e agressão, ocorrências em que as mulheres são as maiores vítimas.

O comportamento agressivo torna-se mais grave quando a vingança torna-se a meta dominante da vida de certas pessoas, para as quais, sem esse ato, a auto-estima e o sentimento de identidade ameaçam desabar. A vingança de certos homens sobre suas mulheres, materializada em agressividade, muitas vezes física, pode ser explicada, portanto, como um instrumento necessário para o ego de pessoas psicopatologicamente afetadas.

Na sua crítica ao capitalismo moderno, questão central na construção da Teoria Crítica, Fromm (1976) destacou o seu caráter massificante, centrado numa lógica anti-humana, resultando na alienação do homem de si mesmo, de seus semelhantes e da natureza.

O autor destacou que, no seu cotidiano, os homens se relacionam como autômatos, como indivíduos participantes de um rebanho, sentindo-se extremamente sós, inseguros e ansiosos. Ao tratar as relações entre os seres humanos, caracteriza-as como de troca e consumo: o caráter humano é engrenado para trocar e receber; para transacionar e consumir. Tudo, tanto os objetos espirituais como os materiais, tornam-se mercadorias de consumo.

Ao se pronunciar a respeito das relações entre os sexos, Fromm (1976) as caracteriza como marcadas pelo medo ou pelo ódio, entendendo que é por essa razão que as pessoas não conseguem se entregar completamente. Se uma pessoa sexualmente inibida puder emergir do medo ou do ódio e, portanto, tornar-se

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

capaz de amar, seus problemas sexuais estarão resolvidos.

Ao falar sobre o conceito de amor de Freud, Fromm (1976) chama a atenção para a ênfase dada por ele ao papel do macho patriarcal, dizendo ser o amor uma descrição da experiência desse macho dentro de um sistema econômico e político, marcado pelo capitalismo do século XIX.

Dessa forma, no século XX, o amor seria também caracterizado como a experiência do macho patriarcal, vivenciada num novo momento do capitalismo, estruturado na alienação, competitividade e egoísmo.

Diante da mulher que não corresponde à figura da mãe – que representa calor, cuidado, admiração e segurança – muitos homens se decepcionam e conflitos e ressentimentos são desenvolvidos em relação a ela. Se, diante desse quadro, as mulheres ainda reivindicam uma vida própria, insurgindo-se contra os deslizes amorosos cometidos por eles, tais homens sentem-se feridos, traídos, decepcionados, o que, habitualmente, os conduz a comportamentos agressivos e violentos. Qualquer falha da *mãe amorosa* para com o *filho carente* é tomada como falta de amor e ingratidão, o que comumente desencadeia comportamentos irracionais em relação à fonte do desencantamento: a própria mulher.

Em Fromm (1976), só o retorno do homem a si mesmo e o fim da alienação poderiam conduzir à paz entre o homem e o homem (mulher), entre o homem e a natureza; nisso consistiria a verdadeira integração entre o mundo e si mesmo.

Capítulo 3

unesp

Capítulo 4

CAPÍTULO 4

CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO-HISTÓRICA DAS FORMAS SIMBÓLICAS E A MATRIZ DAS SIGNIFICAÇÕES DOMINANTES DE PIERRE BOURDIEU

4.1 Sobre o Poder Simbólico

Segundo Bourdieu (2000), o poder está em todos os campos do mundo social, porém, é necessário descobri-lo, mormente onde ele se deixa ver menos. O poder simbólico é o menos visível e só pode ser exercido se houver cumplicidade daqueles que não querem saber que o detêm ou que a ele estão subordinados.

Ao caracterizar os sistemas simbólicos como instrumentos de conhecimento e de comunicação, o autor defende a idéia de que eles só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. O poder simbólico é um poder de construção da realidade, que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica, ou seja, oferecer o sentido imediato do mundo.

Recordando Durkheim, Bourdieu (2000) lembrou que esse sociólogo entendeu a função dos símbolos como responsáveis pelo estabelecimento do

unesp

consenso e reprodução da ordem social. Ao contrário, Marx entendeu as produções simbólicas como ideológicas, ou seja, relacionadas com os interesses da classe dominante. Dessa forma, produz-se uma integração fictícia da sociedade em seu conjunto, o que conduziria à produção da falsa consciência e desmobilização da classe dominada.

Para Bourdieu (2000), é com instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação que os sistemas simbólicos exercem sua função política de legitimação e imposição da dominação.

A luta entre as classes, na realidade, é simbólica, isto é, se caracteriza como uma luta entre definições do mundo social conforme os seus interesses. Nessa luta, está em jogo o monopólio da violência simbólica legítima, ou seja, do poder de impor uma visão de mundo arbitrária. Essa arbitrariedade é ignorada como tal por ambas as classes.

> O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo é, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto, o mundo, poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica) graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 2000, p. 14).

O poder simbólico, portanto, exerce-se dentro de uma relação determinada entre os que o exercem e os que a ele estão subordinados. Isso significa que ele se dá no próprio campo em que se produz e se reproduz a crença. Dessa forma, Bourdieu (2000) afirma que o poder da palavra reside na crença da sua legitimidade e daqueles que a pronunciam. Por isso, a aniquilação desse poder

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

supõe a tomada de consciência do *arbitrário cultural*[3], logo, da desconstrução da crença.

> ... é na medida em que o discurso heterodoxo destrói as falsas evidências da ortodoxia, restauração fictícia da ***dóxa*** e lhe neutraliza o poder de desmobilização, que ele encerra um poder simbólico de mobilização e de subversão, poder de tornar atual o poder potencial das classes dominadas (BOURDIEU, 2000, p.15).

4.2 O Conceito de *Habitus*

Na construção do conceito de *habitus*, Bourdieu (2000) se colocou contrário às diferentes posições das Ciências Sociais: a alternativa da consciência (ou do sujeito) e do inconsciente, a do finalismo e do mecanismo etc.

A noção de *habitus*, de acordo com o autor, é talhada com base na noção aristotélica de *hexis*, convertida pela *escolástica* em *habitus*. Constitui-se, pois, numa reação contra o estruturalismo, retomado por Althusser, em que o agente é reduzido ao papel de suporte da estrutura. Coloca-se, portanto, próximo às posições de Chomsky, que elaborou a *Generative Grammar*.

Bourdieu (2000) desejava pôr em evidência as capacidades criadoras ativas, inventivas, do *habitus* e do agente (que a palavra *habitus* não diz), embora chamando a atenção para a idéia de que esse poder gerador não é o de um espírito universal, de uma natureza ou de uma razão humana. Em Chomsky, o *habitus,* como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradução idealista). O *habitus*, a *hexis,*

[3] União do arbitrário da imposição e do arbitrário do conteúdo imposto, gerando a violência simbólica.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

indicam a disposição incorporada, quase natural, de um agente em ação.

Dessa forma, verifica-se que o autor enfatizou o *lado ativo* do conhecimento prático, negando a tradição do materialismo histórico com sua teoria do reflexo. Assim, Bourdieu (2000) recuperou o papel do agente na sua qualidade de operador prático, de construtor do objeto. Aproximou seu conceito de *habitus* às teorias de Heidegger e Merleau-Ponty, que salientaram a idéia de que o sujeito mantém com o mundo uma relação ontológica.

Recordando Mauss, que reconhece a dimensão corporal das *hexis* como parte ou postura, sublinhou que a "noção serve para referir o funcionamento sistemático do corpo socializado" (BOURDIEU, 2000, p.62).

4.3 Sobre a Reprodução

Bourdieu e Passeron (1975, p.10), enfatizando a relação entre o poder simbólico e a violência simbólica por ele veiculada, destacaram:

> Todo poder de violência simbólica, isto é, todo poder que chega a impor significação e a impô-las como legítimas, dissimulando as relações de força que estão na base de sua força acrescenta sua própria força, isto é, propriamente simbólica, a essas relações de força.

Valendo-se dessa premissa, o autor ressaltou o caráter de violência simbólica de toda ação pedagógica, que se constitui como uma imposição de um *duplo arbitrário*, relativo ao poder e a cultura.

unesp

Embora o autor tenha destacado especificamente a ação pedagógica das instituições educacionais, não deixou de incluir, também, a ação produzida pela educação difusa, ou seja, a que se realiza por todos os membros educados de uma formação social ou grupo. Nesse particular, pode-se salientar o papel da mídia na reprodução do arbitrário cultural, lembrando que a dominação masculina faz parte desse arbitrário.

A comunicação de massa, nas sociedades modernas, veicula diariamente numerosas lições e imagens – apresentadas repetidas vezes – acerca do jovem, da mulher, do idoso. Dessa forma, os veículos de comunicação de massa se tornaram fonte de definição inescapável, onipresentes na vida cotidiana dos indivíduos, notadamente no que concerne à imposição de significações dadas como legítimas. Assim, exercem um poder caracterizado pela violência simbólica. Entendem Bourdieu e Passeron (1975) que esse poder é arbitrário e a cultura que impõe também é arbitrária. Daí seu caráter ideológico na reprodução de formas simbólicas, responsável pela manutenção dos interesses de um grupo, já que toda formação social se caracteriza como um sistema de relações de forças e de sentido entre grupos ou classes.

Por que a ação pedagógica da mídia constitui-se numa violência simbólica? A essa indagação, Bourdieu (2000) responde que, num primeiro sentido, a própria relação de força está na base de um poder que é arbitrário e que, por ter poder, impõe e inculca um arbitrário cultural. Num segundo sentido, essa violência se explica porque reproduz a seleção arbitrária que um grupo ou uma classe opera objetivamente *em* e *por* seu arbitrário cultural.

Para Bourdieu (2000, p. 23-24),

> Numa formação social determinada, o arbitrário cultural que as relações

> entre grupos ou classes constitutivas dessa formação social colocam em posição dominante no sistema dos arbitrários culturais é aquele que exprime o mais completamente, ainda que sempre de maneira mediata os interesses objetivos (materiais e simbólicos) dos grupos ou classes dominantes.

Dessa forma, a mídia, juntamente com outras agências de socialização, contribui para a manutenção do *habitus* ou corpo socializado. O desconhecimento de que a ação pedagógica é uma violência é o que garante a sua legitimidade, o que contribui para a reprodução das relações de força.

4.4 Abordagem da Matriz das Significações Dominantes de Pierre Bourdieu

Em sua obra *A Dominação Masculina*, Bourdieu (2002) se propõe a analisar a questão centrada nos mecanismos históricos responsáveis pela deshistoricização e pela eternização das estruturas da divisão sexual. Nesse aspecto, o ponto nevrálgico da investigação desse autor incide na procura dos princípios de divisão, correspondentes a essas estruturas.

Para Bourdieu (2002), o que aparece como eterno na história, como o caso da dominação masculina, não passa de um trabalho de eternização realizado por instituições interligadas, como a Família, o Estado, a Igreja e, modernamente, a Mídia. A essas instituições cabe o processo de socialização ou moldagem, pelo qual passa o indivíduo, a fim de incorporar os princípios e as significações de um determinado arbitrário social. Portanto, a principal função dessas instituições é produzir a eternização do arbitrário.

O caráter arbitrário dos fenômenos e processos sociais, na ótica de



Bourdieu (2002), não é resultante de suas funções – tal como defende a tradição materialista a respeito dos processos de simbolização – mas resulta, antes, de uma escolha e seleção que cada sociedade realiza em face de uma matriz mais ampla de modalidades possíveis.

Nas palavras do próprio autor:

> A seleção de significações que define objetivamente a cultura de um grupo, ou de uma classe como sistema simbólico é **arbitrária** na medida em que a estrutura e as funções desta cultura não podem ser deduzidas de nenhum princípio universal, físico, biológico ou espiritual, não estando unidas por nenhuma espécie de relação interna à "natureza das coisas" ou a uma natureza humana (BOURDIEU e PASSERON, 1975, p.23).

Para a análise da reprodução do arbitrário cultural, Bourdieu e Passeron (1975) propõem um modelo dinâmico, do tipo gerativo, capaz de articular o domínio das estruturas ao domínio das práticas por intermédio dos *habitus*. Assim, se colocam contra o materialismo redutor e a separação em que se apóia, numa visão dicotômica do econômico e do não-econômico. Dessa forma, propõem um modo de conhecimento praxiológico, que tem por objetivo as relações dialéticas entre as estruturas objetivas e as disposições estruturadas pelas quais elas se atualizam.

Miceli (1975, p. XL), sintetiza o pensamento de Bourdieu sobre essa questão:

> As práticas resultam da relação dialética entre uma estrutura por intermédio do *habitus* como *modus vivendi* e uma conjuntura entendida como as condições de atualização deste *habitus* e que não passa de um estudo particular da estrutura.

unesp

Dessa forma, para Bourdieu – de acordo com Miceli (1975) – o *habitus*, constituindo-se num princípio gerador que impõe um esquema durável e ao mesmo tempo suficientemente flexível, acaba por conferir à *praxis* social um espaço de liberdade, responsável pelas transformações sociais. Nesse aspecto, segundo o citado autor, é possível perceber a influência exercida por Weber e Gramsci sobre Bourdieu, sobretudo no que se refere à concepção de estratificação social.

Juntamente com Weber e Gramsci, Bourdieu defende a autonomia relativa do campo simbólico, derivada do trabalho de grupos de agentes, cujo conceito se fundamenta em Gramsci. Esses grupos sociais lutam pelas necessidades internas de organização e pelo interesse de seus agentes em manter ou alcançar uma posição hegemônica. Assim, tal como Weber, Bourdieu defende a idéia da existência de grupos autonomizados que lutam para manter a sua organização interna, que ele caracteriza como realidade conjuntural. Nessa leitura de realidade social, privilegia-se a análise do campo simbólico. Entende-se, pois, que a cultura de uma sociedade se constrói com base na hegemonia de um grupo.

Assim, Miceli (1975) aponta em Bourdieu a emergência de uma concepção de sociedade, que enfatiza a dimensão política. "E Bourdieu leva às últimas conseqüências a imagem da sociedade como um campo de batalha operando na base de força e do sentido de melhor, dando ênfase à força do sentido" (MICELI, 1975, p. LIII).

Assim, o autor pergunta-se: teria Bourdieu a intenção de elaborar uma teoria culturalista de sociedade? A resposta é negativa. Na verdade, a preocupação de Bourdieu era mostrar o processo histórico das lutas entre classes e

unesp

grupos sociais, responsável pela imposição de um arbitrário cultural. A matriz das significações dominantes funciona como mascaramento desse arbitrário cultural e do caráter arbitrário da dominação.

A produção simbólica se assenta no aparato institucionalizado, responsável por sua inculcação e reprodução por intermédio de um corpo de agentes profissionais que ocupam uma posição determinada na estrutura social. Nesse caso, as instituições da mídia teriam um papel fundamental na reprodução do aparato simbólico arbitrário.

Diante do exposto, pode-se constatar a oposição explícita de Bourdieu (1974, 2000, 2002) às visões biologistas e psicanalíticas, materialistas ortodoxas e até da teoria crítica, visto que essas abordagens não levam em conta a dialética explicativa do *habitus*, entendido por ele como um princípio operador que possibilita a interação entre as estruturas objetivas e as práticas. "O *habitus* completa o movimento de interiorização de estruturas exteriores, ao passo que as práticas dos agentes exteriorizam os sistemas de disposições incorporadas" (MICELI, 1974, p.XLI).

Mediante esse suporte teórico mais especifico, procurou-se delinear o caráter arbitrário da dominação masculina, conforme proposto e analisado por Bourdieu em uma de suas últimas obras, intitulada *A dominação Masculina*, escrita em 1998. Nessa obra, o autor analisa detalhadamente o fenômeno da imposição e submissão das mulheres, resultante da violência simbólica, que é caracterizada por ele como "violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento..." (BOURDIEU, 2002, p.7). Seu enfoque, portanto, recai sobre a investigação da dimensão propriamente simbólica da dominação masculina.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Conforme já exposto, nessa obra Bourdieu (2002) se preocupa em caracterizar a sua abordagem, colocando-se em oposição aos estudos ditos "materialistas", que buscam explicar as diferenças entre os sexos no jogo de papéis sociais incrustados nas condições de produção, e os estudos ditos "simbólicos", que também se configuram como parciais. Como base para as suas explicações a respeito das relações assimétricas entre os sexos, recorre à etnologia, mais precisamente, ao estudo da sociedade Cabília[4], entendendo-a como uma arqueologia objetiva do inconsciente – que, diferentemente de Freud, caracteriza como produzido historicamente. O trabalho de socialização do biológico marcou em corpos e mentes a inversão da relação entre as causas e os efeitos. O princípio da realidade, como também de suas representação, reside na construção naturalizada dos "gêneros" como *habitus sexuados*.

Bourdieu (2002) defendeu que o princípio da perpetuação da dominação masculina está inscrito não apenas na unidade doméstica, mas, sobretudo em outras instâncias, como o Estado, a Escola, a Mídia, lugares de elaboração e imposição de princípios de dominação.

Nesse aspecto, dirige uma crítica aos psicólogos, que geralmente trabalham com a visão comum do sexo, isto é, tratando-o como conjuntos radicalmente separados, deixando-se guiar pelos princípios de visão e de divisão inscritos na linguagem comum, como por exemplo, quando se diz que os homens são mais agressivos e as mulheres mais fracas e temerosas. Esses estereótipos, empregados tão comumente na linguagem cotidiana, estão na base do preconceito

[4] A Cabília constituía uma sociedade camponesa cuja origem, os Kabiles, era uma tribo integrante dos povos berberes que ocupavam as montanhas Atlas, localizadas ao norte da África. A pesquisa de Bourdieu em Cabília aconteceu durante período de 1950-1960.

unesp

em relação à mulher e ao homem, visivelmente reproduzido pelas instituições da mídia.

Mediante o estudo etnográfico da sociedade Cabília, Bourdieu (2002) procurou traçar um estudo sócio-analítico do inconsciente androcêntrico. Nesse estudo, se propôs a delinear a dialética entre as estruturas objetivas e as formas cognitivas ou simbólicas, com vistas a operar a objetivação das categorias desse inconsciente.

O estudo do comportamento dos camponeses de Cabília demonstrou que aqueles indivíduos salvaguardaram estruturas representativas da visão falo-narcísica, comuns a todas as sociedades mediterrâneas (Grécia, Itália, Espanha, Egito, Turquia etc...). A divisão entre os sexos aparece naturalizada, parecendo estar na ordem das coisas e incorporada pelos agentes em forma de *habitus*. Essa divisão, desde que incorporada, funciona como sistema de esquemas de percepção, de pensamento e de ação. A força da ordem masculina dispensa justificação.

> Quando os dominados aplicam àquilo que os domina esquemas que são produto da dominação ou, em outros termos, quando seus pensamentos e suas percepções estão estruturados de conformidade com as estruturas mesmo da relação da dominação que lhes é imposta, seus atos de conhecimento são, inevitavelmente atos de reconhecimento, de submissão (BOURDIEU, 2002, p.22).

Bourdieu (2002), no entanto, reserva um espaço para a luta cognitiva, a propósito do sentido das coisas do mundo e das realidades sexuais. Ao tratar especificamente da relação sexual, considera-a construída por meio do

unesp

princípio da divisão fundamental entre o masculino-ativo e o feminino-passivo. Por outro lado, esse princípio também canaliza o desejo masculino para a posse e o feminino para o desejo da dominação masculina, como subordinação erotizada. Dessa forma o corpo e, especialmente, os órgãos sexuais são definidos socialmente. Não é o falo, conforme defende Freud, o fundamento dessa visão de mundo, e sim essa visão do mundo fundamentada na divisão em gêneros relacionais, que constitui o falo como símbolo da visibilidade. Desse modo,

> A força particular da sociodicéia masculina lhe vem do fato de ela acumular e condensar duas operações, ela legitima uma relação de dominação inscrevendo-a em uma natureza biológica que é por sua vez, ela própria, uma construção social naturalizada (BOURDIEU, 2002, p.33).

A somatização das relações sociais de dominação é produto de um eficiente trabalho coletivo de socialização difusa, do qual a mídia detém uma fatia significativa. Nesse caso, são as diferenças sociais que explicam as diferenças biológicas.

A postura submissa das mulheres, em Cabília, certamente constitui o limite máximo do que até hoje se impõe às mulheres americanas e européias. Mesmo o processo de libertação do próprio corpo, a partir do surgimento da pílula anticoncepcional, não modificou esse quadro, pois o uso do corpo feminino continua subordinado ao olhar masculino. É o que se verifica na mídia, na qual o corpo da mulher se constitui objeto de desejo e de sedução, segundo o erotismo industrializado.

As próprias práticas que a visão androcêntrica determina, servem como veículos de legitimação da dominação masculina. A incorporação do

preconceito desfavorável contra o feminino resulta na formação de suas disposição ou *habitus*, o que continua reforçando o preconceito.

A violência simbólica se impõe por intermédio da adesão que o dominado não pode deixar de conceder ao dominante, pois ele não dispõe de instrumento ou esquemas de pensamento que coloque em xeque a forma incorporada da relação de dominação. Assim, essa dominação aparece como natural, e a visão que a maioria das mulheres tem do próprio corpo segue os cânones impostos pela moda. Nesse particular, Bourdieu (2002) citou como resultado de uma série de entrevistas com mulheres francesas, em 1996, a dificuldade que elas tinham em aceitar o próprio corpo.

Assim, a força simbólica é uma forma de poder que se exerce sobre os corpos sem qualquer coação física, como uma espécie de magia que só é eficaz valendo-se do apoio das predisposições incorporadas historicamente nas zonas mais profundas dos corpos. Se a força simbólica pode agir por meio de um gasto extremamente pequeno de energia, é porque ela encontra sua contrapartida econômica no intenso trabalho prévio de produção das disposições permanentes que ela desperta.

Daí a descrença de Bourdieu (2002) em relação à mudança nas paixões do *habitus* por uma simples tomada de consciência da dominação e da vontade em reverter o processo, visto que estão inscritas no mais íntimo dos corpos, sob forma de aptidões, inclinações etc.

Assim, o poder simbólico que os homens exercem sobre as mulheres, na cultura ocidental, só pode se realizar com a colaboração das mulheres, que a ele são submissas porque o constroem como tal. As estruturas cognitivas – que organizam o conhecimento sobre o mundo e os esquemas de dominação – são,

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

por sua vez, construídas socialmente. Dessa forma, a liberação feminina, como efeito automático da tomada da consciência das mulheres sobre sua situação, conforme Marx e Lukács, demonstra a falta de conhecimento sobre uma teoria tendencial das práticas. Bourdieu (2002) destacou ainda, que essa abordagem não leva em conta os efeitos duradouros que a ordem masculina exerce sobre os corpos, produzindo, como resultado, uma submissão encantada, produto direto da violência simbólica.

O primado concedido à masculinidade em Cabília e, modernamente, nas sociedades européias e americanas, reside na lógica da economia das trocas simbólicas, que transforma tudo em signos de comunicação, orientados para a acumulação do capital simbólico. Explicando dessa forma, Bourdieu (2002) pretendeu escapar à dicotomia, muito comum, estabelecida pelas teorias que privilegiam ora o material, ora o ideal ou simbólico. Para ele, portanto, o papel das mulheres na economia dos bens simbólicos é o de se comportar como objeto, instrumento cuja função é contribuir para a perpetuação ou aumento do capital simbólico em poder dos homens. A dominação masculina, assim, inscreve-se nas disposições (*habitus*) dos protagonistas (homens e mulheres) dessa economia: cabe às mulheres, nesse jogo de papéis sociais, comportar-se como objetos de troca; aos homens, cumpre o compromisso de levar a sério todos os jogos assim constituídos.

Por conseguinte, conforme explicita Bourdieu (2002), os homens, tanto em Cabília quanto nas sociedades ocidentais contemporâneas, também são prisioneiros e vítimas da representação dominante. A todo custo têm que manter a sua virilidade, sustentada por uma coragem física e moral que nada mais são do que o produto de um trabalho social de nominação e inculcação. A virilidade, entendida

como capacidade reprodutiva, sexual e social, aptidão ao combate e exercício da violência, é – acima de tudo – um peso, uma carga.

Como exemplo da contemporaneidade dessa exigência, Bourdieu (2002) citou a corrida suscitada pelo aparecimento do Viagra, em princípios de 1998, em busca da resolução da impotência em homens europeus e americanos, demonstrando que a ansiedade em torno da virilidade não é privilégio de sociedades exóticas como Cabília.

A virilidade, portanto, é uma questão relacional, que envolve os homens entre si contra a feminilidade, sinônimo de fraqueza que gera o medo do feminino. O estudo em Cabília leva à constatação de que esse inconsciente androcêntrico é resultado de uma construção histórica, originariamente formulado em um estágio muito antigo e arcaico da sociedade.

Bourdieu (2002) se colocou como crítico da Psicanálise, que defende a idéia de que esse inconsciente teria uma natureza biológica ou psicológica, com propriedades inscritas na natureza, como a diferença entre os sexos. Para ele, a virilidade e a masculinidade se constroem nos corpos através de seu adestramento, deixando-os aptos a entrar nos jogos sociais mais favoráveis a seu desenvolvimento: a política, os negócios, a ciência. Por outro lado, a feminilidade se constrói no processo de feminilização do corpo, preparando a mulher para aceitar como evidentes e naturais as prescrições arbitrárias. Seu mundo é o privado, a casa e os espaços socialmente definidos como femininos, decorados com cores suaves, bibelôs, rendas e fitas simbolizando a fragilidade e a frivolidade.

> A lógica, essencialmente social, do que chamamos de "vocação", tem por efeito produzir tais encontros harmoniosos entre as disposições e posições, encontros que fazem com que as vítimas da dominação simbólica possam cumprir com felicidade (no duplo sentido do termo) as tarefas subordinadas

> ou subalternas que lhes são atribuídas por suas virtudes de submissão, de gentileza, de docilidade, de devotamento e de abnegação (BOURDIEU, 2002, p.72-73).

O ser feminino se constrói na experiência com o próprio corpo, incessantemente exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso do outro. A representação do próprio corpo é resultado de uma taxionomia social. Assim, o olhar é um poder simbólico e depende do lugar ocupado por aquele que percebe e aquele que é percebido. Por isso, muitas mulheres não aceitam o seu próprio corpo, manifestando mal-estar, timidez ou vergonha – que se apresentam tanto mais forte quanto maior a desproporção entre o corpo real e o corpo socialmente construído. Diante da dominação masculina, as mulheres – constituídas como objetos simbólicos – se apresentam em estado de insegurança corporal, pois existem primeiro para os outros, sobretudo os homens, ou seja, existem apenas enquanto objetos, cuja tarefa é estar disponível, ser receptiva e atraente.

Nesse particular, Bourdieu (2002) citou os tratamentos de beleza que têm o seu limite máximo na cirurgia estética, fonte de grandes lucros para as indústrias médicas que se dedicam a essa especialidade.

As mulheres que se reapropriam, de certa forma, de sua imagem corporal e da segurança diante de seus corpos, são estigmatizadas e rotuladas como não-femininas.

De qualquer forma, o acesso ao poder, seja ele de qualquer natureza, coloca as mulheres em condições de ambigüidade: se agirem como homens, perdem os atributos obrigatórios da "feminilidade"; se agirem como mulheres, apresentam-se incapazes e inadaptadas à situação.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

De qualquer forma, a estrutura impõe suas pressões aos dois termos da dominação. O processo de socialização dos corpos e das mentes, em Cabília ou nas sociedades ocidentais contemporâneas, predispõe os homens a amar os jogos de poder e as mulheres a amar os homens que os jogam.

A dominação masculina, tal com entendida por Bourdieu (2002), tem seu fundamento na lógica de uma economia de bens simbólicos, que sobreviveu, sem atenuações, às profundas mutações que afetaram a produção e a organização do trabalho através da história. Essa aparente perenidade contribuiu para atribuir-lhe uma *essência natural*.

Nesse particular, Bourdieu (2002) sustenta a tese de que o eterno, na história, na verdade é produto de um processo histórico de eternização.

Para entender a origem da dominação masculina segundo Bourdieu (2002), deve-se empreender um trabalho de reconstrução da história da (re)criação continuada das estruturas objetivas e subjetivas da dominação masculina, que se realiza permanentemente, desde que homens e mulheres existem. Nesse aspecto, como já referido, salienta o papel das instituições que concorrem para a garantia dessa permanência.

Quais os mecanismos e quais as estratégias aplicadas por essas instituições para o processo de perpetuação dos *habitus* ou predisposições de homens e mulheres a respeito de seus papéis sociais? Essas instituições tinham e tem em comum o fato de agirem sobre as estruturas inconscientes.

Apesar de todo o processo de perenização do histórico, Bourdieu (2002) vislumbrou a possibilidade de mudança, desde que a dominação masculina não seja mais compreendida como algo que é indiscutível. Entre os fatores indutores da mudança, os mais importantes são: o aumento do acesso das mulheres à

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

instrução e à independência econômica, e a transformação das estruturas familiares. Apesar disso, no entanto, o autor aponta uma permanência dentro da mudança: o fato de as posições ou ocupações que se feminilizam estarem desvalorizadas. Se for verdade que as mulheres já têm acesso às funções públicas, são sempre as funções mais baixas e mais precárias que lhes são reservadas e, nas mesmas tarefas, são menos remuneradas que os homens. As ocupações dominantes que as mulheres ocupam modernamente estão situadas nas regiões dominadas da área do poder.

Assim, as próprias mudanças das condições femininas são subjugadas à lógica do modelo tradicional entre o masculino e o feminino. Portanto, as funções que as mulheres ocupam no espaço público não são mais do que extensões de suas funções domésticas: ensino, cuidado humano, serviço. Quando funcionárias de empresas, quase sempre são levadas a exercer papéis de apresentação e representação, de recepção e de acolhida (aeromoça, recepcionista, anfitriã, guia turístico, etc...), como reflexo de seu papel no âmbito familiar, ou seja, de gestoras do capital simbólico. Nesse aspecto, Bourdieu (2002) salientou o cuidado extremo que essas mulheres precisam ter com a aparência física, visto que esses papéis que lhe são reservados implicam uma certa dose de sedução.

Em última análise: como explica Bourdieu a perpetuação das diferenças? Qual é o seu fator determinante? Para ele, tudo está centralizado na economia dos bens simbólicos e na sua autonomia relativa, que lhe permitem perpetuar-se acima das transformações dos modos de produção econômica.

Observando-se todos os aspectos enfocados até aqui, percebe-se que Bourdieu (2002) enfatizou o aspecto verdadeiramente relacional da questão de dominação entre os homens e as mulheres. Essa relação, na visão do autor,

unesp

circunscreve-se tanto nos espaços domésticos como em outros espaços ocupados, inclusive no campo da mídia.

Quando se refere aos dualismos e ao desejo dos filósofos pós-modernos de ultrapassá-los, assim se coloca:

> ... estes, fundamentalmente enraizados nas coisas (as estruturas) e nos corpos, não nasceram de um simples feito de nominação verbal e não podem ser abolidos com um ato de magia performática – os gêneros, longe de serem simples "papéis" com que se poderia jogar à vontade" (à maneira das drag queens) estão inscritos nos corpos e em todo um universo do qual extraem sua força (BOURDIEU, 2002, p.122).

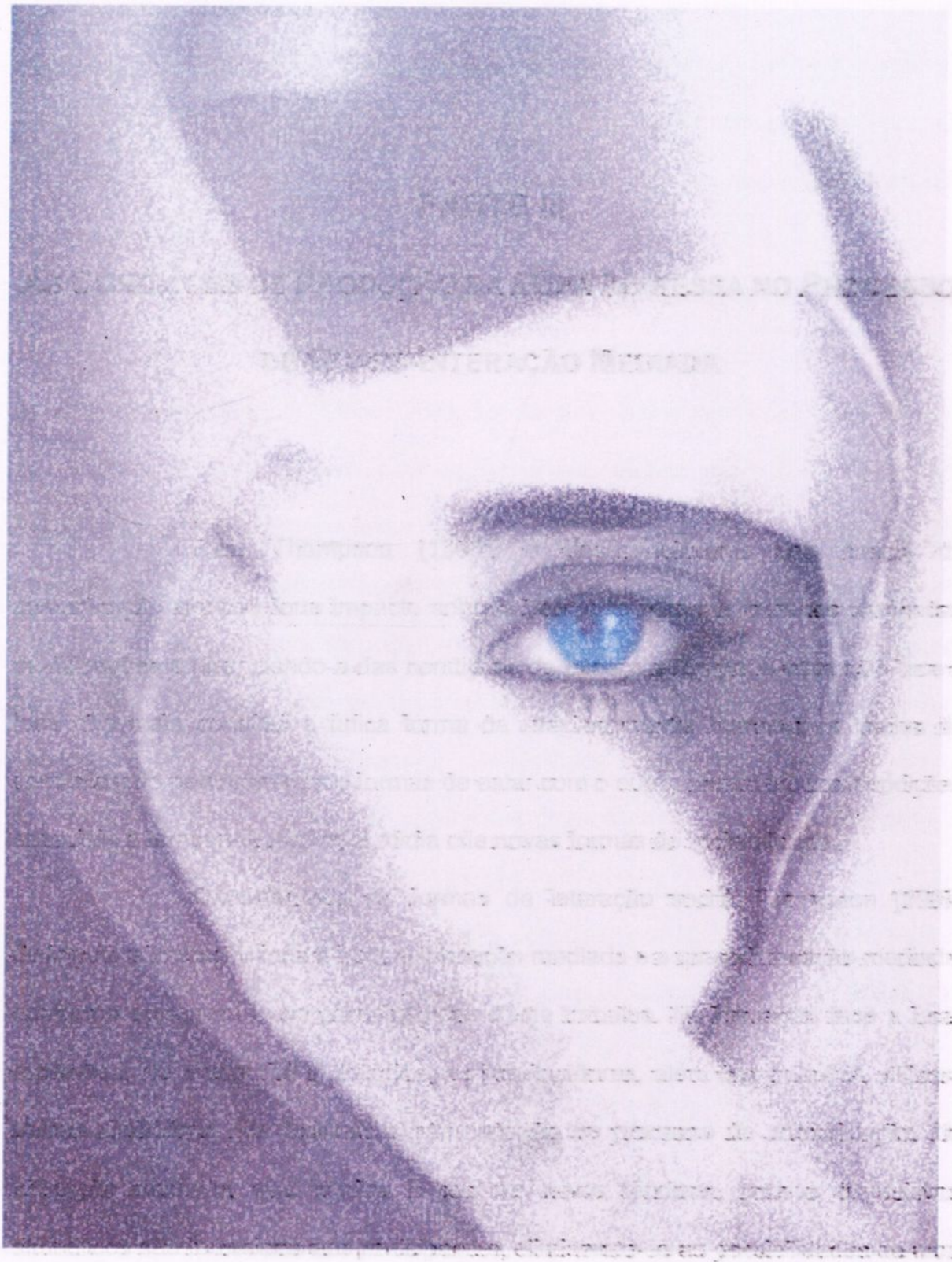
Contrário à Psicanálise e ao freudismo, Bourdieu (2002) considerou a sexualidade como uma invenção histórica, que se efetivou progressivamente à medida que se realizava o processo de diferenciação dos diferentes campos.

> Os esquemas do inconsciente sexuado não são alternativas estruturantes fundamentais [...] e sim estruturas históricas altamente diferenciadas, nascidas de um espaço social por sua vez altamente diferenciado e que se reproduzem através da aprendizagem ligada à experiência que os agentes tem das estruturas desses espaços (BOURDIEU, 2002, p.124).

Bourdieu (2002) considerou a unidade doméstica o espaço privilegiado da dominação masculina, tanto física como simbólica. No entanto, o princípio de perpetuação dessa relação assimétrica de domínio da força material e simbólica masculina que aí se exerce, certamente encontra seu lugar fora do ambiente familiar. É nas instâncias das instituições em geral que esse princípio se aninha.



Bourdieu (2002) defendeu veementemente a tese de que o desaparecimento progressivo da dominação masculina só será possível por meio de uma ação política que realmente considere todos os efeitos da dominação – que se exerce com a cumplicidade das estruturas incorporadas dos *habitus* e das estruturas de grandes instituições – em que a ordem masculina e a ordem social como um todo é reproduzida.



Parte III

PARTE III

AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA MÍDIA IMPRESSA NO PROCESSO DE QUASE-INTERAÇÃO MEDIADA

Para Thompson (1998), o desenvolvimento dos meios de comunicação exerceu forte impacto sobre a interação humana, trazendo profundas modificações e dissociando-a das condições de espaço e tempo. A interação face a face não mais constitui a única forma de relacionamento humano; os meios de comunicação permitem novas formas de estar com o outro, para além das condições espaciais e temporais. Assim, a mídia cria novas formas de sociabilidade .

Considerando as formas de interação social, Thompson (1998) distinguiu a interação face a face, a interação mediada e a quase interação mediada, conforme apresentado na primeira parte deste trabalho. Na interação face a face, contextual, co-presencial e dialógica, os interlocutores, além das palavras, utilizam *deixas simbólicas* que facilitam a interpretação no processo de comunicação. Na interação mediada, que implica o uso de meios técnicos, poucos dispositivos simbólicos são fornecidos aos participantes, eliminando-se as possibilidades de uma comunicação menos ambígua, pois, estreitando-se as possibilidades de *deixas*

simbólicas, os indivíduos têm que se esforçar pessoalmente para melhor entendimento do significado do que é transmitido através de cartão, telefones, etc.

A quase-interação mediada, termo criado por Thompson (1998), refere-se a uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico disseminados no espaço e no tempo, em que as formas simbólicas são produzidas para um número indefinido de receptores potenciais e o fluxo de comunicação tem um sentido único.

Com o advento da imprensa, no início da modernidade como já foi explicitado, ações e eventos passaram a ser revestidos de publicidade na ausência da interação face a face. O leitor passou a ser um público sem lugar definido, visto que seus membros passaram a ter acesso a um determinado tipo de publicidade possibilitada pela palavra impressa. Esse fato é o que caracteriza a quase-interação mediada, ou seja, o estabelecimento de uma relação específica entre a produção de materiais escritos e sua recepção por um público leitor. Baseando-se nesses princípios teóricos, pergunta-se: quais as condições de produção da mídia impressa nesse contexto? Qual o compromisso de fidelidade do jornalismo impresso com o seu leitor? Qual o papel desse tipo de jornalismo na reprodução do arbitrário cultural, especialmente no que se refere à dominação masculina?

A análise dessas questões e a caracterização da revista **Veja**, que servirá de base para os estudos dos temas propostos, constituem-se na temática desta parte do trabalho.

Capítulo 5

unesp

Capítulo 5

CAPÍTULO 5

O JORNALISMO NA ERA DA EXPERIÊNCIA MEDIADA

5.1 A Parcialidade da Cobertura Jornalística

O estabelecimento de uma relação específica entre a mídia impressa e seu público leitor conduz ao fenômeno do jornalismo e ao mito da objetividade a ele circunscrita.

Diferentes pesquisas na área da Comunicação têm enfocado ultimamente o mito da objetividade da mídia, enfatizando o caráter parcial das coberturas jornalísticas, sem, no entanto, se preocuparem com os motivos dessa parcialidade.

Segundo Albuquerque (1998), o paradigma da manipulação da notícia tem suas potencialidades e seus limites, por isso propõe um outro paradigma para a análise da cobertura jornalística: o paradigma da produção da notícia. Nesse caso, a parcialidade enfocada se explica pela análise de questões pertinentes à "própria organização do trabalho noticioso e às concepções profissionais de noticiabilidade" (ALBUQUERQUE, 1998, p.9).

Sob o ponto de vista da manifestação editorial, os textos culturais midiáticos constituem-se, antes de tudo, em mercadorias – entendidas como um bem que tem valor de troca – portanto, os interesses materiais limitam-lhe a isenção.

Assim, o jornalismo estabelece um tipo de relação com as estruturas sociais, econômicas e políticas, notadamente a partir da ascensão do capitalismo, no século XIX, quando o relato dos acontecimentos ficou naturalmente articulado àquilo que a classe dominante considerava essencial. Dessa forma, se institucionalizou e passou a se contaminar com a ideologia dos setores institucionais vigentes.

Nesse aspecto, é preciso esclarecer sob quais dimensões do conceito de ideologia este trabalho faz referência. Conforme explicitado na Parte I, a ideologia é entendida aqui como algo negativo e prático, que serve para criar e manter relações assimétricas e injustas. Ideologia, pois, é uma prática, uma dimensão dinâmica, uma maneira como as formas simbólicas servem para criar e manter as relações sociais (THOMPSON, 1995).

Nesse particular, Halimi (1998) questionou a independência do jornalismo, considerando-a uma lenda, visto que a mídia relaciona-se umbilicalmente com o poder. A mídia tem servido de diapasão para os mercados financeiros, marcando o compasso da existência humana. Chomsky (1996 *apud* HALIMI, 1998) apresentou essa questão ao responder a um estudante universitário sobre como a elite controla a mídia, esclarecendo que a elite é a sua proprietária.

Com o aparecimento das agências de notícias, nasceu a informação com um tom de neutralidade, como que desprovida de conotações ideológicas. A partir daí, o jornalista passou a não ter contato direto e permanente com os fatos, mas com as fontes de informação. Assim, as notícias privilegiam as posições e interpretações oficiais, eliminando os elementos geradores de antagonismos e

conflitos. Enfim, na triagem final, sobressaem os valores e os interesses da classe no poder, tanto sob o ponto de vista econômico quanto cultural.

Nesse contexto, o produto midiático não se constrói com base no acontecimento, mas é mediado pelas agências de informação. A objetividade da informação está voltada para o discurso da classe dirigente, sob o ponto de vista econômico e social (PAILLET, 1986).

Para Paillet (1986), não existe distanciamento entre ideologia e jornalismo. Ao tratar da questão feminina, ele considera que os meios de comunicação de massa se dirigem sobretudo aos homens e veiculam uma determinada imagem da mulher. Mesmo se tratando da imprensa especificamente feminina, não há eliminação da hierarquia social. No jornalismo, portanto, não existe isenção. A mídia está permeada de segundas intenções e manipulações, no entanto, a distorção é sutil e, na mediação, encontra-se uma versão dos fatos.

Para Guarechi (2000), quem detém a comunicação detém, na prática, o poder, pois a realidade é constituída pela comunicação. As representações sociais, portanto, são criadas e difundidas pela mídia e dão base a grande parte das atitudes e ações humanas, especialmente as atitudes e ações preconceituosas que estão na base das profundas discriminações sociais imputadas às minorias e, entre elas, às mulheres.

A parcialidade do jornalismo também pode ser analisada sob o ponto de vista da produção da notícia, que se refere diretamente à forma de organização e estruturação do trabalho jornalístico, que pela sua própria natureza produz vieses na cobertura. Nesse aspecto, Albuquerque (1998) aponta o trabalho de Robert Darnton que indicou, na ótica antropológica, questões referentes à estrutura do trabalho jornalístico, como fonte de parcialidade desse profissional: estrutura das salas de

unesp

redação, relação entre o jornalismo e as fontes, a cultura profissional do próprio jornalista. Na verdade, os jornalistas privilegiam certas fontes em detrimento de outras e isso conduz à legitimação social de certos discursos em detrimento de outros.

Gitlin (1980 *apud* ALBUQUERQUE, 1998), em sua análise da produção ideológica dos produtos midiáticos, enfatizou o conceito de enquadramento, entendido como referenciais implícitos tanto para o jornalista como para o seu público leitor, que confia na objetividade de suas descrições. A questão principal colocada por Gitlin foi: porque um enquadramento e não outro? A resposta a esta questão o autor encontrou no próprio processo de formação do jornalista e nas suas rotinas produtivas sustentadas pela ideologia hegemônica.

Assim, sem desconsiderar o fator de manipulação das notícias, Albuquerque (1998) indicou a necessidade de atentar-se também para as rotinas de produção dos bens midiáticos, como elementos-fonte da ausência da objetividade e neutralidade no trabalho do jornalismo.

Ainda nesse aspecto, pode-se afirmar que o fato observado transforma-se num discurso sobre ele, saturado de cultura – seja em virtude da triagem da pauta seja pelas operações de linguagem. Para Paillet (1986), os discursos se apegam a modelos da atual sociedade pós-industrial. Por isso, para se tentar retomar um sentido, é preciso pôr em dúvida as razões da função expressiva, que se refere a uma série de elementos constitutivos do discurso, refletindo os filtros culturais. Tais filtros se referem à moral, à ética, a dados institucionais, códigos de honra, idéias, referências comportamentais, ideologias e políticas. Em suma, esses filtros se referem a valores predominantes em uma dada sociedade, num dado momento histórico. Conseqüentemente, para cada cadeia de acontecimentos

unesp

emergentes, pode incidir um discurso informativo que traduz a idéia cultural de seu autor. É preciso atentar para a questão de que a informação não é emergência, e sim discurso: seguido, ordenado, organizado com base em pressupostos e escolhas culturais.

Nesse caso, a informação, na verdade, não é inovadora, mas, reflete o passado e o discurso informativo, que está saturado de ideologia dominante.

Nesse sentido, a mídia – considerada como agência institucionalizada – exerce o papel de reprodutora dos *habitus*, segundo o conceito de Bourdieu (2002). Assim, o campo do jornalismo está delimitado por dois pólos lógicos: o da emergência do acontecimento e o da organização da informação. Para Paillet (1986), essa é a chave do problema da objetividade que se torna um mito, pois, o acontecimento em si só pode ser conhecido através do discurso.

Para Dimbleby e Graeme (1990), a mídia exerce uma forte influência sobre a sociedade por causa de suas operações de comunicação, reforçando suas idéias através de operações constantes, no propósito de modelar a visão de mundo. Por intermédio da editoração, a matéria original passa por um processo de manipulação de signos – colocados no lugar do evento original, acontecimento, fato ou pessoa. Ao editar, a mídia cria cultura, assim como a realidade social. A forma como o material é construído depende de vários fatores. Ao selecionar e construir o material jornalístico, o emissor o faz valendo-se de presunções, experiências práticas do trabalho, convenções etc. O resultado final é um produto a ser vendido e o consumidor paga por ele, quer por meio de assinatura, quer como compradores dos produtos enumerados. Por isso, a mídia veicula propriedade de produção e financiamento por parte de um grupo. Sempre existem os financiadores da mídia que ditam o poder de controle sobre o que se adquire.

unesp

Os financiadores da mídia se enquadram em dois grandes grupos:

a) os proprietários das grandes empresas, com alto poder financeiro, e, por isso, quem paga pela comunicação faz-se proprietário dela e acaba interferindo no seu conteúdo e tratamento. A mídia comunica valores, nem sempre de modo explícito, o que exige uma análise mais aprofundada, conforme coloca Thompson, em busca do não-dito ou implícitos no texto, conforme orienta Ducrot (Parte I);

b) os publicitários, que na produção de uma peça de comunicação, intencionalmente ocultam certas mensagens. É comum associar-se, por exemplo, algum produto de beleza com a idéia de saúde, vitalidade, harmonia, capacidade de conquistar o sexo oposto. As mensagens ocultas envolvem geralmente valores ou noções de bem/mal, certo/errado, pró/contra, próprio/impróprio. Os valores são construídos por intermédio dos significados da comunicação e esses significados têm mais ou menos importância dependendo de quem disse, o que disse, quem recebeu a mensagem e quantas vezes foi repetida.

A mídia, portanto, trabalha com estereótipos que podem ser entendidos como idéias e descrições repetidas, algo fixo para um público – sejam mulheres ou homens de negócios.

Para Dimbleby e Graeme (1990), os estereótipos são simplificações que desembocam em preconceitos, não se relacionando apenas com a aparência, mas com valores e crenças articulados a um tipo específico de pessoa. Por exemplo,

unesp

as mulheres loiras são bonitas, porém burras; as mulheres são frágeis e irracionais etc... É preciso salientar que a mídia não inventa os estereótipos, mas, os reforça, reproduz e os utiliza em suas mensagens porque são entendidos pela sociedade na qual se originaram. Muitos textos de jornais e revistas ou shows de televisão utilizam esse estratagema para apelar às crenças, atitudes e preconceitos da audiência. É comum encontrar, nesses produtos midiáticos, a exposição da figura feminina tratada de forma estereotipada, desgastando sua imagem ao apresentá-las como objeto sexual erotizado. A idéia é reforçada através do poder de repetição e penetração da mídia.

5.2 Principais Modalidades Jornalísticas: o Noticiarismo e a Reportagem

O debate atual, inserido no âmbito da teoria do jornalismo, sem dúvida nenhuma caracteriza-se na oposição entre o jornalismo convencional e o jornalismo de profundidade.

Para Milman (1998), o jornalismo convencional exercita as tendências regressivas do noticiarismo e o jornalismo de profundidade exercita as tendências críticas, analíticas e de investigação, todas elas identificadas com a idéia de reportagem.

No entanto, Erbolato (2002) salientou que a notícia é a matéria-prima do jornalismo, entendendo-a como a comunicação sobre fatos novos relacionados ao indivíduo ou à sociedade. Apesar disso, afirma ser impossível definir a notícia, pois nem tudo o que acontece socialmente pode ser caracterizado como notícia.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Apesar dessa dificuldade, apresenta alguns indicadores que transformam um fato em notícia: atualidade, ineditismo, veracidade, objetividade, interesse público. Assim, nos jornais diários, é proibido publicar algo que ocorreu há semanas atrás. Mas, até que ponto a notícia é objetiva, visto que é direcionada para aquilo que o público quer ler?

Conforme já visto, a notícia depende ainda da empresa jornalística e cada uma delas tem seus critérios e preferências para determinados assuntos. Apesar dessas questões de caráter ideológico, Erbolato (2002) enfatizou que, de qualquer forma, toda notícia deve responder às questões: Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?

Além dessas indagações, o jornalista deve apresentar seu material noticioso embasado em técnicas, a saber:

a) **pirâmide invertida** – fatos culminantes, fatos importantes ligados à entrada, pormenores interessantes e detalhes dispensáveis;
b) **forma literária ou pirâmide normal** – detalhes, fatos de crescente importância, fatos culminantes e desenlace;
c) **sistema misto** – fatos culminantes e narração em ordem cronológica.

O primeiro parágrafo da notícia, o *lead*, deve ser sintético, leve, vivo, com objetivo de prender o leitor.

Apesar da notícia ser considerada a matéria-prima do jornalismo, Milman (1998) considera simplório o reducionismo do jornalismo à publicação de notícias. Para esse autor, o tratamento jornalístico convencional está voltado para a produção de instantâneos e os fatos do noticiário não são

necessariamente os fatos da realidade.

Ao se referir à ideologia noticiarista, enfatiza o seu caráter conservador na medida em que simplifica e encobre a complexidade da vida social. Em contraposição à metodologia simplificada do noticiarismo, propõe a metodologia sofisticada da reportagem, entendendo-a como um jornalismo de profundidade, em que se persegue a realização de tendências críticas.

Em suma, o que distingue a notícia da reportagem é o tratamento do fato jornalístico no tempo de ação e no processo de narrar. A reportagem leva a um quadro interpretativo do fato para além do *aqui* e *agora*. Essa característica básica implica que o narrador passe a criar e selecionar. Neste momento, entra a subjetividade do repórter e suas pré-noções da questão narrada e seus atores. A força emotiva substitui a objetiva e cronológica do acontecer. Assim, discorda-se de Milman (1998) quando aponta a reportagem como uma forma superior de fazer jornalismo. Na verdade, essa modalidade é eivada de comprometimento ideológico, visto que se trata de uma narração. E, nessa forma de discurso, a tendência é a fusão do narrador com o fato narrado.

Entretanto, mesmo levando-se em conta essas limitações do jornalismo de profundidade ou interpretativo, não resta a menor dúvida de que ele é mais completo na forma de relatar os fatos.

Para Erbolato (2002), o jornalismo interpretativo ou reportagem em profundidade é explicativo e exige o seguimento de alguns passos para se concretizar. Ao se dedicar a essa modalidade, o repórter, segundo o autor, deve: [a)] dar ao leitor os antecedentes do fato; [b)] mostrar o alcance das circunstâncias no momento em que os fatos aconteceram; [c)] comentar todos os fatos em análise.

A modalidade do jornalismo interpretativo ou de reportagem,

unesp

perdendo o seu espaço nos jornais diários, mais dedicados ao noticiarismo, ganhou seu espaço nas revistas semanais na década de 1980 e 1990.

Nas revistas semanais, a reportagem interpretativa é o forte. Essa técnica exige uma conciliação entre a técnica jornalística e a literária. Preenchendo os vazios informativos dos jornais diários, o estilo magazine pratica um jornalismo de profundidade, apresentando predominantemente a periodicidade semanal. Sua característica principal é rever e desdobrar o que foi visto durante a semana nos jornais impressos e televisivos. A reportagem é a alma da revista e o texto aparece como uma grande história narrada e documentada.

Segundo Vilas Boas (1996), todo texto de revista traz em suas páginas, implícito ou não, uma espécie de ponto de vista, que se insere por meio da interpretação do desdobramento dos fatos. Ao dispor de um tempo maior para informar, o texto de revista semanal pode conter análise, informação, interpretação e ponto de vista. Toda revista possui uma linha editorial ideológica, na qual certas angulações são proibidas.

Os textos das revistas semanais são mais criativos e manifestam um ponto de vista genérico, ao qual Vilas Boas (1996) chamou de *tendência*. A prática da reportagem predomina em cada exemplar, desdobrando-se, pormenorizando e dando ampla cobertura aos fatos.

No que se refere aos tipos, as revistas podem ser ilustradas, de informação geral ou especializadas.

Nas revistas semanais predomina o formalismo interpretativo que implica submeter os dados recolhidos a uma seleção crítica e depois transformá-los em matéria significativa. As revistas **Veja** e *Isto É*, por exemplo, publicam exaustivas análises dos fatos da semana. Realizam um tratamento investigativo dos valores que

unesp

integram os acontecimentos ou que a ele estão incorporados. Assim, a construção das frases é mais complexa. As revistas citadas seguem os padrões das revistas internacionais tais como *Time*, *Newsweek, Sbern, Paris-Mach* e outras. Para Vilas Boas (1996) o jornalismo interpretativo deve permitir que o leitor faça por si mesmo a digestão do tema que lhe é imposto.

5.3 A Revista Veja e seu Padrão Editorial

Neste item, a análise se deterá na revista **Veja** como exemplo de revista semanal, do tipo magazine, por ser ela o objeto deste estudo e em coerência com o referencial teórico escolhido como base de interpretação para a leitura da mídia neste trabalho, ou seja, a metodologia sugerida por J.B. Thompson – a Hermenêutica de Profundidade.

A revista **Veja** foi publicada pela primeira vez em 11 de setembro de 1968, com tiragem de 700 mil exemplares. Sua origem remonta ao "Projeto Falcão", elaborado pela Editora Abril em 1967, que consistia em observar as principais revistas semanais da Europa e dos Estados Unidos como a *Panorama* (italiana), *Leer Spiegel* (alemã), *L'Express* (francesa) e *Newsweek* e *Time* (norte-americanas) (VILAS BOAS, 1996). O seu primeiro exemplar trouxe como capa o símbolo do comunismo: a cor vermelha com a foice e o martelo e a frase "O grande duelo no mundo comunista".

O primeiro nome pensado para o periódico foi *Panorama*, mas não foi aceito. Antes do lançamento, **Veja** e ***Leia*** já era um título que pertencia à Editora Abril, com todos os direitos reservados. Tal nome era do gosto de Victor Civita,



fundador da Editora e seu presidente. Com isso o título foi aceito e no primeiro exemplar da revista, em setembro de 1968, aparece o nome **Veja,** em letras grandes e *Leia* em letras bem menores. Com o tempo, a palavra *Leia* foi desaparecendo. Em sua edição n. 1645, na sessão "Carta ao leitor", aparece o título "O novo recorde de **Veja**". Nessa sessão, o editor enfatiza o sucesso da revista, anunciando a tiragem recorde de 1,7 milhões de exemplares.

Segundo Guto Garcia (2002), da seção *Atendimento ao Leitor* da **Veja**, cerca de 4.800.000 milhões de pessoas lêem a revista a cada semana. Desse número, 53% dos leitores são mulheres entre 20 a 39 anos; 33% tem nível superior e aproximadamente 3.300.000 de pessoas pertencem à classe A e B. A preocupação de **Veja** com o receptor feminino levou sua Editoria a publicar o Especial Mulher (2001, 2002, 2003).

Com 35 anos de existência completados em setembro de 2003, a **Veja** é considerada a melhor revista brasileira de informação, ocupando o quarto lugar entre as melhores do mundo em seu estilo. O propósito da Editora Abril em torná-la uma revista que trata de assuntos variados, formatados em um suporte de qualidade visual, fazem dela o periódico mais agradável de se ver. O estilo da capa, tipo de papel, o colorido, a diagramação, por si só, constituem-se motivos para chamar a atenção do leitor, pelo menos para folheá-la e, assim, interessar-se pela leitura de alguma matéria.

Vilas Boas (1996), utilizou em vários momentos de sua obra, o exemplo da **Veja**, considerando a revista como produtora de um jornalismo interpretativo, que se caracteriza pelo tratamento da informação em profundidade, do modo mais completo possível. Segundo esse autor, **Veja** publica exaustiva análise dos fatos da semana, aprofundando-se no fenômeno através da documentação. Sua



principal proposta é oferecer uma análise pormenorizada dos fatos, mediante um produto agradável e requintado para o seu público-leitor. Nesse aspecto, a revista corrobora a tese de Muniz Sodré (1975 *apud* VILAS BOAS, 1996), que considera que o jornalismo de revista deve atingir o leitor em seus tempos mortos, oferecendo-lhe entretenimento evasivo. Para Vilas Boas, a revista **Veja** tem sucesso por apresentar em suas páginas, luxo, requinte, alta posição social, beleza física etc, ou seja, por pautar-se pela "filosofia do agradável" em sua produção. Em síntese, a ela é feita para o entretenimento, apresentando textos leves, agradáveis, feitos para o consumo.

Dentro do Projeto inicial de **Veja**, os primeiros textos não tiveram bons resultados, o que exigiu grandes debates entre os diretores e editores sobre a identidade do texto da revista. Várias pesquisas foram projetadas e executadas para se chegar a essa definição. No início, o que os editores conseguiram foram textos dignos de se publicar em jornais diários, mas não em uma revista semanal (SOUZA, 1988 *apud* VILAS BOAS, 1996).

Em 1967, um ano antes do lançamento do primeiro número de **Veja**, publicou-se nos principais jornais do país, um anúncio oferecendo vaga para repórter de uma revista que estava para nascer. Das 1800 pessoas que atenderam ao chamado, foram classificadas 250 pessoas, que deveriam fazer um curso teórico-prático. Desse montante, 50 pessoas foram aproveitadas pelos diretores. Todos esses candidatos não estavam acostumados com o formato de revista, porém, tentaram se enquadrar no "produto **Veja**".

De acordo com Vilas Boas (1996), de início a revista não vendeu e seus diretores – Roberto Civita e Mino Carta – consideraram que os textos realmente estavam complicados demais e pouco atraentes. O desafio era alcançar

um estilo que fosse agradável sem deixar de ser profundo.

Assim, desde o início, a revista **Veja** apresentava o *nível-massa* de angulação, ou seja, sua principal característica era o consumo. Essa política jornalística da empresa aparece clara desde os primeiros números, direcionando o trabalho dos jornalistas, o que certamente influencia o processo de captação dos dados numa reportagem.

Um segundo ponto que caracteriza a revista **Veja** é que ela tem uma redação muito mais de editores do que de repórteres. A edição, como se sabe, é um forte componente estrutural no processo de composição da mensagem. Na análise dos dados brutos trazidos pelos repórteres, encontra-se a figura do Editor, cuja função é determinar os assuntos a serem cobertos e designar os repórteres para tal.

Conforme Vilas Boas (1996), a Editora Abril trabalha com várias editorias, o que substitui o pauteiro, cuja função é elaborar a relação das matérias a serem cobertas. Assim, verifica-se que o processo de informação e sua formatação, num produto midiático a ser consumido no mercado, passa por diferentes fases, constituindo-se numa complexa indústria nas mãos de determinados interesses: econômicos, políticos, culturais e sociais.

Hernandes (2002) destacou que a revista apresenta uma política editorial clara ao incentivar a desmobilização, pois sempre insiste em saídas individuais para as pessoas. O autor também aponta o caráter neoliberal da revista, visto que é veiculadora dos valores do Mercado: individualismo, qualidade, competitividade; enfim, construtora de uma realidade que viabiliza a ideologia do Mercado.

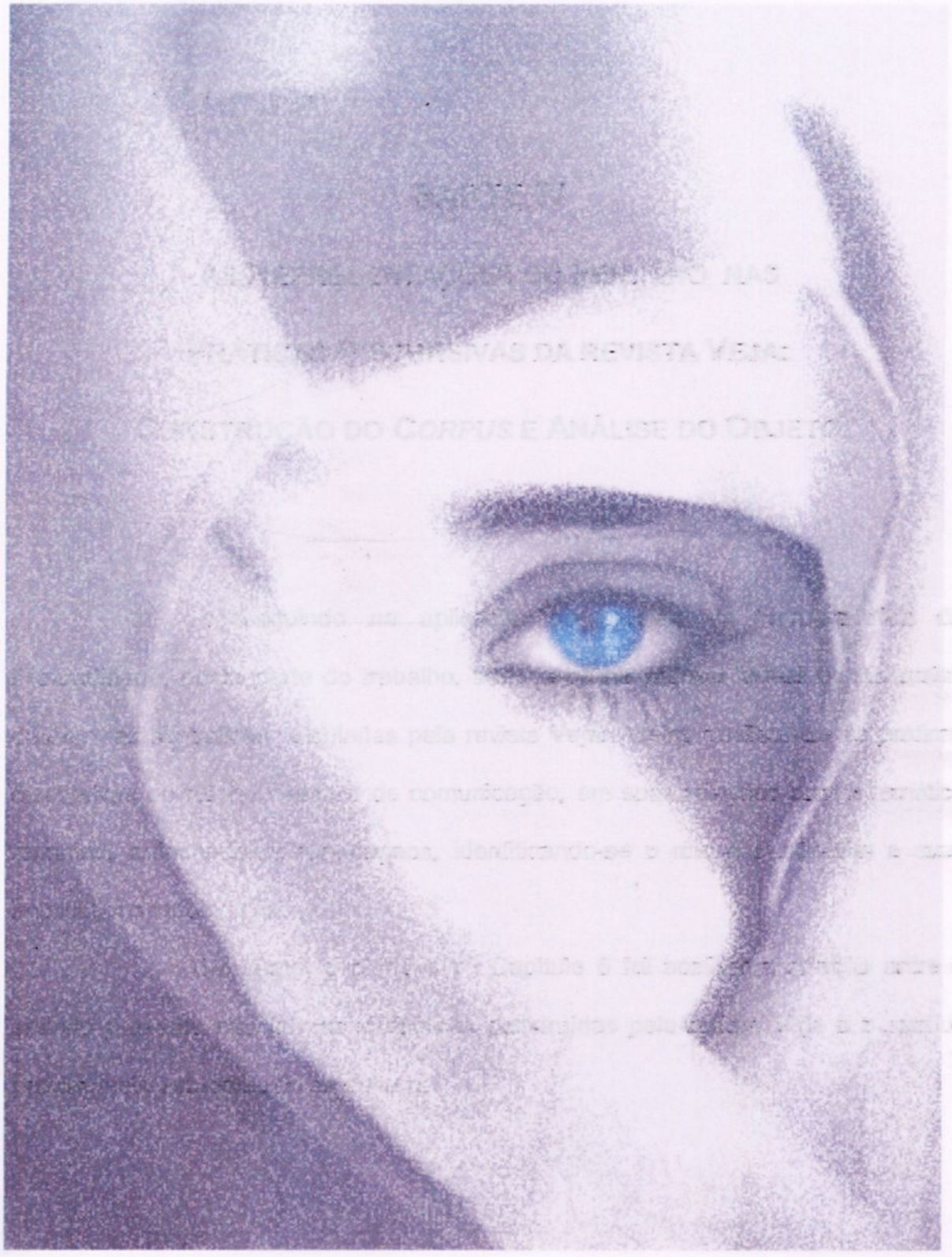
Para Hernandes (2002), a revista **Veja** se assume como um veículo que dá a verdade última para todas as questões. Por ser uma revista semanal, ela

unesp

transforma o problema discutido nos jornais diários em solução, como uma espécie de fechamento às notícias e aos acontecimentos da semana. Para não dar a notícia de segunda mão, explora essa sua identidade de semanário juntando tudo o que foi noticiado, oferecendo uma síntese final com características conclusivas indiscutíveis. E como ela faz isto? Existe uma "verdade" da revista e a metodologia é encontrar argumentos que corroborem esta "verdade". Em suas páginas, não importa o assunto, encontra-se um simulacro dos Estados Unidos, dentro do seu interesse de vender a idéia de que a questão principal é o indivíduo correr atrás de sua felicidade. A ideologia do sucesso, portanto, acha-se embutida em todos os textos de **Veja**, que manipula os seus leitores em direção a um discurso único, neoliberal e globalizado.

Nesse aspecto, é preciso atentar-se para a teoria de Thompson (1995), para quem o receptor não é passivo. Ou seja, embora a influência do produto midiático **Veja** seja forte, é preciso sempre levar em consideração que a construção do significado do que se recebe é feita pelo leitor. Por isso, neste trabalho, com base nesse enfoque, analisou-se como a principal revista semanal do país lança o seu olhar e constrói uma forma de expressar a figura feminina como representante de um papel no desempenho de papéis sociais de gênero. Assim, buscou-se colocar em evidência as maneiras como, em suas páginas, **Veja** elabora o significado do feminino.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18



Parte IV

PARTE IV

AS REPRESENTAÇÕES DO FEMININO NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS DA REVISTA VEJA: CONSTRUÇÃO DO *CORPUS* E ANÁLISE DO OBJETO

Prosseguindo na aplicação do método da Hermenêutica de Profundidade, nesta parte do trabalho, adentra-se na análise formal ou discursiva das formas simbólicas veiculadas pela revista **Veja.** Assim, analisou-se as práticas discursivas do referido veículo de comunicação, em suas relações com a temática feminina, enfocando-se reportagens, identificando-se o *dito* e o *não-dito* e suas implicações ideológicas.

Em suma, o objetivo do Capítulo 6 foi analisar a relação entre o sentido presente nas formas simbólicas construídas pela revista **Veja** e o sentido previamente estabelecido na cultura.

Capítulo 6

Capítulo 6

CAPÍTULO 6

REVISTA VEJA/ANO 2000 E A TEMÁTICA FEMININA: ANÁLISE DO DISCURSO POR INTERMÉDIO DAS CATEGORIAS SELECIONADAS

O percurso metodológico da pesquisa iniciou-se com o mapeamento das publicações de **Veja**, do ano 2000, e a identificação do espaço ocupado pela presença da mulher nas reportagens publicadas, cuja maior parte é de textos deste gênero jornalístico, visto que este se caracteriza como o material mais propício para o jornalismo interpretativo, específico do veículo impresso tipo magazine, conforme o estilo **Veja**.

A escolha da publicação do ano 2000 se explica pela conotação mística desse período que marcou a mudança de século e de milênio. Além desse aspecto, várias Comissões se organizaram nos anos que antecederam a virada do milênio, em busca de novas soluções para os problemas humanos, sociais e políticos, que notadamente povoaram o transcurso da segunda metade do século XX. Nos Estados Unidos e nos principais países europeus, como França e Inglaterra, instituições de renome internacional estiveram preocupadas com os problemas futuros que a humanidade teria que enfrentar, sobretudo no alvorecer do

novo milênio. As grandes discussões giraram em torno do perfil da sociedade pós-industrial e das articulações do poder, com as decisões políticas que necessariamente afetariam grandes grupos econômicos na lógica do Capitalismo Tardio e da modernidade considerada madura.

Para Beltrão e Quirino (1986), a humanidade do século XX acalentava seus sonhos construindo expectativas em relação ao novo tipo de sociedade que estava por vir, na qual os governos centrais coordenariam a superpopulação no planeta, sem, no entanto, deixar de respeitar as particularidades de cada região; o lazer seria possibilitado a todos, a distribuição de bens de consumo aconteceria em grande escala com a constituição da informatização; o respeito às normas de convivência pacífica seria priorizado, visto que o século XX já demonstrara que a violência é um mal no qual todos estão envolvidos; a humanização da vida e o respeito aos princípios éticos tornaram-se valores defendidos por todas as raças, credos e nações.

Dessa forma, o século XXI estava sendo esperado com muita ansiedade pela humanidade, sendo o ano 2000 o passaporte para a entrada no mundo novo.

Na passagem da humanidade para o mundo do terceiro milênio, a comunicação, certamente, marcou sua presença de forma significativa.

Durante o ano 2000, de janeiro a dezembro, a Editora Abril lançou 52 exemplares de **Veja**. Mediante a leitura e exame desses exemplares, na busca de reportagens, artigos assinados, notícias que apresentassem a mulher como tema, coletou-se 90 textos culturais, que foram avaliados e classificados em cinco categorias básicas: **Feminismo**, **Relações de Gênero**, **Sexo e Erotismo**, **Moda e**

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Beleza e **Trabalho e Esporte**. Após esse procedimento, 17 reportagens foram destacadas do conjunto e a seleção obedeceu aos seguintes critérios:

a) quanto ao gênero: optou-se pela reportagem, por ser esse o gênero jornalístico próprio do veículo escolhido para análise;

b) quanto às formas de argumentatividade: optou-se pelos textos mais ricos em operadores argumentativos, que geram as implicitações discursivas;

c) quanto às marcas lingüísticas: optou-se pelos textos que mais propiciaram a identificação de variáveis intencionais na significação;

d) quanto aos enunciados: escolheu-se aqueles que apresentaram uma pluralidade de possibilidades de interpretação, ricos em pressupostos e subentendidos.

Considerando-se que dos 90 textos coletados durante o ano 2000, na revista **Veja**, 50% eram de reportagens, este trabalho analisou 37,8% dos textos desse gênero jornalístico, portanto, uma quantidade significativa para uma analise mais conclusiva a respeito da expressão do feminino manifestada nos signos veiculados pelo referido magazine.

Os textos mapeados e as respectivas datas de publicação aparecem descritos no Quadro 1. A Tabela 1 descreve as categorias e a freqüência com que apareceram nas publicações de **Veja** no ano 2000.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Quadro 1 – Distribuição dos textos, de acordo com as categorias de análise e datas de publicação no ano 2000

FEMINISMO	DATA	SEXO E EROTISMO	DATA	RELAÇÕES DE GÊNERO	DATA	MODA E BELEZA	DATA	TRABALHO E ESPORTE	DATA
• Feminista de olho roxo	26/4	• Uma coisa étnica	5/1	• Elas são a lei	16/2	• Cuidado com ele	5/1	• Carreira	19/1
• É o amoooor!	31/5	• Sexo só atrapalha	2/2	• Dona de casa... e com orgulho	16/2	• Espelho, espelho meu	5/1	• A nova xerife	1/3
		• Topless, um enigma do nosso tempo	9/2	• Qual é o sexo frágil, afinal?	16/2	• Modelo de outro mundo	2/2	• Trabalho X Família	12/4
		• Nem a Funai daria jeito	16/2	• Ele lá, ela acolá	8/3	• Eu e Gisele Büldchen	9/2	• Elas venceram	19/4
		• Las tiazonas	23/2	• Até que o casamento os separe	22/3	• Assim é demais	1/3	• Os donos de casa	03/5
		• Sexo e trabalho	29/3	• O salário delas	12/4	• Na idade da beleza	8/3	• Administração feminina	26/7
		• Sexo olímpico	19/4	• Amor por encomenda	10/5	• As gaúchas são demais	22/3	• O corpo no Olimpo	4/10
		• Bomba de prazer	10/5	• Ciúmes. Como lidar com este veneno	14/6	• Será que agora vai?	29/3	• Elas por elas	25/10
		• Mania de grandeza	17/5	• Mulheres em pânico	12/7	• Macio e jeitoso	26/4	• Elas venceram	8/11
		• O bolão da Band	17/5	• As ricas também choram	23/8	• Mantas chiques	10/5		
		• As modelos pararam o trânsito	24/5	• Receita de Aiatolá	30/8	• Capa que não é capa	31/5		
		• Sexo depois dos 40	24/5	• Poder de vida e morte	30/8	• O padrão nórdico	7/6		
		• Musas.com.br	14/6	• Sozinhas. Elas prosperam, eles murcham	30/8	• Titular e reserva	7/6		
		• Sexo sem culpa	21/6	• Elas são as novas donas do mundo	30/8	• Magras que doem	14/6		
		• Novidades na praia	28/6	• Em busca do par perfeito	30/8	• Espelho, espelho meu	14/6		
		• Operação secreta	19/7	• Sem elas, eles adoecem e vivem menos	30/8	• Belíssima!	14/6		
		• O popô ganha	16/8	• Mulheres em risco	6/9	• As meninas do Brasil	5/7		
		• Popozuda Rock n'roll	16/8	• Fácil de matar	11/10	• Roupa iluminada	12/7		
		• Sábado popozudo	23/8	• Grávidas no altar	15/11	• Vestidinho básico	2/8		
		• Sexo não é obrigação	6/9			• Usou, descartou	2/8		
		• Com elas a audiência dispara	11/10			• A gordura venceu?	20/9		
		• Valor agregado	11/10			• Fila para ser top	27/9		
		• Quem faz mais	25/10			• Garotas Douradas	4/10		
		• Algo de novo no front	8/11			• Princesas precoces	1/11		
		• Santa de pau oco	8/11			• Perigo, perigo	29/11		
		• Como uma virgem	15/11			• A febre do luxo	13/12		
		• O mais que perfeito	22/11			• Fábrica de Misses	13/12		
		• As marmanjas superdotadas	22/11			• Cabelão a jato	13/12		
		• Eleja sua garçonete	29/11						
		• Está faltando silicone	6/12						
		• Do jeito que Papai Noel gosta	13/12						
		• Desinibidas virtuais	20/12						

unesp

Tabela 1 – Distribuição dos textos nas categorias, de acordo com a freqüência nas publicações de Veja no ano 2000

Categorias	Freqüência	%
Feminismo	2	2,2
Relações de Gênero	19	21,1
Sexo e Erotismo	32	35,6
Moda e Beleza	28	31,1
Trabalho e Esporte	9	10,0
Total	**90**	**100,00**

Na leitura da tabela, ao relacionar-se as categorias, freqüências e porcentagens, fica evidente o preconceito veiculado pela revista **Veja** em relação à mulher. A significativa taxa de 66,7% dos títulos que enfocam os temas **Sexo e Erotismo** (35,6%) e **Moda e Beleza** (31,1%), demonstra o que o veículo entende por feminino.

Questões relacionadas à política, negócios, finanças, vida pública e cidadania são dirigidas especialmente ao sexo masculino, considerado o ser racional e capaz de lidar com os assuntos "sérios" da vida coletiva. Assim, como os demais produtos vendidos pela mídia, a mulher aparece como objeto do desejo, como mercadoria a ser consumida no mercado.

Mediante as categorias elencadas, foram selecionados 129 enunciados para análise, os quais deixaram transparecer o sentido do feminino embutido nas formas simbólicas: aparência física e beleza; corpo, sensualidade e fetiche; cuidado humano e vida afetiva; liberação/dependência feminina se destacaram como conceitos-chave das reportagens selecionadas para análise.

Desta forma, 33 enunciados apareceram agrupados como *aparência física e beleza*; 56 enunciados em *corpo, sensualidade e fetiche*; *cuidado humano e vida afetiva* reuniu 32 enunciados; e 8 enunciados agruparam-se em *liberação/dependência feminina.*

Dessa maneira, evidencia-se aquilo que foi explicitado por Bourdieu (2002): a mídia reproduz os princípios de visão e divisão entre os sexos inscritos na linguagem comum e na cultura.

6.1 Procedimentos para a análise dos textos selecionados

Todo texto, segundo Ducrot (1987), apresenta suas implicitações discursivas. Em primeiro lugar é preciso saber quem é o sujeito que escreve, que valores defende e de que lado político-ideológico está. As pistas para o não-dito são dadas pelo jogo semântico, pela presença de operadores argumentativos (mas, embora, porém, tipos de verbos e tempos verbais) empregados. Os pressupostos e os subentendidos aparecem mais como insinuações do que como afirmações e revelam o modo de pensar e de dizer do locutor do discurso, sem que ele mesmo tenha que assumir a responsabilidade de dizê-lo.

Assim, para o referido autor, todo discurso traz em suas entrelinhas um conjunto de conceitos que o locutor, conscientemente ou não, toma o devido cuidado para não deixar transparecer naquilo que é dito explicitamente. Portanto, todo texto apresenta um significado explícito e outro implícito, no qual se inserem as principais intenções do autor e suas posições diante do tema tratado.

Considerando que todo discurso se constrói sob o signo da heterogeneidade, os enunciados de cada discurso têm um percurso semântico que

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

traz em si a memória de outros discursos. Conseqüentemente, é possível afirmar que tudo o que é dito traz em si vários discursos ou enunciados não-ditos. Por isso, a tarefa de um analista do discurso é buscar as intenções aninhadas em nível do não-dito, buscando fazer emergir os pressupostos que o locutor deixa implícito ou subentendido em sua ação discursiva. É nesse nível do discurso que se torna possível levantar as pistas sobre os jogos, os interesses, as intenções, as ideologias e os valores contidos no discurso.

Na produção de um texto jornalístico, portanto, o seu autor também se baseia em uma teia de relações e interesses que dão sentido a ele. Por isso, analisar um texto exige que se transcenda a materialidade dos conteúdos das mensagens, de maneira a atingir o âmbito das significações implícitas, onde se alojam as verdadeiras intenções dos enunciados.

Todo locutor de um texto, ao escrevê-lo, não o faz sem uma motivação – que age como fonte de sua construção argumentativa. Portanto, a primeira questão que surge quando se busca os implícitos do enunciado é a motivação embutida na fala do leitor. De acordo com Ducrot (1987), ninguém fala por falar: há sempre um interesse em jogo. Realizar uma leitura interpretativa de um texto, pois, consiste em buscar nele a pluralidade de possibilidades de interpretações que oferece, com base nas marcas apostas nos enunciados. A caracterização dos argumentos utilizados pelo locutor, em torno da temática apresentada, é o caminho para a identificação dessas marcas. Delinear o percurso argumentativo do locutor de um texto, portanto, é o procedimento adequado para se chegar às suas reais intenções e aos motivos pretendidos na sua forma de dizer.

A busca do que está implícito nas matérias jornalísticas permite uma leitura de profundidade, conforme a proposta de Thompson (1995). Tal leitura,

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

segunda etapa do método da HP, se justifica pelo fato de que o produto jornalístico é mero relato de aparências codificadas pelo código semiológico e lingüístico, pelas técnicas de nomeação e ordenação e por um estilo. Somente após serem priorizadas as três etapas do método é que o texto se apresenta como "verdade" ou em conformidade com o acontecimento (LAJE 1982 *apud* FREITAS, 1999).

Como esta pesquisa tem como interesse central captar os componentes ideológicos do discurso, tomou-se como base as operações de recorte do texto. Dessa forma, a desmontagem do texto e a identificação de determinados recortes foram analisados como unidades (CARMO, 1996).

A definição dos recortes dependeu de vários critérios, necessariamente articulados ao problema da pesquisa. São o objeto e os objetivos da pesquisa os norteadores desta seleção de recortes, ou seja, na leitura dos textos produzidos pela revista **Veja**, o olhar se dirigiu para o que está implícito no texto, o não-dito, conforme Ducrot (1987), pois se entende que o implícito é a forma específica do componente ideológico, o que denuncia especificamente a posição do enunciador em relação à temática enunciada. Se o que está explícito no texto é passível de ser questionado pelo interlocutor, o mesmo não acontece com os implícitos. A leitura de superfície ou a interpretação da *dóxa* alcança o que está explícito no texto. Somente uma leitura através da Hermenêutica da Profundidade dá ao leitor condições de alcançar o nível ideológico da mensagem (THOMPSON, 1995).

Tendo em vista esses argumentos, procedeu-se à analise das 17 das reportagens selecionadas do conjunto de textos publicados.



6.2 Categorias

6.2.1 Feminismo

6.2.1.1 Feminista de olho roxo

Reportagem elaborada por um sujeito coletivo, sob a responsabilidade da Editoria da revista **Veja**, veiculada na edição 1646, número 17, ano 33, inserida às páginas 144 e 145, datada de 26 de abril de 2000 (Anexo A).

Essa reportagem tem explicitamente como tema central a figura de Betty Friedan, ícone do movimento de libertação das mulheres. Na sua leitura de superfície conclui-se que o artigo pretende mostrar a vida de Betty Friedan, apresentando traços de sua personalidade – tanto como autora de obras importantes, como "A mística Feminina", quanto como uma pacata dona-de-casa, que esmerava-se em pôr o jantar na mesa, pendurar as camisas do marido no armário, cuidar dos filhos, gostando de ser casada. Nesse nível de leitura percebe-se que o tema central do texto é Betty Friedan, chamando a atenção do leitor para os traços específicos de sua personalidade: dona-de-casa, feia, neurótica, falava palavrões, pouco educada e que gostava de apanhar do marido.

➢ **O dito**

Feminista de olho roxo

Falar em feminismo é falar na americana Betty Friedan, a papisa das mulheres liberadas, sócia-fundadora e guia – meio tresloucada, mas guia assim mesmo - do movimento de libertação feminina, o women's Lib. Em 1963, Betty, na época uma pacata dona-de-casa e redatora bissexta de

revistas femininas, publicou *A Mística Feminina,* livro em que expunha a insatisfação de milhões de mulheres com o papel que a vida doméstica lhes reservava. A obra, mais sua disposição para brigar por suas idéias, ajudou a detonar uma seqüência de marchas, protestos e debates inflamados que fizeram os Estados Unidos e a Europa Ocidental ferver entre o fim da década de 60 e o começo da de 70. Pois essa mesma porta-estandarte dos direitos das mulheres acaba de admitir em um recém-concluído livro de memórias que em casa, longe do circuito de festas, passeatas e programas de TV, apanhava quase todo dia do marido, Carl. "Quando o livro fez sucesso, fiquei à mercê do ciúme dos amigos, dos vizinhos e de meu próprio marido", revela ela, num trecho de *Life So Far: a Memoir*, publicado na revista *George.* Carl, publicitário bem de vida, sentiu o baque ao ser colocado na condição de "o marido de Betty". "Aí, não sei bem como, ele começou a me bater".

Mesmo famosa e atolada em compromissos do movimento feminista, Betty, mãe de três filhos, conta que nessa fase ainda se esmerava em pôr o jantar na mesa e em pendurar as camisas do marido no armário. "Gostava de ser casada", diz ela. "Eu aceitei a agressão porque não tive coragem de romper o casamento". Outros dois motivos a fizeram dobrar-se à rotina de olhos roxos e marcas pelo corpo. O primeiro era de ordem comercial: "Meus amigos, minha editora, minha agente, todos ficavam me dizendo: " É tão importante para o livro que você seja um boa esposa e mãe". O segundo pode ser creditado na conta da psicologia. Betty e Carl mantinham uma relação neurótica: "Acho que eu também provocava as surras. O olho roxo dava a nós dois um sentimento de culpa". Só em 1969 ela pediu o divórcio, por não conseguir mais "conciliar ser surrada por meu marido e, ao mesmo tempo, convocar as mulheres a reagir contra os opressores". Avaliação tipicamente friedaniana daquele período: " eu agia como se fosse Joana d"Arc, mas na verdade envergonhava o movimento sendo uma banana em casa". O divórcio foi assinado no México, o mais discretamente possível – para "proteger o movimento", claro.

Manobra das "irmãs" – Ao longo do trecho publicado, Friedan toca em vários assuntos que marcaram sua trajetória de militante feminista de primeira hora. Nega, por exemplo, que as freqüentes trocas de farpa com outra estrela do Women's Lib, Gloria Steinem, tivessem a ver com o fato de que Gloria era bonita e ela, feia. "Não ser bonita sempre foi uma praga da minha existência", admite. "Mas sempre vi um ponto positivo na aparência de Gloria: sua beleza e glamour foram fundamentais para rebater a imagem do movimento como um ninho de feias e lésbicas." Por que então elas brigavam? Por razões ideológicas, ora. "Nunca concordei com a *Ms.,* a



> revista "feminista" criada por Gloria em 1971, cujas primeiras edições traziam palavras de ordem contra os homens. Uma delas, por exemplo, era que as mulheres não deviam fazer nada para parecer atraentes. Glória, no entanto, namorava homens glamourosos e fazia mechas no cabelo. Ela sentava no secador com uma *Vogue* na frente do rosto para não ser reconhecida", entrega Betty. E aproveita para, assim como quem não quer nada, soltar seu veneninho: "Eu, por outro lado, nunca fui adepta do radical chique".
>
> Depois do divórcio, Betty trocou os laçarotes, babados e laquê da dona-de-casa de subúrbio americano por sandálias, saiões, bijuterias e motivos indianos que entraram na moda graças aos hippies. Assim vestida e ultra-inspirada, participou de uma memorável entrevista aos machões explícitos do jornal *O Pasquim*, quando visitou o Brasil, em 1971. A entrevista, recheada de palavrões, teve a certa altura uma mesa chutada (por ela). Até hoje, aos 79 anos, Betty dá palestras e escreve sobre feminismo, sua atividade há quatro décadas. No trecho publicado na *George*, ela diz que saiu da NOW (a muito influente National Organization of Women, que ajudou a fundar), em 1972, por causa de uma manobra suja das outras mandachuvas da organização, conhecidas como "irmãs". Foi nesse momento que deixou de ter aspirações políticas. Ao fazer um balanço de sua vida, Betty acha que ficou mais bonita com o passar dos anos. "Agora, na velhice, não sou tão feia quanto pensava que era na juventude".

➢ **O não-dito**

Mediante alguns enunciados mais significativos, selecionados do artigo analisado, buscou-se o não-dito no discurso – ou os implícitos contidos na matéria analisada.

1° enunciado

- <u>O explícito</u>

> Falar em feminismo é falar em Betty Friedan, a papisa das mulheres liberadas, sócio-fundadora e guia-meio tresloucada, mas guia assim mesmo do movimento de liberação feminina.

- O implícito

Nesse enunciado, o articulista liga o movimento feminista ao nome de Betty Friedan. Ao caracterizá-la como papisa das mulheres liberadas amplia o campo semântico e seus significados e sentidos. A expressão papisa é o feminino de Papa, o grande líder da Igreja Católica, considerado como alguém que tem uma sabedoria inquestionável, a quem a hierarquia obedece sem restrições. A expressão "papisa" está carregada semanticamente desse significado: aquela líder que sabe o que diz e à qual se deve obediência.

Mas, quais são os seus fiéis, o seu público? As mulheres liberadas ou em processo de liberação. A expressão "mulher liberada" subentende que antes desse estado, as mulheres eram cativas a um senhor, representado pelo sexo masculino, e de toda a linguagem que os diferencia no jogo de papéis sociais.

Na expressão "meio tresloucada, mas guia assim mesmo", o enunciador utilizou-se do operador argumentativo "mas". Ao apresentar Betty Friedan como "tresloucada", o enunciador intenciona nominar a líder do movimento como uma pessoa sem equilíbrio, sem domínio, três vezes louca, "mas", mesmo assim, guia do movimento. O louco é considerado na sociedade como alguém que não sabe o que faz, que não tem autonomia, capaz de atos contrários à moral, à ética e à cidadania, sem responsabilidade pessoal ou social. Ao triplicar esse sentido, o enunciador coloca Friedan numa condição de alguém que necessita ser tutelado, incapaz de dirigir o seu próprio destino. Apesar disso, no entanto, é líder de um movimento que objetiva a libertação da mulher em relação ao sexo oposto. Eis aqui a primeira contradição. Sua intenção implícita é destruir o movimento em suas bases.

unesp

2° enunciado

- O explícito

> Pois essa mesma porta-estandarte dos direitos das mulheres acaba de admitir em um recente livro de memórias que em casa, longe do circuito de festas, passeatas e programas de TV, apanhava quase todo o dia do marido, Carl.

- O implícito

O autor deixa implícito aos leitores da revista **Veja** que Betty Friedan vivia uma vida dupla: publicamente levantava a bandeira dos direitos das mulheres, de sua autonomia e sua condição de sujeito em relação ao sexo oposto; em nível privado, submetia-se ao domínio do marido, vivenciando a violência doméstica em sua forma mais agravante: o espancamento. Questão implícita: como poderia lutar pelos direitos das mulheres, encabeçando um movimento pela luta desses direitos se ela mesma vivia, em seu cotidiano, o papel de mulher-objeto? Mais uma vez percebe-se que a verdadeira intenção do autor é implodir o movimento.

3° enunciado

- O explícito

> mesmo famosa e atolada de compromissos do movimento feminista, Betty, mãe de três filhos conta que nessa fase ainda se esmerava em pôr o jantar na mesa e em pendurar as camisas do marido no armário.

- O implícito

Os compromissos com o movimento não a impediram de exercer o seu papel de dona-de-casa, preocupada com as ações que devem ser exercidas tradicionalmente por todas as mulheres em sua rotina diária como esposa e mãe. A fama e os compromissos com o movimento de libertação das mulheres não a

libertaram de seu papel, assumido no processo de aprendizagem social e resultante da incorporação de um sistema simbólico arbitrário e eternizado.

4° enunciado

- O explícito:

> "Gostava de ser casada" diz ela. "Aceitei a agressão porque não tive coragem de romper o casamento".

- O implícito:

Nesse enunciado, o autor do texto dá a palavra à própria Betty, a fim de melhor ilustrar o seu discurso. Com suas próprias palavras, a líder do movimento feminista afirma que gostava de ser casada e não rompia com o marido por falta de coragem, apesar da agressão diária. Está implícito que Betty acreditava no casamento como instituição e se submetia até à agressão para mantê-lo. Nesse aspecto, o autor do texto ressalta, mais uma vez, a tradicionalidade e a crença nas instituições como um traço característico da personalidade de Friedan, que apesar de ser agredida mantinha-se submissa ao marido e fiel à instituição do matrimônio. Como sustentar um movimento cujo líder, na prática, age contrariamente a seus princípios?

5° enunciado

- O explícito:

> Betty e Carl mantinham uma relação neurótica: "Acho que eu também provocava as surras. O olho roxo dava a nós dois um sentimento de culpa".

- O implícito:

Nesse enunciado, o autor destaca o traço neurótico da

personalidade de Friedan: a provocação das surras. Gostar de apanhar não é próprio de pessoas sadias, independentes, capazes de gerenciar o seu próprio destino.

A provocação das surras pode estar embasando uma personalidade que carrega um sentimento de culpa por um desvio qualquer aos padrões sociais estabelecidos e, por isso, precisa ser penitenciada constantemente.

6º enunciado:

- O explícito

> "Não ser bonita sempre foi uma praga da minha existência. Mas agora, na velhice, não sou mais tão horrorosa."

- O implícito:

Por que o articulista faz uma chamada em destaque desse depoimento de Betty? Para atrair a atenção para mais um traço negativo de sua personalidade: o de se achar feia, chegando a colocar a feiura como uma praga que, literalmente, interfere no desenvolvimento natural das coisas. A feiura que sempre a acompanhou pode ter gerado um forte sentimento de baixa auto-estima. Considerar-se feia é um pré-requisito para considerar-se não aceita. Daí a submissão. Qualquer coisa justifica a aceitação, mesmo as surras do marido.

7º enunciado:

- O explícito

> Depois do divórcio, Betty trocou os laçarotes, babados e laquê da dona-de-casa do subúrbio americano por sandálias, saiões, bijuterias e motivos indianos que entraram na moda graças aos hippies.

- O implícito

Após o divórcio, procura trocar o seu invólucro: deixa as suas vestimentas, indicativas de uma dona-de-casa de subúrbio, por modelos mais liberais, próprios de movimentos de contracultura, como o movimento hippie: uma libertação de valores e significados que a conduziu para o sentido oposto, o de descompromisso com a vida e com a civilização.

Há uma intenção implícita do autor, mais uma vez, em denegrir a imagem de Betty. A sua incapacidade em lidar com o divórcio e com a desconstrução de uma instituição tradicionalmente instalada em seu universo simbólico, conduziu-a para uma atitude de negação das demais instituições sociais, tal como o fizeram os hippies.

8° enunciado

- O explícito

> A entrevista rodeada de palavrões, teve a certa altura uma mesa chutada (por ela).

- O implícito

Betty agressiva e sem fineza. Betty descontrolada, incapaz de dominar as próprias emoções e capaz de gestos que reforçam a idéia contida no primeiro enunciado, no qual o articulista utilizou o adjetivo "tresloucada" ao se referir a ela.

6.2.2 Relações de Gênero

6.2.2.1 Até que o casamento os separe

O texto de autoria de Thais Orjama e Lizia Bydlwski foi publicado na

edição 1641, n. 12, Ano 33, inserido às páginas 120-125, de 22 de março de 2000 (Anexo B). Mediante o que é dito nessa reportagem, é possível chegar ao não-dito, pois todo e qualquer discurso traz de forma camuflada, um conjunto de implicitações, que só são alcançadas por meio de uma análise formal e interpretativa.

De acordo com Ducrot (1987), para compreender a enunciação do sujeito é preciso perguntar-se: por que o indivíduo falou o que falou? Quais as suas reais intenções? O que não disse? Ao falar, o locutor tem sempre um interesse em jogo e o implícito é o que os fatos implicam.

Explicitamente, a reportagem trabalha com o tema do casamento como uma instituição em declínio. Ao tecer o texto, as autoras empregam o argumento das diferenças entre os sexos, colocando-as como a causa principal que leva à separação. Com base nesse eixo, as articulistas compõem o percurso semântico do texto, trabalhando com as características que são próprias de cada sexo, distinguindo-os basicamente na primeira frase da reportagem: "homem é homem, mulher é mulher" (p. 120).

- **O dito**

ATÉ QUE O CASAMENTO OS SEPARE

Confrontados com velhas diferenças e novas queixas, casais se entendem cada vez menos e separaram-se cada vez mais: a iniciativa, na maior parte das vezes, é da mulher.

Thais Oyama e Lízia Bydlaviski

Homem é homem, mulher é mulher. Feitos para se casar – e para se separar. Desde que mundo é mundo que a humanidade pratica o casa-separa. Desde que o divórcio foi legalizado no Brasil, em 1997, e desde que o casamento ganhou cara nova e mais exigente, nas últimas décadas, brasileiros e brasileiras convivem cada vez menos com quem acham que não vale a pena. Atualmente, uma em cada quatro uniões se desfaz no país, onde o casamento para a vida toda é artigo cada vez mais

raro. Levantamento que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, acaba de consolidar indica que a freqüência de uniões rompidas cresce a cada ano: em 1996, ano avaliado na última pesquisa, a quantidade de separações judiciais e divórcios foi 12% maior que em 1991.

Razão para o salto não falta. Ao contrário, os pedidos de separação cresceram, principalmente porque aumentou o número de motivos pelos quais as pessoas decidem romper. Ao analisar uma série de estudos realizados nos Estados Unidos entre os anos 50 e os 90, a dupla de pesquisadoras americanas Florence Kaslow e Lita Schwartz concluiu que, antes da década de 70, as alegações para o divórcio eram coisas bem concretas: infidelidade, dificuldades financeiras, problemas com a família do cônjuge, violência doméstica, negligência do lar – enfim, argumentos "de homem". A partir da década de 80, as queixas passaram a incluir questões menos palpáveis, daqueles típicos "de mulher". Atualmente, "falta de entrosamento" e "falta de comunicação com o parceiro" são respostas obrigatórias nas pesquisas. Como era de prever, as duas reclamações, que concorrem de perto com a imbatível infidelidade, partem, principalmente, das mulheres. Nos Estados Unidos, quase 60% das iniciativas de rompimento são delas; no Brasil, segundo o IBGE, em mais de 70% dos processos de separação não consensuais, justamente os mais dolorosos, a responsabilidade é feminina.

Seres diferentes – Estariam as mulheres, como sempre, complicando as coisas? Para a terapeuta de casais Terezinha Féres Carneiro, professora titular do departamento de psicologia da Pontifícia Universidade Católica, a PUC, do Rio de Janeiro, a dificuldade das mulheres de se comunicar com seu parceiro e de se fazer entender por ele ocorre porque, quando o assunto é casamento (como em muitos outros, aliás), homens e mulheres não falam a mesma língua. A observação da psicóloga Terezinha ampara-se em números bem precisos. Num trabalho orientado por ela e executado pela psicóloga Andréa Seixas Magalhães, perguntou-se a vinte casais da classe média carioca "o que é casamento". A resposta de 95% das entrevistadas foi: uma relação de amor. A de 100% dos homens foi: constituição de família.

São visões diferentes, e frustrações idem. "As mulheres encaram a separação como uma conseqüência do fim do amor. Já para grande parte dos homens, o fato de a relação não ser um mar de rosas não justifica um rompimento. Bem ou mal, eles têm uma família", avalia Terezinha. A questão que ela levanta, e que acaba sendo a mola mestra da imensa maioria das separações, é velha como a humanidade e, no entanto,

unesp

atualíssima: a constatação de que o sexo oposto é exatamente isso – oposto. Homens e mulheres pensam diferente, reagem diferente, têm diferentes expectativas, e, sem uma boa dose de compreensão e boa vontade mútuas, não há união que resista ao embate de *la difference,* por mais que a ela se dêem vivas.

Quais são, afinal, essas diferenças? O clássico *Homens são de Marte, Mulheres São de Vênus*, manual de auto-ajuda escrito por um homem, John Gray, e dirigido principalmente às mulheres (que supostamente têm nos genes o gosto por livros de auto-ajuda), faz uma listinha básica. Primeiro, homens são concretos, oferecem soluções e não ligam para sentimentos; mulheres são abstratas, oferecem conselhos e orientações que eles não querem ouvir. Homens, quando têm problemas, afastam-se e ficam matutando sozinhos; mulheres querem sempre conversar sobre o que incomoda, a elas e a eles também. Homens precisam sentir-se necessários; mulheres necessitam ser, no termo usado no livro, "acalentadas". Homens e mulheres usam as mesmas palavras, mas com significados diferentes; eles levam tudo ao pé da letra; elas são dadas a superlativos e generalizações empregados apenas para reforçar seu ponto de vista. No quesito intimidade, homens de vez em quando precisam afastar-se; mulheres exigem contato constante, às vezes menos, às vezes mais, mas sempre exigem. Homens precisam de amor "confiante, que aceite e aprecie"; mulheres, de amor "que seja carinhoso, que entenda e respeite". Por fim, reza o manual, mulheres têm dificuldade em pedir ajuda; homens em dá-la.

Por mais rasa e simplista que seja a lista bate em teclas conhecidíssimas. "A mulher é intuitiva, criativa, enquanto o homem é objetivo. Trata-se de uma diferença genética, darwiniana", resume o psicanalista carioca Luiz Alberto Py. A constatação é hoje amplamente aceita, inclusive por feministas renitentes, forçadas pelos fatos a abdicar da premissa politicamente correta, mas falsa, de que meninos e meninas nascem iguaizinhos e viram o que viram por causa da forma como são educados. A educação conta, é claro, e muito. Mas as causas fundamentais da diferença estão, no caso, mais em cima. Homens, constatam os cientistas, usam mais o lado esquerdo do cérebro – o prático, racional. Mulheres, embora também freqüentem esse hemisfério, usam e abusam do outro, o direito – o da emoção, da intuição. Homem é mais veloz e mais forte, mulher e mais flexível. Eles contam com um anabolizante natural, a testosterona, que lhes dá maior massa muscular e também tem mais glóbulos vermelhos e maior capacidade de transportar oxigênio pelo sangue, o que significa maior resistência", explica o fisiologista Turibio Leite de Barros Neto. "Já elas se saem melhor em modalidades como dança e ginástica olímpica, que exigem

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

movimentos flexíveis". E, surpresa, ter mais gordura, neste caso, conta ponto. "Em atividades de duração muito longa, como travessias a nado, elas têm vantagem", diz Barros.

União com qualidade – Tem mais. Mulheres, admita-se de uma vez por todas, falam mais mesmo: 25 000 palavras por dia, contra 15 000 dos homens, segundo pesquisa feita na Inglaterra. E, por ser como são, propensas a pôr dúvidas e emoções em palavras, vira e mexe usam suas capacidade de falar para "discutir a relação" – três palavrinhas que fazem os homens tremer nas bases, em geral por não terem a menor idéia do que vem a ser isso, ou do bem que isso possa produzir. Eles, por sua vez, são portas na hora de ouvir – em geral, basta um olhar mais atento das ligadíssimas esposas para perceber que o marido, no segundo minuto daquela conversa séria, está longe, longe. "As mulheres têm grande necessidade de se comunicar. Elas parecem estar mais dispostas internamente a enfrentar os problemas e as conseqüências. Já os homens se dispõem menos a entrar em contato com os mesmos problemas", confirma a psicóloga Terezinha Féres Carneiro. Juntem-se as diferenças de fabricação, digamos, com as que eles e elas vão acumulando à medida que crescem, e está feita a bolha que faz desandar a maioria dos casamentos – agora, mais do que nunca.

Foi-se o tempo das certezas absolutas, em se tratando da união de homens e mulheres. "Os ritos do casamento são instituídos para assegurar a repartição das mulheres entre os homens, para disciplinar em torno delas a competição feminina, para socializar a procriação. Designando quem são os pais, acrescenta-se outra filiação à materna, a união evidente. O casamento funda relações de parentesco, funda toda a sociedade", escreveu a antropóloga Margaret Mead em 1948. Assim foi por muito tempo, e, nesse contexto, os homens dominavam e as mulheres se acomodavam. Às poucas que se atreviam a subverter essa regra restavam o estigma da "desquitada" e os olhares pouco simpáticos da vizinhança. Felizmente, evoluíram os vizinhos e evoluíram também as mulheres, hoje responsáveis por 41% da força de trabalho no Brasil. Para a família, o aumento da participação feminina no mercado trouxe pelo menos duas mudanças: o homem perdeu o status de único provedor, a mulher, a resignação. À medida que ela se tornou financeiramente mais independente., ficou também menos disposta a suportar uniões infelizes. E agora parece buscar, sobretudo, qualidade na vida a dois.

A pernambucana Ana Célia Gouveia, 42 anos, conta que durante os onze anos de casamento com o técnico em informática Luiz Henrique Lins, 41, foi

unesp

se sentindo cada vez mais insatisfeita. O marido não a deixava exercer a profissão (é formada em psicologia) mas, ao mesmo tempo, não valorizava seu trabalho como dona-de-casa. Os dois conversavam pouco e faziam sexo menos ainda. "Quando jantávamos a sós, só ouvia meus suspiros de tristeza", diz. Para Ana Célia, aquilo era o inferno. Para Lins, uma situação chata, porém normal. Quando os filhos cresceram, ela pediu a separação. "Ele não acreditou. Nem tinha percebido que o casamento acabara havia tempo. Por ele, ficaríamos naquela situação até o fim da vida", acredita.

Autópsia da intimidade – Ana Célia levou dez anos para tomar a decisão, mas as estatísticas indicam que grande parte dos casamentos sucumbe bem antes disso. Os números do IBGE revelam que o pico das separações se dá no segundo ano de união. Para a doutora em psicologia Maria Luiza Munhóz, da Associação Paulista de Terapia Familiar, um cálculo simples explica o fenômeno: o primeiro ano é o tempo médio que um casal leva para se adaptar às regras do casamento e o segundo é o tempo que, em geral, os cônjuges precisam para amadurecer a idéia de se separar, na eventualidade de ficar evidente que a primeira etapa fracassou.

Mas como identificar o ponto do não-retorno? E difícil, sobretudo porque as duas partes envolvidas, imersas cada uma em seu jeito de ver as coisas e culpar a outra, dificilmente conseguem examinar a situação com frieza. Aos mais atentos, a socióloga americana Diane Vaughan divide o processo em sete fases distintas: a do segredo, a da incerteza, a do confronto, a da reconsideração e, por último, a da separação. De tanto os casais se separarem, e se separarem mal, terapeutas, advogados, a audiência mais constante das brigas e bate-boca, compilaram uma espécie de manual para uma separação menos sofrida, ainda que somente do ponto de vista prático. A primeira regra, básica e essencial, é: conversem o menos possível. No ponto em que a separação é inevitável, "discutir a relação", ou mesmo discutir os termos da separação, é briga, xingamento e bateção de porta na certa. Assim sendo, sejam práticos. Contratem dois advogados, um para cada um. "Além de eliminar suspeitas de favorecimento de uma das partes, diminui a necessidade de os cônjuges se encontrarem", ensina a advogada Renata Di Pierro, com mais de 300 processos de separação no currículo, que assina um dos capítulos do livro *Casamento, Separação e Viuvez – Seus Direitos, Seus Deveres.*

Também ajuda a figura do mediador. Diferentemente do terapeuta de família que tenta salvar casamentos, mediadores de conflitos familiares (em geral, psicólogos) empenham-se em conseguir que as pessoas se separem bem. Ou, pelo menos, o mais civilizadamente possível. Na opinião do

unesp

desembargador Antonio Cezar Peluso, do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, a grande vantagem da mediação é evitar que as brigas deságüem numa separação litigiosa – "de longe, a mais traumática para todos os envolvidos". A separação litigiosa só pode ser aceita se um dos parceiros provar que o outro cometeu infrações graves, como adultério, agressão física, atividade criminosa e práticas do gênero. Ou seja, a parte que dá início à ação tem de comprovar que o ex é dado a atitudes infames. Este, por sua vez, tem a vida devassada e seu pior retrato exposto em audiências dolorosas. Ao receber o pedido de separação da mulher, Antonio (o nome é fictício), 31 anos, soube que ela o traíra o tempo todo. Furioso, fez de tudo para dificultar o divórcio. "Foram dois anos de puro horror. Armamos escândalos públicos, destruímos os carros um do outro, trocamos ameaças de morte e quatro vezes, fomos parar na polícia. Emagreci 10 quilos e entrei em depressão." diz o empresário. Seu sofrimento só não foi maior que o da filha do casal, hoje com 5 anos, que passou a dar sinais evidentes de insegurança. "Ela chorava o tempo todo e começou a se isolar dos amiguinhos na escola", lembra Antonio, que por fim abriu mão das exigências e aceitou um acordo com a ex. "Foi difícil engolir a vontade de me vingar mas achei que já tínhamos ido longe demais".

Gratificação pessoal – Soa familiar? E é mesmo. Brigar é a sina de homens e mulheres, bichos diferentes, quando perdem a vontade de encontrar a fórmula da vida em comum. Ele e ela, separados, podem até ser civilizados, mas amigos, só rarissimamente. Depois de entrevistar 98 casais separados, a psicóloga Constance Ahrons, dos Estados Unidos, traçou o panorama de como os ex se relacionam. Segundo o estudo, 24% dos casais tornam-se inimigos mortais; 26% mantêm as conversas obrigatórias, mas vivem às turras; 38% se tratam cordialmente; só 12% continuam amigos de verdade. Nada no aumento das separações e nos problemas que elas acarretam, porém, indica que eles e elas não querem mais viver juntos. Querem, sim, e continuam se casando sem parar: concretos com abstratas, falantes com calados, prepotentes com castradoras, um sempre busca o outro e, quando acha que encontrou, propõe montar casa e morar junto. "O casamento deixou de ser uma função social para se tornar uma fonte de gratificação pessoal", diz Terezinha Féres Carneiro. "Ou seja, casamento hoje em dia é tão importante que ninguém quer ter um ruim." E assim, de busca em busca, homens e mulheres continuam se encontrando. Porque, convenhamos: diferenças à parte, namorar é preciso.

unesp

➢ **O não-dito**

Chegar ao não-dito de um texto consiste em reconstruir o dizer do texto, em busca das principais intenções do autor, que se encontram em nível das implicitações discursivas. É apenas por intermédio desse nível de análise que ressurge o caráter ideológico do texto, geralmente impossível de ser negado pelo interlocutor por se apresentar oculto. A posição dos autores do texto se encontra nesse nível das significações implícitas que aparecem veladas no discurso. Com base na análise de alguns enunciados escolhidos, procurou-se chegar ao desvelamento das reais posições dos autores quanto ao tema trabalhado.

1° Enunciado

- O explícito

> [...] antes da década de 70 as alegações para o divórcio eram coisas bem concretas: infidelidade, dificuldades financeiras, problemas com a família do cônjuge, violência doméstica, negligência do lar – enfim argumentos "de homem.

- O implícito

Nesse enunciado, as autoras anunciam a diferença entre homens e mulheres indicando a concretude como um indício do masculino. Utilizando o operador argumentativo "enfim", as articulistas concluem o enunciado enfatizando que os argumentos concretos são masculinos, o que sugere, em nível do não-dito, que as mulheres são idealistas e imaginativas.

2° Enunciado

- O explícito

> A partir da década de 80, as queixas passaram a incluir quesitos menos

palpáveis, daquelas típicos "de mulher".

- O implícito

Nesse enunciado, as autoras do texto atentam para a questão de que os argumentos apresentados pelas mulheres são abstratos e sem sustentação com a realidade. Implicitamente, sugerem que as mulheres quando pedem o divórcio não o fazem sob argumentos concretos.

3° enunciado

- O explícito

> No Brasil, segundo o IBGE, em mais de 70% dos processos de separação não consensuais justamente os mais dolorosos, a responsabilidade é feminina."

- O implícito

Nesse enunciado, por alusão, as autoras se reportam à autoridade do IBGE para afirmarem que a mulher é a principal responsável pelos divórcios litigiosos, os mais sofridos, imputando um grau de sofrimento ao seu parceiro e a sua família, apesar de não ter argumentos palpáveis, concretos.

O que aparece subentendido nesse enunciado é o grau de responsabilidade das mulheres no processo de separação. Como os argumentos não são palpáveis, pressupõe-se que, nesse particular, impera a frivolidade feminina, a grande responsável, pela dissolução da família. Aqui ressurge o estereótipo de papel imputado à mulher pela cultura.

4° Enunciado

- O explícito

> "Estariam as mulheres, como sempre, complicando as coisas?"

unesp

- O implícito

A expressão "como sempre" indica que, na história das relações entre os sexos, a responsabilidade pelo não entendimento entre o homem e a mulher recai totalmente sobre ela. Se as mulheres são consideradas as grandes complicadoras das situações, a figura masculina sai ilesa de qualquer responsabilidade e o argumento conduz à idéia de vitimação do masculino, através dos tempos, no processo de relação entre os gêneros.

5° enunciado

- O explícito

> Para a terapeuta de casais Terezinha Féres Carneiro [...] a dificuldade das mulheres de se comunicar com seu parceiro e de se fazer entender por ele ocorre porque, quando o assunto é casamento (como em muitos outros, aliás), homens e mulheres não falam a mesma língua.

- O implícito

Apoiando-se na autoridade da terapeuta de casais, as articulistas, por alusão, insinuam que a questão do desentendimento entre os casais se deve à dificuldade das mulheres em se comunicar com o sexo oposto. Por isso, mais uma vez, fica implícito que são as mulheres as grandes responsáveis pelas separações.

6° Enunciado

- O explícito

> Já para grande parte dos homens, o fato de a relação não ser um mar de rosas não justifica um rompimento. Bem ou mal, eles têm uma família.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

- O implícito

O argumento utilizado nesse enunciado pressupõe que os homens são mais responsáveis do que a mulher quando se trata da família e, mesmo nas situações mais difíceis, ele se preocupa com a preservação da família. Assim, aparece como pressuposto a irresponsabilidade da mulher, que assentada em argumentos abstratos é a responsável pela maioria das separações e, conseqüentemente, da desestruturação das famílias.

7° enunciado

- O explícito

> A mulher é intuitiva, criativa, enquanto o homem é objetivo. "Trata-se de uma diferença genética, darwiniana", resume o psicanalista Luiz Alberto Py.

- O implícito

Baseadas na autoridade do psicanalista Luiz Alberto Py, as autoras dão seqüência ao percurso semântico do texto, indicando que a diferença entre os sexos é de ordem biológica e natural. Dessa forma, descartam a força da sociedade e da cultura na formatação do que seja o masculino e o feminino. Os estereótipos de papel são reduzidos, por conseguinte, a traços *específicos* e *naturais* de cada sexo. Dessa forma, ideologicamente, justifica-se o comportamento diferenciado de cada um. Considerando-se o homem mais objetivo e racional, justifica-se a sua dominação sobre o que seja intuitivo, criativo e emocional.

8° Enunciado

- O explícito

> Mas as causas fundamentais da diferença estão, no caso, mais em cima.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> Homens, constatam os cientistas, usam mais o lado esquerdo do cérebro – o prático, o racional. Mulheres, embora também freqüentam esse hemisfério, usam e abusam do outro, o direito – o da emoção, da intuição.

- O implícito

Utilizando alguns operadores argumentativos – mas, embora, também – as locutoras do texto voltam a confirmar a diferença como algo causado por fatores naturais e biológicos. Colocando ênfase na questão dos hemisférios cerebrais, reforçam a objetividade do masculino e a emocionalidade do feminino. Com esses argumentos voltam a legitimar o domínio daquele que pensa em relação àquele que se emociona. Esse argumento sustenta um não-dito: a oposição entre os sexos e suas diferenças coloca o homem em situação de poder dominante em relação à mulher, visto que está assentado na racionalidade e na objetividade. Sendo de origem natural, pressupõe a idéia de que não seja possível a superação dessa situação.

6.2.2.2 Poder de vida e morte

Reportagem de autoria de Caco de Paula, editada na revista **Veja**, veiculada na edição 1664, no. 35, ano 33, inserida às páginas 112-114, datada de 30 de agosto de 2000 (Anexo C). Apresenta sob o sentido explícito vários estratos de significações implícitas, dentre as quais buscou-se a identificação das marcas apostas nos próprios enunciados, independentemente da intenção do autor. Explicitamente, essa reportagem pretende relatar um caso de amor, vivido pelo Diretor do Jornal *O Estado de São Paulo* e uma ex-editora de Economia, que termina em assassinato quando ela termina o namoro.

unesp

No desenvolvimento da sua matéria jornalística, o repórter Caco de Paula, constrói o texto argumentativo apresentando como fio condutor desse percurso semântico a caracterização da figura do Diretor do Estado de São Paulo. Para isso, utiliza operadores argumentativos que, ao fazerem o encadeamento dos enunciados, fazem emergir aspectos da personalidade do autor da tragédia. Ora salientam a sua competência profissional e respeitabilidade, ora delineiam traços de personalidade que caracterizam uma pessoa emocionalmente abalada, cujo comportamento é resultante de uma somatória de acontecimentos: doença incurável de uma das filhas, problema de saúde advindo de um ferimento no nervo do olho direito durante uma cavalgada, traição da namorada etc.

Durante esse percurso semântico, a vítima foi apresentada explicitamente em alguns enunciados, no entanto, aparece implicitamente em todo o transcorrer do texto como o pivô da tragédia.

- **O dito**

PODER DE VIDA E DE MORTE

Caco de Paula

> O assassinato da jornalista Sandra Gomide, 32 anos, pelo diretor de redação de *O Estado de São Paulo*, Antônio Marcos Pimenta Neves, 63 anos, apresentou tantos elementos surpreendentes que acabou se transformando num crime de repercussão nacional. Em primeiro lugar, é inquietador ver o ocupante de um dos cargos mais influentes da imprensa brasileira estampado nas páginas policiais. Também ajudou a dar ao crime os contornos de uma tragédia humana de grandes proporções a constatação de que um homem com a solidez profissional de Pimenta Neves pode dormir respeitável e acordar um assassino. O protagonista do crime é um homem obcecado e mentalmente perturbado. Essa faceta capaz de matar foi brotando de dentro de uma personalidade respeitável, disciplinada e poderosa. Toda sua força interior, de repente, foi direcionada, para eliminar Sandra, sua ex-namorada e ex-subordinada. Ele a contratara,

unesp

promovera e demitira depois que ela tomou a iniciativa de romper o romance, recusando todos os apelos para reatar.

O crime ocorreu na tarde de Domingo, num haras em Ibiúna, a 62 quilômetros de São Paulo, onde Pimenta e Sandra costumavam cavalgar nos finais de semana. A relação entre os dois andava estremecida. Depois de um dos muitos rompimentos em seu conturbado namoro, Pimenta comentava abertamente com amigos que Sandra o traíra. Ele resolveu mandá-la embora do jornal, onde ela ocupou um dos cargos mais importantes, o de editora de economia. Logo após esse desfecho, reuniu os principais editores para dizer que o motivo da demissão não era o relacionamento pessoal, mas a incompetência da jornalista. Conhecido como um homem metódico, reprimido e controlador, Pimenta não deixaria que a história entre ele e Sandra se esgotasse na demissão da namorada. Continuou a procurá-la. Ameaçou-a por e-mails, avisando que sabia da existência de um suposto amante. Na noite do último dia 5 , invadiu o apartamento dela, esbofeteou-a e exigiu de volta alguns presentes que lhe dera. Já havia alugado um apartamento defronte ao de Sandra para vigiá-la. Ela era seguida por motoristas que ele contratava.

Pimenta agia como um pêndulo. No trabalho, apresentava oscilações súbitas de humor, mas, dono de um estilo imperial, consolidado por uma carreira longa e sólida, dirigia o jornal com correção. Só muito recentemente seus patrões e os amigos mais chegados começaram desconfiar de que o jornalista estava, psicologicamente, num beco sem saída. Nas últimas semanas, fez de Sandra sua obsessão absoluta. Chorava ao falar ao telefone. Não parava de criticá-la. O fim do namoro passou a ser seu único assunto. Ligava para colegas em posição de chefia na imprensa alertando-os para não contratar Sandra. Entretanto, não conseguia ficar muito tempo sem vê-la. Cortejava sua família. Na véspera do assassinato almoçou na casa da família de Sandra e a tratou de forma cordial. No Domingo, tomou café da manhã com o pai dela. Por volta das 14h30min encontrou-a no haras. Segundo Pimenta Neves declarou em seu depoimento à polícia, quarta-feira passada, ele a pegou pelo braço e pediu que entrasse em seu carro. O advogado Antônio Cláudio Mariz de Oliveira, que defende Pimenta, afirma que o cliente queria saber o motivo da falta de interesse de Sandra pelo estado de saúde de uma das filhas do jornalista, operada recentemente de um câncer. Ainda de acordo com Mariz, ela teria dito que isso não lhe interessava. Pimenta Neves deu dois tiros, pelas costas, acertando um no ombro direito e outro no ouvido esquerdo da jornalista. Não há testemunhas do diálogo nem da cena final. Tudo que os funcionários do haras ouviram

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

foram as súplicas dela ("Não, Pimenta, não! Socorro!") e os disparos. Quando chegaram, ela estava morta. Pimenta fugira.

Foi ele mesmo, simultaneamente na pele de jornalista e homicida, quem deu a notícia de seu crime para os dois grandes jornais de São Paulo. Eram pouco mais de 15 horas quando ligou para a redação do *Estadão* e disse a um editor que havia atirado em Sandra. Diante da perplexidade do interlocutor, continuou:

- Verdade, ela estava falando mal do jornal.

Logo depois, telefonou para o diretor de redação da *Folha de São Paulo*, Otávio Frias Filho. Pimenta, cuja carreira incluiu a direção da *Gazeta Mercantil* e muitos anos como assessor do Banco Mundial, em Washington, onde era habitualmente procurado por autoridades econômicas brasileiras, tinha ocupado cargos de chefia no grupo *Folha* nos anos 60. "O telefonema durou pouco mais de dois minutos e foi um desabafo pessoal". Diz Frias "Ele se limitou a pedir desculpas à Folha e ao meu pai pelo fato de que o comportamento dele talvez pudesse repercutir na imagem do jornal onde ele já trabalhou".

O publicitário Ênio Mainardi, velho amigo de Pimenta Neves e um dos poucos que não se afastaram dele na semana passada, cedeu um apartamento de sua propriedade para que o jornalista ficasse escondido até terça-feira. Nesse dia, ao voltar para casa, Mainardi encontrou-o caído. Havia tomado trinta comprimidos de calmante. Deixara um bilhete de suicida, endereçado às filhas gêmeas. Mainardi levou-o ao Hospital Albert Einstein, de onde na sexta-feira Pimenta Neves foi transferido com escolta policial para uma clínica psiquiátrica. Por decisão de um desembargador, Pimenta pode ficar mais dez dias na clínica antes de se apresentar à polícia. O advogado contratado pela família de Sandra sustenta que não houve uma real tentativa de suicídio, e sim uma armação para evitar que o jornalista, com a prisão preventiva decretada, se apresentasse diretamente à polícia.

Antes de puxar o gatilho do revólver 38 que matou Sandra Gomide, Pimenta dera repetidos sinais de desequilíbrio emocional. Uma vez consumada a tragédia, todos os seus passos – mesmo a suposta tentativa de suicídio – obedecem a uma lógica. Visam, naturalmente, a tornar menos hedionda sua obsessão fatal diante da opinião pública. É um direito de todo réu que sua defesa vem aproveitando com grande competência. Foi a suposta tentativa de suicídio que o levou ao hospital e, mais tarde, à clínica psiquiátrica.

Foi no hospital que Pimenta Neves deu seu depoimento à polícia, longe das delegacias e dos flashes dos fotógrafos. Alguns trechos, no entanto, foram

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

gravados por uma minicâmera escondida da TV Globo. Ele respondeu às perguntas com seu estilo autoritário de pessoa habituada a mandar e ser obedecida. "Não é incomum pessoas assim explodirem quando não conseguem o que querem", diz o psiquiatra forense Guido Palomba. Quem conhece Pimenta há décadas lembra que ele sempre foi um soberbo. No jornal, não prestava muita atenção no que lhe diziam. Alguns editores preferiam tratar com ele pelo telefone para se assegurassem de que estavam sendo ouvidos.

Às vezes, nos finais de semana, aparecia para trabalhar com roupa de montaria, botas e chapéu. Solitário, eventualmente dormia em um sofá na sua sala, de gravata e tudo. No dia seguinte, meio amarfanhado, circulava entre os jornalistas para deixar claro que passara a noite ali. Um amigo lembra-se dele contando como ensinou os jornalistas Millôr Fernandes, Ivan Lessa e Jaguar a fazer nos anos 70 o lendário semanário *O Pasquim* – ou de como, com seus conselhos, salvara seus patrões empresários de levar os negócios à falência.

Esse era o seu estado normal. Nos últimos meses, quando ainda namorava Sandra, mostrava-se mais irritadiço e mal-humorado. Além da doença da filha, contava que sentia freqüentes dores de cabeça e tinha dificuldade para ler desde que sofrera um ferimento no nervo do olho direito durante uma cavalgada. Submeteu-se a 62 sessões de tratamento a laser, mas continuou com um grave problema de pressão alta no globo ocular. Um dos amigos de Pimenta lembra que, em 1980, o filósofo francês Louis Althusser matou a mulher seis meses depois de realizar uma cirurgia que o deixou em estado de prostração mental, incapacitado de ler. Althusser oscilava momentos de agitação e grande produtividade com fases de depressão profunda. Como Althusser, Pimenta vinha apresentando um comportamento ciclotímico. Quando alguém ia despachar com ele, só falava de Sandra. Não aceitava a separação. No final de julho, pediu demissão ao diretor responsável do *Estadão*, Ruy Mesquita. Afirmou que não tinha mais "as especificações técnicas para o exercício da função". Mesquita não aceitou o pedido e sugeriu que ele fizesse um tratamento médico. Pimenta Neves acatou a sugestão e foi a dez sessões no consultório de um psiquiatra. Elas não evitaram a tragédia.

➢ **O não-dito**

Para Ducrot (1987), o implícito constitui-se a forma mais típica do ideológico, caracterizando-se como dado inquestionável, diferentemente do explícito

unesp

que é passível de ser negado pelo interlocutor. Nesse sentido, o não-dito no texto é o elemento fundamental para a identificação das posições ideológicas do enunciador, que nesse caso é o repórter Caco de Paula. Na análise do texto *Poder de Vida e Morte*, selecionou-se alguns enunciados mais significativos, tendo em vista o objeto da pesquisa, ou seja, delinear a ideologia subentendida nos interstícios da mensagem referente aos conceitos de masculino e feminino, veiculados pelo repórter segundo suas condições de produção.

1° Enunciado

- O explícito

> Também ajudou a dar ao crime os contornos de uma tragédia humana de grandes proporções a constatação de que um homem com solidez profissional de Pimenta Neves pode dormir respeitável e acordar um assassino.

- O implícito

Nesse período, observa-se o encadeamento dos enunciados, possibilitado pelo operador argumentativo "também", cuja aplicação, nesse texto, envolve outros elementos que existem para fortalecer a idéia de que o ato criminoso em discussão na verdade não passou de uma tragédia humana de grandes proporções, porém, à qual qualquer ser humano está sujeito. Assim, o enunciador procura amenizar a gravidade do ato praticado. Logo, o papel do operador argumentativo empregado foi o de orientar e dar direção à argumentação. Ao indicar a solidez profissional de Pimenta Neves e sua característica de homem respeitável, induz à conclusão de que ele não é um assassino, pois esse tipo não se constrói da noite para o dia. No entanto, solidez profissional e respeitabilidade se constroem ao longo de uma vida de trabalho. Portanto, nesse enunciado, Caco de Paula quer

insinuar que o autor do crime não é um criminoso, e sim um homem a quem se deve respeito, pois é vítima das circunstâncias que o tornaram autor de uma tragédia.

2° enunciado

- O explícito

> O protagonista do crime é um homem obcecado e mentalmente perturbado.

- O implícito

No encadeamento de sua argumentação, o enunciador faz uma afirmação sobre o estado emocional de Pimenta Neves. Dessa maneira, deixa implícito que o autor do crime sofre de perturbação mental e obsessão; esse sofrimento psíquico, de uma certa forma, teria desencadeado o ato "criminoso", que teria sido provocado pelo descontrole emocional.

3° enunciado

- O explícito

> Ele a contratara, promovera e demitira depois que ela tomou a iniciativa de romper o romance, recusando todos os apelos para reatar.

- O implícito

Qual seria, no entanto, o estopim de seu descontrole emocional? Sandra Gomide! Ela rompeu o romance; ela recusou todos os apelos para reatar. Ela não foi grata a tudo que ele lhe tinha oferecido: contrato como jornalista em um dos principais jornais do país e promoção a um cargo dos mais importantes, o de editora de economia do jornal *"O Estado de São Paulo"*. Ela o colocou numa situação de humilhação ao fazê-lo chegar até a "apelação". Mesmo assim, o recusou!

unesp

4° Enunciado

- O explícito

> Depois de um dos muitos rompimentos em seu conturbado namoro, Pimenta comenta abertamente com amigos que Sandra o traíra.

- O implícito

O namoro com Sandra Gomide nunca foi tranqüilo, fato que se deduz com o adjetivo "conturbado".

A questão da traição por parte dela teria motivado o rompimento, que, por sua vez, teria desencadeado a aceleração do processo de desequilíbrio emocional em Pimenta Neves, já comprometido durante o namoro sem tranqüilidade. Assim, o enunciador agrega mais elementos que dão suporte ao percurso semântico da sua argumentação.

5° enunciado

- O explícito

> Continuou a procurá-la. Ameaçou-a por e-mails, avisando que sabia da existência de um suposto amante.

- O implícito

Nesse trecho, o enunciador continua a informar ao leitor sobre o estado de perturbação em que se encontrava o autor da tragédia, obcecado pela idéia da traição.

6° enunciado

- O explícito

> Pimenta agia como um pêndulo. No trabalho, apresentava oscilações

unesp

> súbitas de humor, mas, dono de um estilo imperial, consolidado por uma carreira longa e sólida, dirigia o jornal com correção.

- O implícito

Nesse enunciado, o autor faz uso do operador argumentativo "mas" para realizar o encadeamento dos enunciados, insinuando que a sua perturbação mental já estaria próxima de afetar o desempenho de seu cargo.

O operador argumentativo "mas" reforça a solidez do profissionalismo de Pimenta, que apesar de oscilante, desempenhava o seu papel de diretor do jornal *O Estado de São Paulo* com estilo.

7° enunciado

- O explícito

> Só muito recentemente seus patrões e amigos chegados começaram a desconfiar de que o jornalista estava, psicologicamente sem saída.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor intenciona mostrar que Pimenta Neves se encontrava num estado emocional abalado, utilizando a alusão como forma de operar as implicitações. Assim, refere-se aos patrões e amigos mais chegados do diretor do *Estadão* como "autoridades" para anunciar o seu descontrole emocional. Estar "psicologicamente sem saída", significa afirmar o emocional abalado como uma comprovação. O motivo de todo esse desequilíbrio: Sandra Gomide.

8° Enunciado

- O explícito

> Nas últimas semanas, fez de Sandra sua obsessão absoluta, chorava e

falava dela ao telefone. Não parava de criticá-la. O fim do namoro passou a ser seu único assunto.

- O implícito

Nesse trecho, o locutor tem a intenção de comunicar que nas últimas semanas que antecederam o crime, Pimenta Neves apresentava um estado de absoluto descontrole emocional, centralizado num único assunto: Sandra Gomide.

9º Enunciado

- O explícito

O advogado Antônio Cláudio Mariz de Oliveira, que defende Pimenta, afirma que o cliente queria saber o motivo da falta de interesse de Sandra pelo estado de saúde de uma das filhas do jornalista, operada recentemente de um câncer. Ainda de acordo com Mariz, ela teria dito que isso não lhe interessava.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor apóia-se na autoridade do advogado de Pimenta Neves e, por alusão, insinua a falta de interesse de Sandra Gomide pelo estado sensibilizado do jornalista diante da doença grave da filha. Mais uma vez, reforça-se o comportamento de Sandra em relação ao seu ex-namorado. Sandra, insensível, não se importou com o estado emocional de seu ex-namorado, contribuindo para o agravamento da situação.

10º Enunciado:

- O explícito:

Pimenta, cuja carreira inclui a direção da Gazeta Mercantil e muitos anos

unesp

> como assessor do Banco Mundial em Washington, onde era habitualmente procurado por autoridades econômicas brasileiras, tinha ocupado cargos de chefia no Grupo Folha nos anos 60.

- O implícito

Após ter trabalhado o processo de desequilíbrio emocional de Pimenta Neves, o locutor retoma o argumento a respeito de sua capacidade e talento profissional a fim de sensibilizar o leitor. Um homem tão competente, chegar aonde chegou por causa de uma mulher?

11° Enunciado:

- O explícito

> Nesse dia, ao voltar para casa, Mainardi (velho amigo de Pimenta Neves) encontrou-o caído. Havia tomado 30 comprimidos de calmante.

- O implícito

O desequilíbrio emocional chegou a tal ponto que o jornalista tentou o suicídio. A tragédia o teria abalado de tal modo, que resolveu dar cabo da própria vida.

12° Enunciado

- O explícito

> Com seus conselhos, salvara seus patrões empresários de levar os negócios à falência. Este era o seu estado normal. Nos últimos meses, quando ainda namorava Sandra, mostrava-se irritadiço e mal-humorado.

- O implícito

Nesse trecho, o locutor volta a enfatizar o talento profissional de

unesp

Pimenta Neves. Sua intenção é demonstrar que seu estado normal se confundia com competência e trabalho. O ato tresloucado de tirar a vida de alguém deve-se a seu estado anormal ou desequilibrado, ao qual havia chegado por diferentes fatores, sendo o principal a indiferença de Sandra Gomide para com ele. O operador argumentativo "ainda" quer enfatizar o relacionamento com Sandra como fator principal de seu estado.

13° Enunciado

- O explícito

> Além da doença da filha, contava que sentia freqüentes dores de cabeça e tinha dificuldade para ler desde que sofrera um ferimento no nervo do olho direito durante uma cavalgada.

- O implícito

Continuando a tecer o seu argumento principal a respeito do ato praticado por Pimenta Neves, o locutor, utilizando o operador argumentativo "além", enriquece a sua tese somando ao motivo principal de desequilíbrio de Pimenta Neves o comportamento de Sandra em relação a ele, porém, havia outros fatores: a doença da filha e as dores de cabeça provenientes de um acidente.

14° Enunciado

- O explícito

> Ao final de julho, pediu demissão ao diretor responsável pelo Estadão ... afirmou que não tinha mais "as especificações técnicas para o exercício da função".

- O implícito

Com esse argumento, o enunciador quer insinuar que o Diretor do

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Estadão, um mês antes do assassinato, já tinha noção de seu estado de desequilíbrio psíquico. Como um homem da qualidade profissional de Pimenta Neves, conforme já deduzida de outros enunciados, pede demissão de seu cargo por considerar-se incapacitado? Esse enunciado tem por intenção demonstrar a lisura profissional do jornalista ao reconhecer o seu estado emocional perturbado, que o tornara disfuncional ao seu cargo, e fazer seu pedido de demissão.

15° Enunciado

- O explícito

> Mesquita não aceitou o pedido e sugeriu que ele fizesse um tratamento médico.

- O implícito

Nesse enunciado, o repórter refere-se a Mesquita, Diretor responsável pelo Estadão, que percebeu que Pimenta estava doente, caso contrário, não lhe sugeriria o tratamento médico. Essa marca aposta no enunciado sugere, por alusão, a identificação do estado do jornalista, dias anteriores à tragédia. Pimenta Neves estava doente!

16º Enunciado

- O explícito

> Pimenta acatou o sugestão e foi a dez sessões no consultório de um psiquiatra. Elas não evitaram a tragédia.

- O implícito

Pimenta Neves estava muito doente e sua ida ao psiquiatra sugere

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

que sua doença estava ligada a questões de natureza emocional. Apesar do tratamento, a tragédia aconteceu. A tragédia colocada como um resultado, um efeito, cujo autor não pode ser responsabilizado, visto que também vítima das circunstâncias. Se tratado a tempo, a tragédia não teria se consumado e, em estado normal, jamais teria feito o que fez.

6.2.2.3 Sem elas, eles adoecem e vivem menos

A reportagem, de autoria de Cristina Poles, foi publicada na revista **Veja**, edição 1664, n. 35, ano 33, inserida às páginas 128-129, datada de 30 de agosto de 2000 (Anexo D).

Como qualquer texto de natureza jornalística, sob o significado explícito delineia um conjunto de implicitações – para as quais se dirigiu o olhar da pesquisadora neste trabalho – na busca de marcas subentendidas nos enunciados. Segundo a proposta de Ducrot, toda explicitação é aberta, tornando tudo que é dito passível de contradição. Assim, o implícito, como o nível mais profundo do enunciado, constitui-se como uma condição de sua existência.

Essa reportagem tem explicitamente como tema central a demonstração da tese de que a mulher é presença imprescindível na vida de um homem. A leitura de superfície do texto leva à constatação de que a vida do homem, para ter qualidade, depende da existência da mulher. Assim, nesse nível de leitura, os argumentos dirigirem o olhar do receptor para a idéia de enaltecimento da figura feminina. Afinal, sem ela, os homens, adoecem e vivem menos. Em nível do significado explícito, a mulher aparece como essencial para que os homens tenham saúde e vida longa. Explicitamente, a intenção da autora é resgatar o prestígio da mulher em sua relação com o sexo oposto.

unesp

➢ O Dito

SEM ELAS, ELES ADOECEM MAIS E VIVEM MENOS

A constatação agora é científica: por trás de um homem saudável, há sempre uma mulher zelosa. Os solitários tendem a descuidar da própria saúde.

Cristina Poles

Você não agüenta mais o zelo excessivo de sua dileta companheira? É adepto do provérbio do rei Salomão, segundo o qual essas pequenas cobranças são tão enervantes quanto goteira em dias de chuva? Levante as mãos para os céus e agradeça. O homem que tem uma mulher para chamar de sua é mais saudável que o solteiro, divorciado ou viúvo. A probabilidade de ele cair em depressão, abusar do álcool e das drogas, sofrer um acidente de carro ou cometer suicídio é menor. Entre os solitários, dobram os riscos de morte por infarto e hipertensão. Quadruplicam os óbitos por câncer de garganta e aumentam em sete vezes os casos fatais de pneumonia. Pode parecer conversa de solteirona desesperada para chegar a altar. Não é, estudos sérios têm demonstrado que o casamento (feliz, óbvio) faz um bem danado à saúde. E que os benefícios da vida a dois costumam ser maiores para eles do que para elas. A proteção vem sob a forma do lembrete da consulta médica, da importância de uma dieta equilibrada, do cuidado ao volante... Essa apoquentação é um santo remédio. Outro efeito maior da companhia feminina é baixar a ansiedade no parceiro, deixá-lo mais relaxado, contente e, portanto, saudável.

Há duas semanas, o professor americano Ross Stolzenberg, da Universidade de Chicago, levou ao encontro anual da Associação Americana de Sociologia, o resultado da última pesquisa sobre o assunto. Depois de acompanhar 1.500 casais, durante três anos, Stolzenberg constatou: os riscos de um homem adoecer são quase 30% maiores se a mulher dele trabalha mais de quarenta horas por semana. A razão é simples: com um batente mais duro, fica difícil para ela controlar o estilo de vida do maridão. E, conseqüentemente, este passa a abusar das coisas erradas, tais como comidas, gordurosas, bebidas, cigarro e até... Melhor deixar para lá. No entanto, não faz a menor diferença para uma mulher se sua cara-metade se esfalfa além da conta. Ao menos no que se refere à saúde. "Nessa área, eles realmente são mais dependentes que elas", sentencia Stolzenberg. Quando se trata de um solteiro, então, o quadro é pior. O médico David Larson, presidente do Instituto Nacional de Pesquisa



em Cuidados de Saúde, dos Estados Unidos, chega ao ponto de comparar: um solitário não-fumante corre os mesmos riscos de um casado fumante habituado a consumir um maço de cigarros por dia.

Sem a eterna vigilância feminina (para a qual o casamento pode ser um preço caro demais, emendaria um engraçadinho), os marmanjos perdem mesmo o instinto de sobrevivência. Passam a levar um cotidiano tão desregulado quanto relógio comprado em camelô. Aos 37 anos, o compositor paulista Edson Zampronha admite que só atinge seu peso ideal quando namora firme. "Ao compartilhar o dia-a-dia com uma namorada, minha vida fica mais regrada", reconhece. Sozinho, Zampronha não tem horário para dormir nem para comer. Nessas fases (ele passa por uma dessas agora), a geladeira é um deserto. Há momentos em que não tem nada além de água e pão preto. Alguma leitora se habilita a endireitar o sujeito?

Não se trata, é claro, de defender o retorno das mulheres à mera condição de esposas amantíssimas de seus machos provedores. A revolução feminina iniciada na década de 60 não tem mais volta. Os dados dessas pesquisas, no fundo, só comprovam quanto as mulheres são decisivas para a manutenção da ordem e do equilíbrio dentro das mais diversas sociedades. E quase sempre tendo de enfrentar a dupla jornada. Sim, porque é um equívoco pensar que só começaram a trabalhar fora nas últimas décadas. O que aconteceu foi que elas romperam as fronteiras que as separavam das profissões bem remuneradas e socialmente valorizadas. Estudos mostram que, já na Pré-História, as mulheres eram muito mais que meras coadjuvantes. Além de cuidar da prole e da fabricação de artefatos, também saíam para caçar e ajudavam a defender o território de seu clãs.

Por natureza, a mulher é mais gregária. É ela quem organiza os contatos intrafamiliares e com os amigos – atividades que, descontados os encontros com a sogra, reduzem o stress de seus companheiros. Sozinho, o homem tende a se fechar e a se afastar dos círculos sociais tidos como saudáveis. Como já definiu o sociólogo americano David Popenoe, "a vida familiar é uma coerção civilizadora considerável para os homens". O designer gráfico paulista Sérgio Palmiro Serra assina embaixo. Aos 38 anos, dez meses atrás ele se casou com Cristiane, atriz de teatro. Antes do casório, Serrano fumava dois maços de cigarro por dia, cultivava hábitos sedentários, só fazia refeições à base de comida congelada, bebia diariamente e trabalhava madrugada adentro. Hoje é um novo homem. "Graças à minha mulher, larguei o cigarro, bebo raramente, só trabalho durante o dia, faço ioga e tirei de minha dieta todo tipo de carne", conta. Nessa toada, quando chegar aos

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> 48 anos, as chances de Serra viver até os 65 serão de quase 90%. Se continuasse solteiro, a probabilidade de isso acontecer baixaria para 60%. As estatísticas são da demógrafa americana Linda Waite, da Universidade de Chicago. Então, meu amigo, fica combinando o seguinte: o casamento acabou? Viva o casamento!

➢ **O não-dito**

Na análise do texto *Sem elas, eles adoecem mais e vivem menos* selecionou-se alguns enunciados tendo em vista a busca das implicitações contidas no discurso.

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> A constatação agora é científica: por trás de um homem saudável, há sempre uma mulher zelosa.

- <u>O implícito</u>

Nessa parte do enunciado, a locutora chama a atenção do leitor para a cientificidade do que vai afirmar a seguir, após os dois pontos. A palavra "agora" age nesse contexto como um operador argumentativo que dá sentido e direção à segunda parte do enunciado. Dizer que uma constatação é científica "agora", significa que, antes, poder-se-ia duvidar dessa veracidade, confundindo a assertiva com opinião ou pontos de vista. Chamar a atenção do leitor para a cientificidade do que se vai afirmar supõe negar qualquer argumento contrário, pois o que é científico é demonstrado objetivamente e se contrapõe ao conhecimento do senso comum.

Ao colocar a premissa da cientificidade como elemento sustentador do argumento seguinte, a locutora fecha qualquer possibilidade de discussão por

parte do leitor. Conforme se poderá constatar nos enunciados seguintes, esse primeiro enunciado servirá de coluna de sustentação e fio condutor na construção do tecido textual.

Mas o que a locutora pretende constatar cientificamente? O fato de que atrás de um homem saudável há sempre uma mulher zelosa.

O sentido implícito dessa parte do enunciado confirma o preconceito em relação à mulher: seu papel a desempenhar é o de ser cuidadora, sobretudo no que se refere ao seu parceiro. O operador argumentativo "sempre" implica que o papel da mulher com relação ao sexo oposto é de cuidado e zelo, para que ele, o provedor da família, à frente dela, mantenha-se saudável. O advérbio de lugar "atrás" indica segundo plano, obscuridade, anonimato. Dessa forma, os estereótipos imputados à mulher pela cultura reaparecem no discurso, mesmo que essa não tenha sido a intenção da autora do texto.

2° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> Levante as mãos para o céu e agradeça. O homem que tem uma mulher para chamar de sua é mais saudável que o solteiro, divorciado, ou viúvo.

- <u>O implícito</u>

A primeira frase desse enunciado remete a um gesto: o de agradecimento, no qual as mãos têm um significado especial. A ação de levantar as mãos para o céu subtende que o agradecimento se dirige a Deus, que por sua graça, oferece uma premiação, impossível de ser concedida pelos seres terrenos. A força argumentativa da primeira parte do enunciado prepara o espírito do leitor para a importância do que se vai falar em seguida. Assim, a locutora continua o seu

argumento referindo-se à mulher como uma presença indispensável na vida de um homem, visto que é responsável, sobretudo, pela sua saúde.

No entanto, ao se referir ao lugar ocupado pela mulher nas relações com o sexo oposto, de forma implícita, coloca-a numa posição de subalternidade: ao utilizar o pronome possessivo "sua", aponta a situação de dominação do masculino sobre o feminino. Nesse aspecto, conforme afirma Saffioti (1992), as relações entre o masculino e o feminino supõem a preservação, em certo grau, da figura subalterna, tendo em vista a reprodução da supremacia masculina, o que nega a cidadania para as mulheres.

3° Enunciado

- O explícito

> Estudos sérios têm demonstrado que o casamento (feliz, obvio) faz um bem danado à saúde. E que os benefícios da vida a dois costumam ser maiores para eles do que para elas.

- O implícito

Seguindo o percurso argumentativo escolhido, a locutora volta a chamar a atenção para a fonte de seus argumentos ao enfatizar o caráter dos estudos que trabalham com o tema em questão. Assim, na primeira parte desse enunciado, apóia-se, mais uma vez, na autoridade da ciência e, por alusão, insinua o caráter fidedigno desses argumentos, o que esvaziaria qualquer contestação.

Na segunda parte do enunciado, deixa subentendida a supremacia masculina quanto aos benefícios da vida a dois. O homem sai ganhando, pois subentende-se que a mulher seja a responsável por zelar por sua saúde. Aqui, novamente, reforça-se o estereótipo: a mulher é cuidadora e o homem, que é

unesp

responsável por outras atividades mais racionais, dificilmente exerce esse papel que basicamente não é dele.

O cuidar e o zelar são colocados, de forma implícita, como comportamentos próprios do feminino, pelos quais o homem sai ganhando, pois seu papel fora do lar o impede que cuidar da própria saúde, muito menos da saúde da companheira.

Assim, esses comportamentos, conforme Bourdieu (2002), não são mais do que reflexos dos mecanismos de perpetuação dos *habitus* ou predisposições de homens e mulheres a respeito de seus papéis sociais. Essa aparente perenidade contribui para atribuir a tais comportamentos o caráter de uma essência natural. A tese do eterno, na história, não passa de um produto do processo histórico de eternização, em relação ao qual a mídia impressa tem exercido um papel fundamental.

4° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> Sem a eterna vigilância feminina [...], os marmanjos perdem mesmo o instinto de sobrevivência.

- <u>O implícito</u>

O locutor volta a enfatizar a importância da mulher na vida de um homem: portadora de um papel que a responsabiliza não apenas pela saúde de seu companheiro, mas, indo mais além, eixo de manutenção do instinto de sobrevivência dele. Tal enunciado, traz subentendido que a presença da mulher é uma questão de vida ou morte para o seu parceiro. No entanto, qual o papel que lhe é reservado? O de eterna vigilante.

unesp

A expressão "eterna" nesse enunciado subentende o cuidado constante com o companheiro – até para mantê-lo vivo. É a mãe eterna que representa calor, cuidado, segurança, "mãe amorosa", cujo papel é cuidar do "filho carente". Assim, os estereótipos de papel eternizados pela deshistorização da cultura, se reproduzem nesse enunciado.

5° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> Nessas fases (ele passa por uma dessa agora), a geladeira é um deserto. Há momentos em que não tem nada além de água e pão preto. Alguma leitora se habilita a endireitar o sujeito?

- <u>O implícito</u>

Na primeira parte do enunciado, a autora do texto continua a reforçar a sua tese ou argumento principal: o homem sem a mulher não se sustenta nem emocional nem biologicamente. A expressão da geladeira como um deserto subentende a ausência da mulher na sua função de dona-de-casa, cujo papel implica, entre outros comportamentos esperados, o de cuidar dos provimentos e da alimentação da família. A expressão "pão e água", indica o total abandono em que se encontra o homem sem a presença feminina. Assim, mais uma vez se reforça, mesmo que não tenha sido essa a intenção, que o lugar da mulher é restrito ao espaço doméstico, tão necessário para a produção da força de trabalho, o mundo da produção ocupado e dominado pelo masculino. O espaço interno da privacidade continua a ser o reduto do sexo feminino, lugar da irracionalidade das emoções e do cuidado humano.

A frase final do enunciado configura-se ainda como um convite às

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

mulheres no sentido de "endireitar" o sujeito. Nesse aspecto, fica implícito, mais uma vez, a função da mulher: aquela que é provedora e mãe, capaz de colocar o ser humano nos trilhos. Assim, reproduz-se novamente os estereótipos do papel designado à mulher pela sociedade.

6° Enunciado

- O explícito

> Os dados dessas pesquisas, no fundo, só comprovam quanto as mulheres são decisivas para manutenção da ordem e do equilíbrio dentro das mais diversas sociedades.

- O implícito

Esse enunciado apresenta-se como um início da conclusão, tendo em vista os argumentos anteriores. Nessa parte do texto a locutora chega a um momento de síntese. Respaldada pelas pesquisas, confirma a importância do papel da mulher na sociedade: responsável pela manutenção da ordem e do equilíbrio enquanto desempenha o seu papel de cuidadora e zeladora de sua família. Implicitamente, dirige o olhar do leitor para o reforçamento do estereótipo do papel designado às mulheres pela cultura: a sua grande função é manter a ordem e o equilíbrio. Neste particular, é preciso indagar a autora do texto. A respeito de que ordem e equilíbrio ela fala? De qualquer forma, os argumentos utilizados na construção do seu texto confirmam a reprodução do *status quo* no que se refere à identidade social das mulheres: um ser restrito ao espaço doméstico, a quem se nega a cidadania fundamentando-se nas diferenças consideradas essenciais entre os sexos, quando na verdade são arbitrárias (BOURDIEU, 2002).

unesp

7° Enunciado

- O explícito

> Por natureza, a mulher é mais gregária. É ela quem organiza os contatos intrafamiliares e com os amigos – atividades que, descontados os encontros com a sogra, reduzem o stress de seus companheiros.

- O implícito

A autora continua a sua síntese enfatizando que o ser mulher é moldado pela natureza, subentendendo-se que o mesmo acontece com o sexo oposto. O relacionamento mais fácil com as pessoas da família e com os amigos deve-se a um *traço natural* da personalidade feminina no que concerne à sua maior sensibilidade e tato nas questões de relacionamento humano. Isso significa dizer que os homens são mais racionais e pouco dados a essas manifestações; no entanto, usufrui dos benefícios do contato humano quando suas companheiras tomam a iniciativa. Nesse enunciado, a locutora, mais uma vez, tenta enaltecer a presença feminina na vida do homem, contudo, implicitamente, não faz mais do que aprisioná-la aos estereótipos que lhe são imputados no processo de sua socialização.

8° Enunciado

- O explícito

> Então, meu amigo, fica combinado o seguinte: o casamento acabou? Viva o casamento!

- O implícito

Nesse final do texto, o enunciado é recado direto para os homens, dirigindo-se exclusivamente a eles no que se refere ao processo de resignificação do casamento. Após apresentar um percurso argumentativo ressaltando a importância

da presença da mulher na vida do homem, a articulista apresenta-se como uma grande defensora do casamento, procurando salvá-lo da crise pela qual passa na contemporaneidade.

Ao terminar o texto chamando os homens para essa realidade, pode-se considerar que os destinatários do texto foram, desde o início, os homens.

6.2.3 Sexo e Erotismo

6.2.3.1 Nem a Funai daria jeito

A reportagem em questão traz como autor Ricardo Valladares. Foi editada na revista **Veja** e veiculada na edição 1636, n. 7, ano 33, inserida às páginas 142-143, de 16 de fevereiro de 2000 (Anexo E).

No texto, Valladares comenta sobre o motivo que levou a Rede Bandeirantes a demitir a atriz Shirley Cristina Rocha, a Aigo, atração do programa O+, programa que entrou no ar em substituição ao de Luciano Huck. Após compará-la a outras atrizes já renomadas em virtude de sua plástica, Tiazinha e Joana Prado, o autor discorre sobre a sua curta vida de sucesso.

Ao comentar especificamente sobre o sucesso financeiro de Tiazinha e Joana Prado, o autor fala sobre os seus gastos e as suas mordomias, o que poderia estar colocando em risco a riqueza de ambas.

- **O dito**

NEM A FUNAI DARIA JEITO

Shirley Rocha, a Aigo do O+, é demitida da Bandeirantes

Ricardo Valladares

A escultural morena Shirley Cristina Rocha tinha tudo para ser a sucessora

de Feiticeira e Tiazinha. No papel da índia Aigo, atração do programa O+, que substituiu o de Luciano Huck, a silvícola de butique elevava a audiência de 3 para 7 pontos. Registre-se que, no auge, Suzana Alves, a Tiazinha, chegava no máximo aos 6 pontos, e que Joana Prado, a Feiticeira, só consegue aumentar o ibope do O+ até 5. Aigo devia parte de seu sucesso a um par de belíssimos atributos: era a única que fazia topless no ar. Na exuberância de seus 23 anos, a moça apresentava-se vestida somente de tanga e penas. O sonho acabou na terça-feira passada. Shirley, que ganhava 2.500 reais por mês da Rede Bandeirantes, foi demitida. O motivo: as brigas entre o apresentador Otaviano Costa e o empresário e namorado de Aigo, Heveniuton Amaral, de 42 anos, que queria interferir no programa. Não foram poucas as vezes em que os dois bateram boca, em altos brados, nos corredores da emissora. Heveniuton chegou a registrar um boletim de ocorrência contra Otaviano em uma ocasião em que ambos quase chegaram às vias de fato. "Shirley é uma boa garota. O problema é que ela está mal assessorada", acusa o apresentador do O+. "Otaviano e a Feiticeira, que tinham ciúmes de Aigo, nos perseguem desde que chegamos à Bandeirantes", devolve o empresário.

Heveniuton começou a irritar a produção do O+ quando, no terceiro dia de sua contratada no programa, pleiteou um aumento de salário dizendo que ela havia recebido um convite da produção de Luciano Huck na Rede Globo. Era mentira e pegou mal. "Eu nem conheço essa menina, nunca falei com ela", irrita-se Luciano. Como Suzana Alves, Shirley Rocha vem de uma família humilde. Filha de um marceneiro de Cuiabá, já trabalhou em lavanderia, feira livre, lojas e lanchonetes. A personagem Aigo é invenção de seu empresário, que a descobriu quando ela foi pedir emprego como recepcionista num evento, há quatro anos. Heveniuton comprou para ela alguns cocares e flechas e criou suas "coreografias". Encarnando o papel, Shirley ganhava uns trocados – 500 reais por apresentação – fazendo show em rodeios e pequenas casas noturnas. Projetada em escala nacional graças ao programa O+, Aigo chegou a usufruir algumas *benesses* da fama. Seu cachê subiu para 5.000 reais por apresentação. Vai sair no Carnaval deste ano numa escola de samba do Rio de Janeiro. Ela continuará no ar até o próximo mês em programas gravados, mas seu futuro é incerto. Mesmo dona de uma plástica invejável (1,75 metro, 58 quilos e 83 centímetros de busto), é duvidoso que consiga um bom contrato para posar para uma grande publicação masculina. Pelo simples motivo de que sua nudez não seria inédita, como as de Tiazinha e Feiticeira. Já apareceu sem roupa antes, na revista Sexy, para a qual deu uma entrevista para lá de picante.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Ricas. Até quando?

Suzana Alves, a Tiazinha, está cortando gastos. Desde que virou um nome nacional, ela não parou de esbanjar. Comprou um apartamento de 960.000 reais em São Paulo, tem doze funcionários e vive se dando "presentinhos" – o último foi um carro de 130.000 reais.

A fonte para cobrir esses gastos, porém, já não verte tanta água. Seus shows diminuíram de vinte para seis por mês em média, o que representa uma queda nos rendimentos, embora o cachê tenha aumentado de 3000 para 8000 reais. Para que ela não fique inadimplente, seu empresário, Eriberto Monteiro, determinou que Suzana Alves abrisse mão da decoração de 3000.000 reais que encomendara para seu apartamento e parasse de comprar vestidos de 15.000 reais. Como a apresentadora ainda deve embolsar um bom cachê quando sair de novo na *Playboy*, e mantém seu salário mais merchandising em cerca de 40.000 por mês na Bandeirantes, as contas podem se equilibrar. Já Joana Prado, a Feiticeira, ri à toa. A edição da *Playboy* que a trouxe na capa, lançada em dezembro, foi a mais vendida da história da revista, com mais de 1,2 milhão de exemplares. Feiticeira acaba de comprar uma cobertura em São Paulo no valor de 400.000 reais.

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- O explícito

  A escultural morena Shirley Cristina Rocha tinha tudo para ser sucessora de Feiticeira e Tiazinha.

- O implícito

Nesse enunciado, Valladares deixa subtendido que as figuras já conhecidas de Feiticeira e Tiazinha começam a se desgastar, visto já serem conhecidas pelo público em sua nudez por intermédio de publicação na revista *Playboy*, cuja especialidade é apresentar o corpo feminino totalmente despido e em poses sensuais. Por isso, abre espaço para a novidade, que poderia ser preenchido

unesp

por Shirley Rocha, cujo corpo "escultural" lhe garantiria esse lugar. Assim, em nível de subentendido, o locutor enfatiza a idéia de que a mulher atinge o sucesso utilizando seu corpo como objeto de exibição e erotismo.

2° Enunciado

- O explícito

  No papel de Aigo, atração do programa O+ que substituiu o de Luciano Huck, a silvícola de butique elevava a audiência de 3 para 7 pontos. Aigo devia parte de seu sucesso a um par de belíssimos atributos: era a única que fazia topless no ar.

- O implícito

No encadeamento argumentativo de seu discurso, o locutor recorre ao aumento da audiência de um programa de televisão valendo-se da exposição do corpo feminino como símbolo sexual. Dessa forma, ao se referir ao *topless* no ar, o autor o coloca como artifício de sedução, e o peito aberto aparece como chamariz para o olhar e o desejo do homem. Assim, reproduz-se o preconceito de que a mulher agrada, conquista e aumenta a audiência de um programa quando utiliza seu corpo para isso. Não é a sua inteligência que a conduz ao sucesso, mas o seu corpo erotizado, fetichizado.

3° Enunciado

- O explícito

  Na exuberância de seus 23 anos, a moça apresentava-se vestida de tanga e penas.

- O implícito

Dando continuidade ao seu percurso argumentativo, o locutor

acrescenta mais elementos à sua tese: da mulher não se exige que pense, pois só tem valor o seu corpo físico transformado em alvo do desejo libidinoso. A tanga e as penas, trajes sumários, permitem antever a plástica do corpo feminino, narcisicamente exposto.

4° Enunciado

- O explícito

  Mesmo dona de uma plástica invejável (1,75 metros, 58 quilos e 83 centímetros de busto), é duvidoso que consiga um bom contrato para posar para uma grande publicação masculina. Pelo simples motivo de que sua nudez não seria inédita, como as de Tiazinha e Feiticeira.

- O implícito

Nesse enunciado, o autor refere-se à plástica feminina como um instrumento para o sucesso. No entanto, salienta a questão da novidade: o público masculino é seduzido pelo corpo erotizado da mulher, porém, existem exigências do ineditismo. A mulher continua obcecada pela sedução, o que é uma maneira de conservá-la, uma vez mais, dependente. Portanto, aparece como subentendido no discurso, que a nota de corte para as mulheres é o poder de satisfazer ao homem.

5° Enunciado

- O explícito

  Ricas. Até quando?

- O implícito

Continuando o seu percurso, o autor se refere ao sucesso da Tiazinha e da Feiticeira, duas mulheres donas de uma plástica invejável, que enriqueceram utilizando suas armas principais, pressupostas no discurso do autor: o

unesp

rosto e o corpo. Até quando permanecerão ricas? Enquanto forem atrações da revista *Playboy*, cujo público, especificamente masculino, as consideram símbolos sexuais. O autor, assim, apresenta como implícita a idéia de que as mulheres se enriquecem valendo-se da exibição de seu corpo erotizado, e a permanência delas nesse mercado dependerá do nível de aceitação do público masculino.

6.2.3.2 Las Tiazonas

A reportagem elaborada por Raul Juste Lores foi editada na revista **Veja**, veiculada na edição 1637, n. 8, ano 33, inserida às páginas 60-61, de 23 de fevereiro de 2000 (Anexo F).

Nessa reportagem, o autor fala sobre a realidade de um país, a Argentina, onde os símbolos sexuais que representam a atração maior são vedetes que possuem mais de 40 anos, que investem no corpo e apresentam-se em teatros de revista, arrebatando corações e mentes por meio de sua sensualidade. A novidade, na qual se fundamenta todo o discurso, é a idade das mulheres.

Contrariando o conceito do senso comum, de que as mulheres mais jovens constituem-se símbolos sexuais, na Argentina, mulheres com mais de 40 anos continuam fazendo sucesso e agradando ao sexo oposto.

- **O dito**

> **LAS TIAZONAS:**
>
> **Na Argentina, os símbolos sexuais têm mais de 40 anos e são vedetes do teatro de revista.**
>
> Raul Juste Lores
>
> Nem modelo, nem atriz, nem atriz-e-modelo. Na Argentina, quem arrebata corações e mentes são exuberantes vedetes de seios muito fartos, lábios muito carnudos, formas muito bem torneadas e guarda-roupa à base de

plumas, paetês e salto 15. Todas já chegaram aos 40 anos e todas, sem exceção, mentem a idade. A rainha do momento, Graciela Alfano, eleita a mulher mais sexy do país em pesquisa promovida pelo jornal *Clarín,* tem 48 anos, mas admite no máximo 43 – de má vontade. "Sou uma lolita" diz Gabriela, mãe de três filhos, de 24, 16 e 12 anos. "Sou mais jovem que meus filhos, parei o tempo. Posso ou não posso?", pergunta, com a segurança de quem ainda preenche de maneira impecável qualquer biquíni minúsculo.

Graciela foi garota-propaganda, modelo, fez filmes e novelas, mas só estourou mesmo em dezembro passado, quando pela primeira vez se cobriu, por assim dizer, de plumas, calçou as sandálias de salto agulha e pisou no palco do teatro de revista. Seu espetáculo *E o Turco levou...* (alusão ao ex-presidente e admirador Carlos Menem) atraiu 100 000 espectadores no primeiro mês. "Agora, todos me admiram", encanta-se Graciela, que, para manter a forma, já lipoaspirou nádegas e pernas, pôs colágeno nos lábios e 280 centímetros cúbicos de silicone nos seios. "Mexo com a sexualidade dos homens na platéia, não sou uma carmelita descalça. Mas sou uma vedete diferente, com corpo harmonioso. Não uma grandalhona, como outras por aí", gaba-se.

Menem, o fã – O recado tem alvo preciso: Moria César, 52 anos 1,74 metro, considerada a maior vedete argentina em atividade. Seu espetáculo no ano passado, *Tetanic*, bateu o recorde de um 1 milhão de espectadores. "Moria é a Marilyn Monroe Argentina: sensual, provocadora, a número 1. As poltronas tremem quando ela aparece"., exagera o produtor Pepe Parada, experiente criador de grandes vedetes. Além de teatro, Moria faz novela e, nas noites de segunda, apresenta, ao vivo o mais polêmico e picante Talk-show da TV local, A Noite de Moria. Num programa memorável, recebeu o marido, o ex-marido, a filha dela, os filhos deles, numa espécie de catarse familiar em que todos falaram de tudo e Moria, com lágrimas nos olhos, perguntou ao ex: "Querido, onde foi que erramos?". Em outro, convidou a arquiinimiga Graciela Alfano e, entre indiretas e alfinetadas ("Como você se sente por nunca ter emplacado um sucesso?", quis saber Moria. "Você tem de voltar a comer, Moria. Essas suas dietas vão lhe matar", aconselhou Graciela), foram vistas por 6 milhões de argentinos. No final, apoteótico, as duas protagonizaram um muy caliente beijo na boca.

Mas a rainha indiscutível da televisão argentina, com um programa diário em horário nobre de concursos e entrevistas, é a ex-vedete Susana Giménez, 58 anos, dona de uma alentada lista de namorados e de uma respeitabilíssima conta bancária. Entre 1974 e 1978, manteve uma

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

tumultuada relação, movida a tapas e pontapés, com o ex-campeão mundial de boxe Carlos Monzón. Vingou-se no ex-marido Humberto Roviralta, de quem cortou o rosto com um bem-lançado cinzeiro. Este, por sua vez, teve sua compensação: embolsou 10 milhões de dólares no divórcio. Muito contribuiu nos últimos anos, para a celebridade das vedetes argentinas, um de seus mais ardentes fãs, o ex-presidente Menem. A exuberante Yuyito González, 40 anos, 1,80 metro, posou nua para uma revista espanhola sob o título "A amante de Menem", mas desconversa. "Nego-me a envolver um presidente quando falo de vida pessoal. Sou uma mulher muito discreta", diz Yuyito. Mas não é de ferro: no embalo do tal romance, deu dezenas de entrevistas e aproveitou para lançar um disco dançante.

Fórmula antiga – Especialista em escândalos, e assumida, é Silvia Süller, 42 anos, 110 centímetros de busto, a garota terrível do rebolado argentino. "Falo o que todos calam, sou leite fervendo", proclama Silvia, que discorre abertamente sobre a prostituição em seu meio. "Eu mesma só faço sexo se me dão dinheiro ou presentinhos", informa. Suas colegas negam que namorem por interesse. Não precisam disso, afirmam. A fórmula do teatro de revista argentino é a mesma há quarenta anos: um humorista conta piadas, bailarinas fazem topless (às vezes, strip-tease total), um casal dança tango e tcharan – entra a estrela principal, que dança, canta (ou dubla) e "contracena" com homens extasiados da platéia. O espetáculo custa, em média, 300.000 dólares. O ingresso, de 15 a 30 dólares. A estrela leva 10% a 15% da bilheteria. Uma diva de calibre de Moria Casán, só com o megassucesso *Tetanic*, arrebanhou 1,5 milhão de dólares em um ano. Somem-se a isso os programas de televisão e os contratos de publicidade, e está formado o sonho das jovens argentinas de um dia, quem sabe, virar vedete de teatro de revista.

➢ O não-dito

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

Na Argentina, quem arrebata corações e mentes são exuberantes vedetes de seios muito fartos, lábios muito carnudos, formas muito bem torneadas e guarda-roupa à base de plumas, paetês e salto 15.

- O implícito

Nesse enunciado, subentende-se que o sucesso das mulheres envolve a exibição de sua sensualidade. A apresentação imediata, ao vivo, de seu corpo em teatro de revistas enuncia o poder erótico das mulheres que, ao se exibirem como objeto de desejo ao olhar masculino, não fazem mais do que reproduzirem a sua condição. Assim, o autor reforça a idéia de que as mulheres chegam ao sucesso não pela sua competência, pela sua inteligência, mas pelo seu estilo, tradicionalmente posto, de mulher-objeto. As mais velhas, especialmente, investem pesado em seus corpos para continuar a fazer sucesso.

Dessa forma, o locutor dá início ao seu texto, enfatizando os aspectos corporais considerados as *armas* para o sucesso das mulheres em questão.

2° Enunciado

- O explícito

> Agora, todos me admiram", encanta-se Graciela, que, para manter a forma, lipoaspirou nádegas e pernas, pôs colágenos nos lábios e 280 centímetros cúbicos de silicone nos seios.

- O implícito

O autor se reporta a uma fala da própria vedete e, por alusão, deixa nas entrelinhas do discurso a razão do sucesso, antes negado.

O que levou a todos a admirarem e se encantarem com a Graciela, segundo a sua própria fala, usada pelo locutor como ilustração e reforço do seu próprio conceito do feminino? Em nível de não-dito aparece o investimento no

próprio corpo, utilizando recursos oferecidos pela indústria do erotismo. Assim, fica clara a intenção do autor no texto: a mulher só tem duas armas para vencer na vida: o rosto e o corpo.

3° Enunciado

- O explícito

> Mexo com a sensualidade dos homens na platéia, não sou uma carmelita descalça. Mas sou uma vedete diferente, com corpo harmonioso.

- O implícito

Lores apóia-se novamente na fala da própria vedete para confirmar a sua tese sobre as mulheres artistas e, mais especificamente, sobre as mulheres em geral.

Nesse trecho, o locutor, por alusão e de forma dissimulada, continua o seu percurso argumentativo, juntando elementos para a demonstração de seu conceito de feminino: o exibicionismo como característica própria da mulher que constrói a sua identidade na experiência com o próprio corpo, incessantemente exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso do outro. Dessa forma, volta à tona a idéia de mulher como objeto de consumo voyeurista, cujo destino é agradar e seduzir o sexo oposto.

4° Enunciado

- O explícito

> "Moria é a Marilyn Monroe argentina: sensual, provocadora, a número 1. As poltronas tremem quando ela aparece", exagera o produtor Pepe Parada, experiente criador das grandes e vedetes.

unesp

- O implícito

Continuando a construção de seu percurso argumentativo, o locutor novamente utiliza a alusão, gerando um implícito apoiado na experiente palavra de Pepe Parada. Logo, o que realmente tem a intenção de dizer é que as mulheres representadas pelas vedetes do teatro de Revista, como objetos da sedução, conseguem arrebatar o público masculino, que chega ao máximo do prazer voyeurista ao se deliciar com a sensualidade e provocação do sexo erotizado. O que significam as mulheres neste nível do subentendido? São objetos, cuja finalidade é satisfazer aos homens, que sentem pelo corpo feminino uma incrível atração.

5° Enunciado

- O explícito

> Uma diva do calibre de Moria Casán, só com o megassucesso *Tetanic*, arrebanhou 1,5 milhão de dólares em um ano. Somem-se a isso os programas de televisão e os contratos de publicidade, e está formado o sonho das jovens argentinas de um dia, quem sabe, virar vedete de teatro de revista.

- O implícito

Com esse enunciado final o locutor encerra os seus argumentos, enfatizando o sucesso econômico das vedetes do Teatro de Revista, que chega pela utilização da armas femininas tradicionais: o corpo e o rosto. Pela exposição de sua sensualidade e da erotização do seu corpo para seduzir o sexo oposto, tornando-se objeto de desejo, as mulheres conseguem ascensão social e sucesso. Ao enfatizar que esse é o sonho de toda jovem argentina, o autor do texto generaliza as suas conclusões para todas as mulheres, reproduzindo o preconceito já instalado na cultura.

unesp

6.2.3.3 Operação Secreta

Reportagem de autoria de Bel Moherdaui, foi editada na revista **Veja** e veiculada na edição 1658, n. 29, ano 33, inserida às páginas 90-91, de 19 de julho de 2000 (Anexo G). No texto, a autora se refere à moda que tem tomado posse do público feminino atualmente: a de aumentar o glúteo com aplicação de silicone. Discorre sobre a cirurgia plástica enfrentada por mulheres para aumentar as nádegas, sobre seus riscos e sobre as proporções aplicadas de silicone, tendo em vista conseguir um bumbum a gosto do padrão de beleza imposto. Recorrendo ao discurso de especialistas, explica como a prótese de silicone é colocada, a fim de se conseguir um bumbum bonito.

- **O dito**

OPERAÇÃO SECRETA

Depois dos seios, mulheres vão ao vale do silicone para aumentar o bumbum.

Bel Moherdaui

Os seios se valorizaram, é certo, mas na terra do culto ao tchan não podia ser diferente: na surdina, sem contar para ninguém, as mulheres estão descobrindo, e colocando em uso, a cirurgia plástica que aplica próteses de silicone para aumentar as nádegas. Os médicos calculam que o número de pacientes da operação para empinar o *derrière* quintuplicou desde que a cirurgia começou a ser feita no Brasil na década de 80. "Há cinco anos, eu atendia três consultas por mês. Hoje coloco prótese de silicone no glúteo de oito pacientes a cada mês", contabiliza o cirurgião plástico Raul Gonzalez, de São Paulo. Que ninguém se iluda: a prótese aumenta e arrebita, mas não ergue o que a idade e a gravidade fizeram desabar. "Pelo grande volume de silicone colocado, toda a região se distende um pouco. Assim, se a flacidez for incipiente, ela melhora. Mas, se for muita, é necessária outra técnica de correção", explica o cirurgião paulista Luiz Carlos Martins, presidente da Associação Brasileira de Cirurgia Plástica Estética, que em 1994 fazia dez cirurgias do gênero por ano e hoje realiza dez por mês. Por outra técnica entenda-se lipoescultura e lifting (retirada de gordura e pele),

unesp

que são mais invasivas e deixam cicatrizes maiores, mas despontam como a única opção para quem passou dos 40 anos.

A plástica para aumentar o glúteo consiste na colocação de duas próteses de silicone ovais ou arredondadas, uma em cada protuberância dorsal, a partir de uma incisão vertical de 5 a 7 centímetros feita dentro do sulco entre as nádegas, de forma a camuflar a cicatriz. As técnicas mais comuns situam a prótese dentro ou logo atrás do chamado músculo máximo, o mais externo da região. O tamanho ideal depende das proporções do corpo de cada pessoa e é recomendado pelo cirurgião.

As pacientes em geral acatam a sugestão, embora uma ou outra insista em extrapolar: "Bumbum bonito é aquele que tem formas arredondadas, não importa a posição em que a mulher esteja", ensina Gonzalez.

"Outro mundo" – Enquanto a prótese de mama contém, em média, 180 mililitros de silicone, a de nádegas tem um volume-padrão de 270 (quase uma xícara e meia de chá), mas pode chegar a 420 mililitros, dependendo da técnica usada e das proporções da receptora. E de suas ambições, é claro. O silicone é mais espesso que o da prótese de mama, e a película externa que o envolve, mais resistente. "A prótese de mama tem a consistência macia de uma glândula mamária. Já a do glúteo tem consistência de músculo", diz o cirurgião plástico Nicola Menichelli Netto, de São Paulo. E como é viver com duas bolsas de considerável tamanho numa área sempre tão solicitada, seja em movimento, seja em estado estático? Dizem as usuárias que, como as próteses são instaladas acima da área usada para sentar, passada a dor inicial, elas não interferem em nada. Pode-se fazer qualquer tipo de ginástica, nadar ou andar de bicicleta normalmente, garantem os médicos.

Ao contrário dos seios siliconados, que quem tem faz questão de exibir, a cirurgia de nádegas é ultra-sigilosa – há mulheres que não contam nem para a família. "Não queria ninguém olhando, passando a mão", desconversa uma das que aderiram à operação secreta. Quem, no entanto, abre a guarda e se dispõe a falar sobre o assunto só tem elogios a fazer. "Meu marido dizia que meu bumbum era feio. Fiz a cirurgia e ficou uma coisa do outro mundo", comemora a empresária paulista Salete Aparecida, de 36 anos, que colocou 270 mililitros de silicone de cada lado. "Adorei o resultado. Tive um pouquinho de dor, mas nada insuportável", diz a modelo baiana Nana Cabral, de 26 anos, que notou um aumento no número de cantadas que recebe quando passa na rua depois que implantou a calipígica quantidade de 300 mililitros de silicone em cada nádega. "Brasileiro é fanático por bumbum", constata feliz da vida.

unesp

Injeções proibidas – A cirurgia é feita em hospital, com anestesia peridural. Dura de uma a três horas e normalmente a paciente fica internada dois dias. O pós-operatório pode ser bastante dolorido, mas o incômodo maior passa em três dias. Em duas semanas já se pode dormir em qualquer posição e trabalhar. Sentar confortavelmente, esparramada na poltrona, só um mês depois. "Há duas semanas andei a cavalo e não senti nada", conta a endocrinologista Rosana Elisa Regatieri, de 30 anos, que fez a cirurgia há pouco mais de dois meses e colocou 240 mililitros de silicone de cada lado. Um cuidado peculiar que as pacientes devem tomar depois de colocar a prótese é com as injeções. Na nádega, não é recomendado. Dependendo de onde for feita a aplicação, a agulha pode perfurar a prótese. Vazar, o fabricante garante que o silicone não vaza. Mas o remédio também não fará efeito, já que ficará confinado dentro da bolsa.

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- O explícito

  Depois dos seios, mulheres vão ao vale do silicone para aumentar o bumbum.

- O implícito

Essa afirmação do locutor do texto, em nível do implícito, induz o leitor a concluir que a aplicação de prótese de silicone nos seios e nas nádegas é um comportamento comum entre as mulheres. Ao utilizar o verbo ir, na terceira pessoa do plural, o locutor coloca essa ação como natural para todas as representantes do sexo feminino. O uso de silicone aparece como um comportamento adequado para todas as mulheres. Os símbolos da sensualidade feminina, seios e bumbum, são exaltados, fazendo emergir o conceito de feminino embutido nos dizeres do articulista.

unesp

2° Enunciado

- O explícito

> Os seios se valorizaram, é certo, mas na terra do culto ao tchan não podia ser diferente: na surdina, sem contar para ninguém, as mulheres estão descobrindo e colocando em uso, a cirurgia plástica que aplica prótese de silicone para aumentar as nádegas.

- O implícito

O locutor, em nível das implicitações discursivas, coloca como desejável um comportamento de transformação do corpo feminino para adequá-lo ao padrão de beleza imposto pela indústria do erotismo. O culto à beleza, colocado como próprio das mulheres no discurso do autor, traz embutido um conceito de feminino que reduz a mulher a objeto, obcecada pela sedução. Para que colocar prótese de silicone nos seios e bumbum? Porque é esse o papel imputado à mulher: aquela que deve investir em seu corpo para agradar ao sexo oposto.

3° Enunciado

- O explícito

> Os médicos calculam que o número de pacientes da operação para empinar o *derrière* quintuplicou desde que a cirurgia começou a ser feita no Brasil na década de 80.

- O implícito

O locutor recorre à autoridade dos cirurgiões plásticos para afirmar que as mulheres procuram cada vez mais a prótese de silicone para o bumbum. Esse dado traz, implicitamente, o estímulo e a motivação para que outras mulheres também o façam, lotando os consultórios dos cirurgiões plásticos. Assim, mesmo que não tenha tido a intenção, o articulista fez propaganda da aplicação de silicone,

unesp

favorecendo àqueles que prestam esse tipo de serviço e se enriquecem satisfazendo a fantasia dos outros.

4° Enunciado

- O explícito

> "Bumbum bonito é aquele que tem formas arredondadas, não importando a posição que a mulher esteja", ensina Gonçalvez.

- O implícito

Utilizando novamente a palavra da autoridade médica, o articulista, propõe um conceito de bumbum bonito. Em nível do implícito, sugere às mulheres que não tenham sido agraciadas pela natureza com esse tipo de bumbum, o dever de conseguí-lo artificialmente, com a ajuda da cirurgia plástica e do silicone, visto que o objetivo de sua existência é agradar ao homem.

5° Enunciado

- O implícito

> "Meu marido dizia que meu bumbum era feio. Fiz a cirurgia e ficou uma coisa do outro mundo", coloca a empresária paulista, Salete Aparecida de 36 anos, que colocou 270 mililitros de silicone de cada lado.

- O implícito

Por intermédio do depoimento explícito de uma paciente que passou pela cirurgia, chega-se ao nível das implicitações que revela o papel da mulher: o de agradar ao sexo oposto, no caso, o marido. A expressão "coisa do outro mundo" indica o entusiasmo da paciente que se submeteu à cirurgia, o que pressupõe que o

unesp

efeito é positivo e que outras mulheres devem fazer uso desse recurso para conseguir um bumbum perfeito, de agrado do sexo oposto.

6° Enunciado

- O explícito

> "Adorei o resultado. Tive um pouquinho de dor, mas nada insuportável", diz a modelo baiana Nana Cabral, de 26 anos, que notou um aumento no número de cantadas que recebe quando passa na rua depois que implantou a calipígica quantidade de 300 mililitros de silicone em cada nádega.

- O implícito

O autor, apoiando-se na palavra de uma paciente, reforça o argumento de que vale a pena investir no corpo. Utilizando o operador argumentativo "mas", indica que a dor da cirurgia é compensada pelo resultado excelente, pois a modelo tornou-se mais sedutora e atraente aos olhos e aos desejos do homem. Novamente, em nível de não-dito, emerge o conceito de mulher como objeto de desejo e a sua satisfação em se exibir e se considerar desejada ao olhar masculino. O *adorar* o resultado pressupõe, nesse enunciado, que a mulher se tornou mais desejada e que é válido o investimento para alcançar esse intento.

7° Enunciado

- O explícito

> "Brasileiro é fanático por bumbum", constata feliz da vida.

- O implícito

Nesse enunciado, a modelo se refere ao brasileiro como fanático por

unesp

bumbum, ou seja, aquela que têm bumbum bonito torna-se alvo do desejo desse homem brasileiro. Portanto, aparece como subentendido que as mulheres que desejam agradar ao sexo oposto devem investir sem medo na aplicação das próteses. Em nível de não-dito, a felicidade das mulheres está condicionada a agradar ao homem, tornando-se mais sensual e atraente.

6.2.3.4 Sábado Popozudo

O texto em questão, sem autoria explicita, foi publicado na revista **Veja**, e veiculado na edição 1663 , n. 34, ano 33, inserido à página 150, de 23 de agosto de 2000 (Anexo H).

O texto apresenta de forma explícita, as estratégias utilizadas pela televisão brasileira para manter a audiência nos sábados à noite. Considerando que, nos finais de semana, o entretenimento proporcionado pela televisão compete com o interesse do público em outros centros de lazer – tais como danceterias, boates, shows, freqüência a bares e restaurantes – a televisão brasileira aproveita para colocar no ar o que há de mais pobre em sua programação.

O locutor do texto, no entanto, acredita que ultimamente esse quadro mudou e a TV brasileira começou a investir nas programações dos sábados à noite, colocando a figura feminina como estratégia para a captura de audiência.

- **O dito**

> **SÁBADO POPOZUDO:**
> **nunca se viu tanto traseiro e seio de fora no dia mais desprezado pelos espectadores.**
>
> Já se tornou tradição: as noites de Sábado são tristes na televisão brasileira. Como a audiência é mais baixa nesse dia e nessa faixa de horário do que no restante da semana, as grandes redes aproveitam para

colocar no ar o que há de mais rasteiro em sua programação: filmes de segunda categoria, humorísticos reciclados e shows baratos. Nos últimos tempos, porém, um outro produto tem se destacado no sabadão televisivo – as popozudas. Em qualquer canal que se sintonize, as musas calipígias lá estão, com seus volumes a preencher a tela e a fantasia dos distintos (e desocupados) espectadores. A exibição de traseiros femininos não é uma novidade, mas ela nunca foi tão explícita, tão explorada pelas câmaras. Também jamais se viu tanto seios de fora na televisão aberta. Com exceção do período carnavalesco, é evidente.

Nos humorísticos da Globo (*Zorra Total*), do SBT (*A Praça é Nossa*) e da Record (*Escolinha do Barulho*), a quantidade das piadas engraçadas é inversamente proporcional ao número de moças bem fornidas. Na Bandeirantes, a principal atração do último dia 12 foi o *making of* do ensaio fotográfico da Feiticeira para a *Playboy*: Exatamente como na revista, a exuberante Joana Prado tirou o véu – e tudo o mais – em um programa inteiramente dedicado a ela. Já Sérgio Mallandro, da Gazeta, é do tipo que gosta de acessórios. Ele instalou um touro mecânico em seu cenário. Sobre o brinquedo, mulheres em trajes sumários são jogadas para cima e para baixo, proporcionando visões panorâmicas de suas vergonhas – ou da falta destas. Em semelhante contexto, as garotas de camiseta molhada de Gugu Liberato têm o impacto de uma pintura acadêmica.

Tem-se a impressão de que o público desse tipo de programa é apenas masculino. Dá até para ver o marmanjo babando na frente da TV, enquanto a patroa cochila ao lado no sofá – e toca mudar de canal rapidinho, quando ela ameaça abrir os olhos. No entanto, o presidente da agência de propaganda Neogama, Alexandre Gama, afirma que as coisas estão mudando. "Hoje em dia, as mulheres também se ligam nessas atrações, nem que seja para falar mal das garotas que mostram seus atributos", diz ele. Não deixa de ser uma tese interessante para você, leitor homem, justificar o interesse pelas imagens lúbricas que, com o perdão do verbo, abundam diante de seus olhos. "Olhe só que horror, querida!", eis uma frase a ser usada em tais situações. Embora não tenha hora para acabar, avançando madrugada adentro, o Sábado das popozudas tem hora certa para começar: depois do término da novela das oito, da Rede Globo. Nesse momento, a audiência da emissora costuma cair abruptamente em até 10 pontos e todas as concorrentes lançam a rede para colher o seu punhado de público. "Não adianta reclamar", diz Homero Salles, diretor do humorístico *Escolinha do Barulho*. "Nada segura um espectador perdido como uma mulher bonita. De preferência sem roupa".

unesp

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- O explícito

> Já se tornou tradição: as noites de Sábado são tristes na televisão brasileira.

- O implícito

Com esse enunciado, o autor inicia seu percurso argumentativo com a intenção de demonstrar um conceito de feminino, cujo perfil começa a ser desenhado com base na constatação de um estado de coisas instalado tradicionalmente.

Ao denominar de "tristes" as noites de sábado na televisão brasileira, e ao apontar que essa situação já é uma tradição, o locutor intenciona supervalorizar os argumentos seguintes do seu discurso. Para mudar uma situação tradicionalmente instalada, o recurso empregado deverá ser de tal significância, de maneira que consiga recapturar a audiência à televisão nessas noites. Assim, fica embutida a pergunta: o que deverá ser feito para que isso aconteça?

2° Enunciado

- O explícito

> Nunca se viu tanto traseiro e seio de fora no dia mais desprezado pelos espectadores.

- O implícito

O autor do texto intenciona sublinhar um perfil do feminino como um ser cujo corpo serve como elemento de atração ao sexo oposto, utilizado para

prendê-lo à telinha, num dia em que ele estaria motivado para outras atividades de lazer. Assim, enfatiza-se a exposição do corpo feminino como objeto de desejo e sedução, confirmando um conceito de mulher incrustado na cultura.

3° Enunciado

- O explícito

> Nos últimos tempos, porém, um outro produto tem se destacado no sabadão televisivo – as popozudas.

- O implícito

Em nível do não-dito, o locutor apresenta a figura da mulher como um produto mercadológico, cuja figura fetichizada serve de atrativo para a suposta satisfação do desejo masculino. A figura erotizada da mulher, materializada na expressão popozuda, aparece como uma estratégia para vencer a tradição televisiva das noites de Sábado.

4° Enunciado

- O explícito

> Em qualquer canal que se sintonize, as musas calipígias lá estão, com seus volumes a preencher a tela e a fantasia dos distintos (e desocupados) espectadores.

- O implícito

A estratégia de utilização do corpo feminino, especialmente as partes consideradas como atração sexual para o sexo oposto – os seios e o bumbum – aparece nesse enunciado como uma saída encontrada pelos editores dos programas televisivos dos sábados para obter audiência. Ao se reportar a espectadores desocupados, o locutor elege o sexo masculino como alvo da

estratégia. As mulheres, em nível de não-dito, são consideradas nesse enunciado como objeto de materialização das fantasias masculinas. A erotização do corpo feminino e a sua utilização para vender idéias e produtos, refletem um conceito do feminino tradicionalmente talhado pelo discurso masculino. O texto, em nível do não-dito, reforça esse preconceito.

5° Enunciado

- O explícito

> A exibição de traseiros femininos não é uma novidade, mas ela nunca foi tão explicita, tão explorada pelas câmaras. Também jamais se viu tanto seios de fora na televisão aberta.

- O implícito

Nas entrelinhas desse enunciado, o locutor deixa transparecer o seu conceito do feminino: as mulheres sempre foram exibidas e objetos de atração do sexo oposto. Utilizando os operadores argumentativos "mas" e "também", o repórter reforça sua tese sobre o comportamento feminino na atualidade: a mulher se tornou mais promiscua, exibindo sem qualquer constrangimento os traseiros e os seios, com a intenção de atrair o público para a audiência televisiva. Em nível do implícito, o locutor se esmera em desmoralizar a figura da mulher, generalizando esse conceito para toda a categoria.

6° Enunciado

- O explícito

> Nos humorísticos da Globo (*Zorra Total*) do SBT (*A Praça é Nossa)* e da Record (Escolinha do Barulho), a quantidade das piadas engraçadas é inversamente proporcional ao número de moças bem fornidas.

unesp

- O implícito

Continuando o seu percurso argumentativo, implicitamente, o locutor enfatiza a presença da mulher como enfeite nos programas. A elas não se pede que falem ou argumentem, mas que exibam o seu corpo. É isso que os homens esperam delas. As piadas não são engraçadas e são sempre repetitivas, porém, a apresentação erótica do corpo feminino supera o conteúdo das mensagens. São programas que enfatizam o voyeurismo, ou seja, o prazer está no olhar.

7º enunciado

- O explícito

> Ele instalou um touro mecânico em seu cenário. Sobe no brinquedo, mulheres em trajes sumários são jogadas para cima e para baixo, proporcionando visões panorâmicas de suas vergonhas – ou da falta delas.

- O implícito

No implícito desse enunciado está contido o conceito do corpo feminino como objeto erótico, por meio do qual a mulher chama a atenção do sexo oposto.

8º Enunciado

- O implícito

> "Não adianta reclamar (diz Homero Salles, diretor do humorístico Escolinha do Barulho). Nada segura um espectador perdido como uma mulher bonita, de preferência sem roupa".

- O implícito

Apoiado na autoridade de Homero Salles, o locutor reforça a idéia de que o que segura o espectador masculino diante de um programa de TV é a mulher

erotizada, sumariamente vestida. O corpo feminino é utilizado como atrativo, o que aparece em nível do não-dito, supervalorizando a noção de que a mulher só se destaca quando utiliza suas principais armas de sedução: o corpo e o rosto.

Ao indicar o espectador perdido, nas entrelinhas, o locutor se identifica com ele.

6.2.3.5 Desinibidas virtuais

A reportagem objeto desta análise, de autoria de Marcelo Camacho, foi editada na revista **Veja** e veiculada na edição 1680, n. 51, ano 33, inserida às páginas 156-159, de 20 de dezembro de 2000 (Anexo I).

Nesse texto, o autor apresenta o fato de que até as beldades mais resistentes se entregam aos *sites* especializados em fotos sensuais e provocantes. Citando várias atrizes famosas da televisão brasileira, que aparentemente passam ao público uma imagem de *moças comportadas e de família*, apresenta-as como soltas e desinibidas quando o veículo é a Internet. Apoiado nos discursos das próprias atrizes, o locutor apresenta os motivos que as levaram a mudar de idéia.

- **O dito**

> **DESINIBIDAS VIRTUAIS**
>
> **Até as beldades mais resistentes se soltam nos sites especializados em fotos sensuais e provocantes.**
>
> Marcelo Camacho
>
> Em seus trabalhos para a televisão, a atriz Gabriela Duarte sempre passou para o público uma imagem de moça de família, toda certinha e comportada. Nunca encarnou uma personagem mais ousada e atrevida, que deixasse aflorar sua sensualidade – coisa que até a mãe, Regina Duarte, já fez. Como a Gabriela da vida privada, fica mais surpreendente ainda o ensaio fotográfico que a atriz protagonizou recentemente a convite

de um site da internet. Ao lado do namorado, o modelo Fábio Ghirardelli, ela aparece enrolada em lençóis, ameaçando tirar a calcinha, dando e recebendo beijos apaixonados. Uma loucura. Não se trata, propriamente, de novidade – diz a lenda que o primeiro conteúdo a circular na web foi um teste. O segundo, uma piada; o terceiro, uma teoria conspiratória; o quarto, uma mulher pelada. Mas é interessante contabilizar como beldades que não se despem em outros meios se sentem à vontade para deixar cair o manto diáfano da fantasia em um pontocom. O poder desinibidor da web não perdoa nem as carecas: Carolina Dieckmann, cabeça raspada a zero por causa de seu papel em *Laços de Família*, é a mais recente estrela de um site desses. Tudo muito artístico, é claro. "A internet está cheia de sites de sexo explícito. Nosso diferencial é que investimos em fotos sem apelação, mas que mexem com a curiosidade das pessoas", diz Paulo Rebello, gerente de marketing de O Site, no qual Gabriela e Fábio aparecem.

A concorrência é fenomenal: calcula-se na casa de milhões o número de sites no mundo cujo principal atrativo são pessoas com pouca ou nenhuma roupa, e "sexo" é a segunda expressão mais pesquisada na rede (a primeira é "MP3"). Mas com certeza não faltará marmanjo interessado em ver com pouca roupa quem nunca tirou tudo: Taís Araújo sem a parte de cima do biquíni (mas com os seios cobertos pelos braços), Susana Werner só de calcinha (de costas), a modelo Gianne Albertoni de blusa molhada, apresentadora Sabrina Parlatore de biquíni. Por que essa turma resolveu mostrar-se na internet? "Morro de vergonha de posar nua. Mas aparecer num ensaio sensual de biquíni é muito diferente", justifica Sabrina. "Elas acham que a rede de computadores tem um público mais selecionado, formador de opinião", avalia Sandra Pecis, diretora de conteúdo do portal Terra, que, além de fotografar moças, também tem investido em fotos sensuais de rapazes – o primeiro foi Paulo Zulu, só de cueca, enrolado em lençóis. "Com um trabalho para a internet, sei que minha foto não vai aparecer pendurada numa parede de borracharia", concorda Susana Werner, estrela de um ousado ensaio do site Morango, que, em catorze dias no ar, teve 15 milhões de acessos. E, naturalmente, não faria feio em nenhuma borracharia.

Fantasias – Outra convertida, depois de alardear que ninguém jamais a veria totalmente nua em revista masculina, foi a atriz Luana Piovani, que topou fazer pose de prostituta e ir para a boca-do-lixo paulistana enfeitar o site Morango. Nudez não tem, mas sobram ousadias e transparências. Rendeu-se também ao apelo da net a cantora Ivete Sangalo, que põe a seminudez na conta das "fantasias realizadas". "Não tenho a menor vontade de fazer fotos nua", diz Ivete. "Mas queria fazer um trabalho em que

aparecesse bela e sensual". Convidada pelo portal Zip.Net, ela posou para as lentes do badalado fotógrafo J.R. Duran e, em quinze dias de exibição, sua página foi acessada 11 milhões de vezes. "Foi divertido", avalia. Quando a fantasia não fala mais alto, soa a poderosa voz do cachê. Susana Werner admite com louvável sinceridade que foi esse o motivo pelo qual mostrou em primeiríssima edição ("Nem minha mãe conhecia") sua tatuagem logo acima do bumbum no Morango. "Fiz pelo dinheiro. Era a quantia que faltava para comprar meu apartamento", diz ela, que ganhou cerca de 40.000 reais pelo trabalho, há seis meses. Hoje, os cachês estão em queda. A tabela para famosos chega no máximo a 25.000 reais. Modelos menos cotados embolsam em torno dos 15.000 reais. Pode ser cachê pequeno para as moças mais cotadas, mas é um bom dinheiro para os garotos. "Fazendo um ensaio sensual para a internet ganhei mais que muitos rapazes que posaram nus por ai", compara André Segatti, ator do infantil *A Turma do Didi*, da Globo, que aparece enrolado na toalha e de shortinho molhado no portal Zip.net. "Fiquei muito feliz com o resultado. Ate as crianças podem ver" acredita. "Às vezes o resultado vai além do esperado. Aconteceu com a modelo Gianne Albertoni, fotografada para o Terra. "Choveu no dia do ensaio", lembra ela, que, sem a opção de um dia de sol, se deixou clicar debaixo d'água e na piscina. As fotos em que aparece de blusa molhada realçando os seios fizeram o maior sucesso. "Levei um susto quando vi. Não sabia que iam ficar daquele jeito", jura Gianne. Já a atriz Nívea Stelmann, que passou para o Zip.net, sabia direitinho o que estava fazendo. Em seu ensaio, há uma seqüência de fotos em que ela está apenas com a parte de cima do biquíni. Embaixo, somente um estratégico ursinho de pelúcia. "Mas estou de calcinha cor da pele. Só cortei um pedacinho da tira lateral", garante.

Globais exclusivas – Há já alguns meses que Nívea – a Guínevère da novela global *Uga Uga* – posou para o Zip.Net. Hoje, talvez, não conseguiria. "Agora estamos tendo problemas com as meninas da Globo. Tentamos fotografar a Angélica, a Deborah Secco, a Giovana Antonelli, mas, por questões de contrato com a emissora, elas não puderam fazer", lamenta Christiano Dutra, diretor do Morango. O motivo da crise é a chegada do portal Globo.com ao departamento de ensaios sensuais. É nele que Carolina aparece na praia, sempre linda, de cabeça raspada. Depois dela, estão programados os ensaios de Patrícia Diniz, a Pipa do programa *No limite* e Vera Fischer. Com o elenco que tem à disposição, o site deve ser daqueles de fazer teclado de computador pegar fogo.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- O explícito

> Em seus trabalhos para a televisão, a atriz Gabriela Duarte sempre passou para o público uma imagem de moça de família, toda certinha e comportada.

- O implícito

Nesse enunciado, o autor Marcelo Camacho dá início ao seu percurso semântico, deixando emergir por intermédio de uma imagem representada pela atriz de televisão, o seu conceito do feminino. A expressão "toda certinha" guarda em si o significado de "aquela que não se desvia para o caminho errado" agindo de acordo com o seu lugar e papel impostos por um arbitrário cultural. A expressão "moça de família" implica que essa pessoa é adequada para o casamento, apta a ser cuidadora, esposa e mãe, papel ainda reservado à mulher na sociedade atual. O adjetivo *comportada*, implica agir de acordo com as expectativas de papel a ela reservado.

2° Anunciado

- O explícito

> Nunca encarnou uma personagem mais ousada e atrevida que deixasse aflorar a sua sensualidade.

- O implícito

Continuando o seu percurso argumentativo, o locutor reforça em nível do não-dito o que já deixou explícito no enunciado anterior: a mulher que deixa emergir a sua sensualidade, pois todas a possuem, são ousadas e atrevidas. Estas

unesp

expressões implicam a transgressão da ordem, própria de pessoas que não se ajustam ao lugar que lhes cabe no âmbito das relações. O que se espera da mulher é que seja bem comportada; agir contrariamente ao proposto, no mínimo, é atrevimento e ousadia.

3° Enunciado

- O explícito

> ... ela aparece enrolada em lençóis, ameaçando tirar a calcinha, dando e recebendo beijos apaixonados. Uma loucura.

- O implícito

Nesse trecho, o locutor enfatiza o aspecto do erotismo, por meio do qual a própria mulher exibe o seu corpo como um produto de consumo voyeurista. Ao indicar que a atriz ameaça tirar a calcinha, o locutor incrimina a sua ação, que conduz à excitação sexual mediante sugestão ou alusão, na *arte* de mostrar "quase tudo". Fazendo o gancho com o primeiro enunciado, esse comportamento é, para o locutor, no mínimo, ousado e atrevido.

Ao indicar que esse tipo de comportamento é uma loucura, o locutor reforça o seu sentido de anormalidade e por, outro lado, enfatiza as conseqüências que tal demonstração, ousada e atrevida, pode causar no sexo oposto, grupo do qual o próprio autor faz parte.

4° Enunciado

- O explícito

> A concorrência é fenomenal: calcula-se na casa de milhões o número de sites no mundo cujo principal atrativo são pessoas com pouca ou nenhuma roupa, e "sexo" é a segunda expressão mais pesquisada na rede, mas com certeza, não faltará marmanjo interessado em ver com pouca roupa quem

unesp

nunca tirou tudo.

- O implícito

Ao se referir ao número dos *sites* de sexo explícito na rede de computadores e a procura por eles pelos internautas, o locutor enfatiza que há um interesse maior por parte dos homens em relação ao erótico, ou seja, do corpo feminino sumariamente coberto. Assim, o locutor do texto, em nível das implicitações, utilizando o operador argumentativo "mas", enfatiza que a disinibição de atrizes na Internet reforça a idéia de que elas sejam para o sexo oposto, como todas as mulheres por elas representadas, um objeto de desejo que veicula um modelo de feminilidade. Dessa maneira, o locutor continua restringindo o poder feminino ao campo do erotismo e da sedução.

5° Enunciado

- O explícito

> Com um trabalho para internet sei que minha foto não vai aparecer pendurada numa parede de borracharia", concorda Suzana Werner, estrela de um ousado ensaio do site Morango, que, em catorze dias no ar, teve 15 milhões de acessos.

- O implícito

Reportando-se, por alusão, à fala de uma representante do grupo das *desinibidas virtuais*, o locutor procura esclarecer porque essas mulheres se soltam na internet, apresentando-se quase nuas. Em nível do subentendido, o autor chega ao motivo desse comportamento: essas mulheres procuram evitar a publicização de sua imagem, ou seja, elas acham que a rede de computadores tem um público mais selecionado. Porém, continuando o seu percurso argumentativo, o

locutor explicita o número de acessos ao *site*: 15 milhões, o que significa dizer, implicitamente, que esse número já indica uma enorme publicização da imagem.

6° Enunciado

- O explícito

> Não tenho a menor vontade de fazer fotos nua", diz Ivete. "Mas queria fazer um trabalho em que aparecesse bela e sensual.

- O implícito

Na tentativa de juntar mais elementos à sua argumentação, Camacho transcreve a fala de uma das *convertidas* ao grupo das desinibidas virtuais e, por alusão, reforça a sua tese principal de que as mulheres gostam de fazer transparecer a sua sensualidade e fazer o jogo da sedução.

7° Enunciado

- O explícito

> Até as beldades mais resistentes se soltam nos sites especializados em fotos sensuais e provocantes.

- O implícito

Em nível do não-dito, esse enunciado traz como subentendido o fato de que as mulheres apresentam como característica o desejo de se exibir ou de mostrar sua sensualidade frente ao sexo oposto. A resistência a que se refere o autor, implica imposições advindas da cultura, pois quem resiste a alguma coisa o faz motivado por pressões objetivas e subjetivas.

Vencidas pelo desejo, tornam-se, no entanto, objetos de apreciação do sexo masculino, por meio da provocação. Assim, nas entrelinhas do enunciado, o autor deixa transparecer o conceito que tem do feminino: as beldades se rendem

aos seus próprios desejos de atrair o sexo oposto; as mulheres comuns, que não têm os atributos considerados adequados aos padrões de beleza impostos culturalmente, investem em seu corpo como consumidoras de um estilo.

6.2.3.6 Musas.com.br

Essa reportagem, de autoria de Ricardo Valladares, foi editada na revista **Veja** e veiculada na edição 1163, n. 34, ano 33, à página 152, de14 de junho de 2000 (Anexo J).

Explicitamente, o autor deixa claro que as mulheres bonitas aumentam a audiência dos programas televisivos, especialmente os direcionados ao público masculino.

- **O dito**

MUSAS.COM.BR:
mulheres bonitas aumentam a interatividade de alguns programas

Ricardo Valladares

Os diretores dos programas de TV nos quais o público participa através da internet descobriram o óbvio: mulher bonita faz a interatividade crescer. Isso é particularmente verdadeiro quando a audiência é predominantemente masculina, como ocorre no *Super Técnico*, exibido na Bandeirantes nas noites de domingo. Desde que o programa começou a contar com a participação da curvilínea Luize Altenhofen, 1,70 metros, 90 centímetros de busto e 92 de quadris, o número de e-mails recebidos duplicou. A idéia de incluir uma deusa entre coroas marfanhados, como costumam ser os técnicos de futebol, veio da televisão italiana (lá também as mesas-redondas futebolísticas são uma praga). A loira é escalada para fazer as perguntas espinhosas, pois ninguém tem coragem de dar a ela uma resposta torta. Para Luiza, aparecer no *Super Técnico* é um bom negócio para a sua carreira de modelo. Em apenas um mês de exposição na TV, ela dobrou seu cachê. Sua atuação no programa lhe rende um salário mensal de 5.000 reais.



> As outras musas da interatividade são âncoras de noticiários sobre cultura pop. Mais de 70% dos e-mails endereçados ao programa *Contato*, da MTV, trazem perguntas pessoais à apresentadora Marina Person. "Já perguntaram até se eu tinha botado silicone nos seios só porque estava usando um sutiã com recheio", diverte-se ela. Mariana, que é formada em cinema, já tem até um fã-clube na internet. Graças à plástica e ao carisma, Fernanda Lima, do Interligado, da Rede TV teve seu espaço aumentado no programa. Além de apresentar clipes musicais, ela agora também faz pequenas entrevistas e responde a dúvidas do público. Fernanda, que recebe 15.000 reais por mês na emissora, pretende investir na carreira de apresentadora e por isso está fazendo curso de jornalismo. Grande parte das mensagens que as três apresentadoras recebem contêm cantadas. Algumas são bem grosseiras. Cerca de metade dos e-mails que chegam para Luize Altenhofen não pode ser lida no ar. As três musas não se apertam e ainda encorajam os fãs, declarando-se solteiras. Apenas Luize admite estar com "uma pessoa", mas se apressa em dizer que "não é nada sério". Internautas do Brasil inteiro, animai-vos!

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> Os diretores dos programas de TV nos quais o público participa através da Internet descobriram o obvio: mulher bonita fez a interatividade crescer.

- <u>O implícito</u>

Nesse enunciado, Valladares confirma em nível do não-dito o preconceito contra a mulher, ao confirmar algo que, segundo ele mesmo, já está inserido na cultura: o processo de ascensão da mulher deve-se à sua aparência física, resultante de uma somatória harmoniosa entre o seu rosto e o seu corpo. O destaque dado à mulher fundamenta-se em atributos físicos, o que a torna um objeto de consumo voyeurista. A nota de corte para esse *concurso* é dada pelo poder que

elas têm de satisfazer aos homens.

2° enunciado

- O explícito

> Desde que o programa começou a contas com a participação da curvilínea Luiza Altenhofen, 1,70 metros, 90 centímetros de busto, 92 de quadris, o número de e-mails recebidos duplicou.

- O implícito

O corpo e as medidas perfeitas de Luize Altenhofen são enunciados pelo locutor como os motivos do aumento da interatividade. Em nível das implicitações discursivas, o locutor intenciona mostrar que mulher é sinônimo de erotismo. Somente executando bem esse seu papel, ela tem espaço na TV. É pelo motivo de agradar e servir de chamariz para o sexo oposto que ela está ali. Ao afirmar que a presença erótica da atriz aumentou a interatividade do programa, o locutor confirma a sua tese de que os homens esperam justamente isso das mulheres: a exposição de sua beleza e de seu erotismo. As medidas explicitadas confirmam um ideal de corpo a ser buscado por toda mulher que quer ser bela.

3° Enunciado

- O explícito

> Graças à plástica e ao carisma, Fernanda Leme do Interligado da Rede TV teve o seu espaço aumentado no programa.

- O implícito

Dando continuidade ao seu percurso argumentativo, Ricardo Valladares enfatiza o lugar da aparência física para o sucesso das mulheres. Ter um

unesp

espaço aumentado na TV é o desejo de todo profissional desse ramo. Para as mulheres, a aparência física é o que conta, o que significa dizer que mulher não precisa pensar, mas investir em seu corpo. Assim os próprios homens continuam a mantê-la obcecada pela sedução, o que a torna ainda mais uma vez e sempre, dependentes desse olhar do outro.

4° Enunciado

- O explícito

> Fernanda Lima: e ela quer ser jornalista... [legenda de uma foto]

- O implícito

Nesse enunciado, o autor reforça o seu argumento ao se referir à Fernanda Lima. As reticências no final da frase refletem um não-dito e, num tom sarcástico, indica a perda de tempo das mulheres ao dedicarem-se aos estudos. Dedicar-se à sua aparência dá mais resultados, pois são os atributos físicos que podem levar a mulher ao sucesso. Nas demais esferas, as chances das mulheres diminuem ao competirem com os homens.

5° Enunciado

- O explícito

> Grande parte das mensagens que as três apresentadoras recebem contém cantadas. Algumas são bem grosseiras.

- O implícito

Ao se referir à questão de que as mulheres são *cantadas* na interatividade, o locutor deixa subentendido que apesar de aumentar a interatividade

dos programas, o interesse direciona-se para o chamariz. Mais uma vez, confirma-se em nível de implícito a idéia de que a mulher é um objeto e a atenção que ela possa despertar no sexo oposto sustenta-se na sua aparência, erotizada pelo olhar masculino.

As grosseirisses nas cantadas refletem um conceito que o homem tem das mulheres: seres cuja função é satisfazer o sexo oposto.

6° enunciado

- O explícito

> Cerca de metade dos e-mails que chegam para Luise Stenhofen não pode ser lida no ar.

- O implícito

O autor continua o seu percurso semântico na consolidação do seu argumento principal. Em nível do não-dito reforça a tese de que a mulher erotizada seduz o homem, que reage dando vazão a sua fantasia. Novamente, reforça-se o preconceito: a mulher é um ser obcecado pela sedução e suas oportunidades de ascensão implicam a utilização de suas armas principais: o corpo e o rosto.

6.2.4 Moda e Beleza

6.2.4.1 Assim é demais

Essa reportagem foi escrita por Bel Moherdaui e veiculada na edição n. 1638, da revista **Veja** n. 9, ano 33 , inserida às páginas 82-83, datada de 1° de março de 2000 (Anexo L).

O tema central dessa reportagem é a moda dos calçados femininos, que ganharam nos últimos anos, cores, formas e centímetros a mais. A autora salienta em sua reportagem que as mulheres, para se tornarem mais belas e atraentes, colocam em risco a sua própria saúde.

O uso de sapatos com saltos cada vez mais altos tem conduzido muitas delas a problemas sérios de saúde, porém, a noção desse risco não tem levado a deixar de acompanhar a moda. Assim, a autora do texto, mediante um conceito de feminino, desenvolve o seu tema intencionando partilhá-lo com o leitor.

➢ **O dito**

ASSIM É DEMAIS

Indiferentes ao risco e, às vezes, ao bom gosto, as mulheres caminham nas alturas.

Bel Moherdaui

Os sapatos ganharam, nos últimos anos, centímetros, formas e cores a mais. São sandálias, escarpins, botas e até tênis com saltos de todos os estilos: quadrados, triangulares, tipo agulha, de couro, madeira, borracha, acrílico, tecido ou espelhados, em cores pastel, fortes e fluorescentes, que podem chegar a alturas desconcertantes (média 15 centímetros). Alguns são bonitos, elegantes. Outros são exagerados, espalhafatosos. Todos têm de ser usados com muita cautela – ou, em alguns casos, não ser usados nunca, a não ser por pessoas que chocam, sabem que chocam e gostam disso. "São sapatos para chamar a atenção e arrasar corações", explica o estilista de calçados Fernando Pires, de São Paulo. Lançado, como boa parte da modernidade atual na moda, pela tribo dos *clubbers*, o estilo extravagante faz sucesso na Europa, nos Estados Unidos e no Japão, onde adolescente *fashion* só sai de casa se equilibrando sobre plataformas de 30 centímetros de altura. "Precisa ser de circo para conseguir andar com um desses". Bianca Pires.

Por aqui, as plataformas – aquele bloco quase inteiriço que acompanha a sola, que Carmen Miranda imortalizou e as *drag queens* não dispensam – atiçam ao mau caminho. Há que ter ousadia demais, ou autocrítica de

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

menos, para se aventurar sobre uma plataforma com um buraco no meio ou inteira de acrílico transparente. Da mesma forma, lotam as coleções de inverno saltos finos e grossos – todos, sempre, altíssimos.

"O salto alto vai ser o mais procurado porque a mulher quer ficar cada vez mais feminina e sensual", explica o estilista Luiz Fernando Rocha, da Ferri Calçados. Está bem, senhor Rocha, mas fica difícil entender o que tem a ver a feminilidade com algumas monstruosidades que andam batendo na calçada por aí. Não se trata de modinha inocente. Além do risco que um salto muito alto representa para o bom gosto, equilibrar-se nas alturas também é perigoso para a saúde, como não se cansam de alertar os médicos.

Passível de multa – O problema mais comum são as torções, que podem provocar lesões de ligamentos e até fraturas. Também é freqüente o surgimento de calos e dores na planta do pé, na panturrilha, nos joelhos e nas costas. No fim de dezembro, a consultora financeira Adriana Salles de Almeida, 31 anos, do Rio de Janeiro, andava na rua com seu salto 10 quando pisou de mau jeito, torceu o pé e, quando viu, tinha uma fratura exposta para tratar. "Deu até para ouvir o estalo", lembra. Precisou de cirurgia e pinos para consertar o estrago e está de molho até maio. Adriana se emendou? Que nada. "Estou com saudade dos meus saltos". Segundo a ortopedista Cibele Réssio, da Universidade Federal de São Paulo, Unifesp, o sapato ideal para suportar o peso do corpo deve ter menos de 3 centímetros de salto. "A melhor opção é o tênis, que se apóia sobre uma sola inteiriça", diz. Mas Cibele confessa: é adepta fiel do salto alto. Segundo ela, algumas dicas para amenizar os riscos são alternar sapatos (e altura do salto) durante o dia, alongar de vez em quando a musculatura da panturrilha e dar preferência aos calçados de ponta quadrada ou redonda.

Nada disso ajuda quando o sapato enrosca ou escorrega nos pedais e a madame bate o carro – acidente comum em tempos de salto alto. No Brasil, o atual Código de Trânsito proíbe o uso de calçados que não se firmem no pé ou comprometam o uso dos pedais (traduzindo: tamancos em geral, saltos altos na maior parte, plataformas em particular). Usá-los é considerado infração média, passível de multa de 85 reais e perda de 4 pontos na carteira de habilitação. "A Companhia de engenharia de Tráfego de São Paulo não fiscaliza esse tipo de infração, mas a mulher que usar salto para dirigir está sujeita a ser multada", diz o engenheiro de tráfego Luiz de Carvalho Montans, funcionário do órgão. A advogada paulista Stela Blay, de 57 anos, usuária contumaz de salto 10, há dez anos enroscou o sapato

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

entre os pedais, bateu e acabou com o carro. Não levou multa alguma, mas garante: "Aprendi a lição". Agora, Stela só usa salto 5.

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

Indiferentes ao risco e, às vezes, ao bom gosto, as mulheres caminham nas alturas.

- <u>O implícito</u>

Nesse enunciado, utilizando a linguagem metafórica, a repórter deixa subentender em seu discurso que as mulheres não têm os pés no chão. Vivem nas nuvens e, sem se preocupar com o sentido lógico de seu comportamento, colocam em risco a própria saúde. Assim, fica implícito que as mulheres são seres teleguiados pela moda, mesmo que ela dite comportamentos contrários ao bem-estar e ao bom gosto.

2° Enunciado

- <u>O explícito</u>

"São sapatos para chamar a atenção e arrasar corações" explica o estilista de calçados Fernando Pires de São Paulo.

- <u>O implícito</u>

Apoiando-se na fala de um estilista, que convencionalmente é uma autoridade em termos de moda, a locutora do texto continua o seu percurso: as mulheres seguem a moda porque querem chamar atenção e arrasar os corações

dos homens. Assim, o ser feminino apresenta-se moldado para satisfazer os homens. Nesse jogo, tudo aparece como válido, assim, o discurso da repórter deixa subentender que as mulheres agem sob o império da lei masculina. Outra pressuposição pode ser levantada nesse enunciado: as mulheres são obcecadas pela sedução e a moda é uma das maneiras de conservá-la ainda mais dependente do olhar masculino.

3° Enunciado

- O explícito

> Por aqui, as plataformas atiçam imaginações, muitas vezes, na direção do mau caminho.

- O implícito

A autora reforça o seu percurso argumentativo afirmando que o uso de um tipo de calçado que está na moda implica o investimento na aparência física e corresponde a um artifício a mais no jogo da sedução. Nas entrelinhas do enunciado, lê-se que um tipo de calçado usado pelas mulheres age como uma fonte de atração para o olhar e o desejo do homem, o que pressupõe que o ser feminino deixa-se conduzir pelo interesse de agradá-lo e conquistá-lo.

4° Enunciado

- O explícito

> "O salto alto vai ser o mais procurado porque a mulher quer ficar cada vez mais feminina e sensual" explica o estilista Luiz Fernando Rocha da Ferri Calçados.

- O implícito

A expressão "mais feminina" significa, nesse enunciado, ser mais atraente, sedutora, o que demanda seguir os ditames da moda para o enriquecimento das indústrias de calçados e outros artifícios que condicionam a mulher ao consumo, desde que o objeto consumido tenha o poder de contribuir para a fetichização da figura da mulher. A sensualidade aparece novamente como um requisito indispensável na composição da aparência feminina, novamente construída sob o olhar e o gosto do sexo oposto. Assim, o conceito do feminino, subentendido nesse enunciado e que reforça os argumentos dos enunciados anteriores, implica a submissão da mulher à dominação masculina.

5° Enunciado

- O explícito

> "Precisou de cirurgias e pinos para consertar o estrago e está de molho até maio. Adriana se emendou? Que nada. "Estou com saudade dos meus saltos".

- O implícito

A autora intenciona, através de exemplos concretos, mostrar como as mulheres são dominadas pelo desejo de sedução: mesmo que os artifícios utilizados para isso sejam impróprios – colocando em risco a sua saúde, ou que, em vias de fato, já tenha produzido efeitos catastróficos sobre o seu corpo – elas continuam investindo neles. Assim, em nível de pressuposto ou de não-dito, a autora afirma que as mulheres não pensam, não utilizam o raciocínio lógico ou, se o fazem, o desejo de atrair o sexo oposto é mais forte, condicionando-as a uma dependência

ao homem – que se generaliza, permeando o jogo de papéis que executam na vida cotidiana – justificando o preconceito a elas imputado.

6° Enunciado

- O explícito

> Segundo a ortopedista Cibele Réssio, da Universidade Federal de São Paulo, Unifesp, o sapato ideal para suportar o peso do corpo deve ter menos de 3 centímetros de saltos. Mas Cibele confessa: é adepta fiel do salto alto.

- O implícito

A obsessão das mulheres pela sua aparência ressurge, nesse enunciado, como um subentendido para reforçar o percurso semântico construído pela repórter. Utilizando o recurso da alusão, a articulista se apóia nos dizeres de uma médica ortopedista, que, sob um ponto de vista especializado, afirma que o salto alto prejudica, de fato, a saúde das mulheres. No entanto, em nível de implícito, reforça a tese de que o que fala mais alto no ser humano é o desejo de agradar ao sexo oposto. Por meio do operador argumentativo "mas", a repórter sublinha que o desejo de ser mulher, que implica ser sedutora, fala mais alto do que os argumentos da ciência. Neste caso, o depoimento da médica ilustra bem o que a articulista quer afirmar implicitamente, pois mesmo sendo a médica uma profissional da saúde, consciente dos prejuízos do uso do salto alto para o seu corpo, é adepta fiel dele. O *ser mulher* falou mais alto do que o *ser profissional*.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

6.2.4.2 Na idade da beleza

A reportagem, de autoria de Cistina Poles, Mônica Gaibewitch e Sandra Boccia, foi veiculada na edição 1639, da revista **Veja** n. 10, Ano 33, inserida às páginas 80-87, de 8 de março de 2000 (Anexo M). Nela as autoras discutem a questão dos avanços científicos na área da medicina estética e como esses avanços têm ajudado as mulheres a chegarem à maturidade com saúde e aparência da juventude. Utilizando exemplos de mulheres lindas e famosas, mas não tão jovens – como Luiza Brunet, Luma de Oliveira, Cristina Arcangeli – as autoras comentam as estratégias usadas por essas mulheres para manter a jovialidade e a beleza: sol, pele, atividade física, alimentação e cirurgia plástica. Da mesma forma, enfocam as mudanças nos tratamentos de saúde e de estética feminina como uma evolução para as mulheres.

➢ **O dito**

NA IDADE DA BELEZA

Como os avanços científicos vêm ajudando as mulheres a chegar à maturidade com a aparência, o vigor e a saúde da juventude.

Cristina Poles, Mônica Gaibewitch e Sandra Boccia

Luiza, Mara Lúcia, Fátima, Cristiana, Cláudia e Luma passaram dos 35 anos. Como toda uma geração atual de mulheres que se cuidam com as mais modernas técnicas da estética e recursos da medicina, elas não têm a menor saudade do corpo que exibiam aos 20 anos. A palavra é delas:

- Fisicamente estou melhor do que antes e psicologicamente me sinto mais segura – atesta a ex-modelo e empresária Luiza Brunet, 37 anos, dois filhos, uma de 12 anos e outro de 9 meses.

- Aproveito a experiência dos 40 anos com um corpo de 20 – orgulha-se Fátima Simonsen, de 39 anos, mãe de duas meninas, a mais velha de 11 e a caçula de 8.

Até pouco tempo atrás, seria inimaginável ouvir uma mulher falar com tanto

entusiasmo, sem uma ponta de dissimulação, sobre a chegada à idade madura. "Hoje, a mulher madura não faz mais parte do arquivo morto", diz o psiquiatra Cláudio Novaes Soares, pesquisador da Universidade Harvard, nos Estados Unidos. Pode ser Luiza, pode ser Fátima, qualquer uma que chegue à idade delas, com a mesma jovialidade, é o espelho do avanço dos costumes e da ciência, que encaminhou soluções práticas para a proteção e o tratamento do corpo feminino. Foi preciso muito tempo para que a medicina desvendasse as peculiaridades do sexo feminino. Até o século XIX, do ponto de vista dos médicos, as mulheres não passaram de um par de ovários ligados a um ser humano, conforme a clássica definição do antropólogo e pesquisador alemão Rudolf Virchow (1821-1902), pioneiro do estudo das doenças pelo exame das células. Somente a partir dos anos 20 os cientistas explicaram de uma vez por todas como funciona o clico menstrual. Por muito tempo, acreditou-se que a ovulação acontecia durante a menstruação – tal qual ocorre entre animais.

Com a derrubada definitiva dessa tese, abriu-se o caminho para o entendimento mais preciso da reprodução humana, que culminou no desenvolvimento da pílula anticoncepcional. A pílula mudou mais a vida das mulheres do que o sufrágio universal e a minissaia. Os estudiosos sustentam que foi só a partir dessa descoberta que a medicina bifurcou-se, criando o ramo especializado na fisiologia feminina, que começa agora a dar seus resultados mais evidentes. Desde então, as pesquisas científicas sobre o comportamento, a saúde e a psicologia feminina se multiplicaram. A possibilidade de envelhecer com beleza e saúde é uma conquista recente na história das mulheres. Com poucas exceções, as mães das jovens adultas de hoje eram consideradas aposentadas para a beleza e para o sexo ali pelos 40 anos. Por assim dizer, estavam fora do mercado a partir dessa faixa etária, muitas vezes bem antes. Os inimigos eram facilmente identificáveis. Pele do rosto ressecada ou estufada por bolsas de gordura. Flacidez nas nádegas e nas coxas, além de celulite em demasia. Peitos e braços amatronados (pelo volume excessivo ou pelo relaxamento dos tecidos). Isso era o que se via por fora. Por dentro também se processava um envelhecimento que, para os padrões de hoje, era prematuro.

Os métodos de diagnóstico e tratamento de doenças tipicamente femininas passaram a ocupar um papel central. Descobriu-se, como regra geral, que é preciso atuar precocemente sobre o organismo. Até o início dos anos 90, a mamografia, por exemplo, só era indicada depois dos 45 anos. "Hoje, o tempo ideal para o diagnóstico foi adiantado em dez anos", alerta o ginecologista João Carlos Mantese, de São Paulo. O acompanhamento de perda de massa óssea para a detecção precoce da osteoporose agora

unesp

também foi antecipada: a partir dos 40 anos. O controle da pressão arterial e os níveis de colesterol no sangue para prevenir doenças do coração também é uma nova arma em favor das mulheres. Até dez anos atrás, era preocupação majoritariamente masculina.

Rugas, flacidez, gordura localizada, celulite. Infertilidade, tensão pré-menstrual, osteoporose, câncer de mama e de útero, menopausa. Os fantasmas que ameaçam o bem-estar e a beleza feminina são muitos. As armas para retardar o envelhecimento e evitar as doenças típicas da idade estão atualmente ao alcance de um número maior de mulheres do que em qualquer outra época da história. As clínicas de estética espalham-se por todo o país oferecendo tratamentos refinados que antes eram caros e inacessíveis. O sonho dourado de toda mulher nos anos 70 e 80 era passar uma temporada na clínica da doutora Anna Aslan, uma misteriosa geriatra romena que atendia milionários, estrelas de cinema em seu xanadu em Bucareste. Uma semana na clínica Aslan, que chegou a ter no seu corpo médico o cirurgião sul africano Christian Barnard, pioneiro dos transplantes de coração, custava 10.000 dólares. Só o tratamento. A hospedagem e a viagem aérea tornavam o custo de consultar-se na clínica um luxo acessível a poucos mortais.

Pois bem, a qualidade dos tratamentos que se pode obter atualmente em uma clínica estética de boa reputação e com médicos geriatras em qualquer grande cidade brasileira dá de goleada nos ungüentos à base de embrião de carneiro com que a médica romena lambuzava o rosto e o corpo dos poderosos no passado. O que não faltam são consumidoras. Em 1999, os cremes e as loções antienvelhecimento movimentaram 466 milhões de reais – um salto de quase 30% em relação ao ano anterior. Foram feitas mais de 300.000 operações plásticas nos hospitais brasileiros no mesmo período. Um crescimento de quase 500% em dez anos.

Os tratamentos e os cremes atuais são tão potentes que sua formulação saiu do reino da cosmética para o da medicina. O FDA, organismo governamental americano, que dá a garantia de segurança para remédios e alimentos vendidos nos Estados Unidos, passou recentemente a se ocupar de cosméticos. O FDA criou o Office of Women's Health, uma divisão inteira dedicada exclusivamente a cuidar de questões ligadas aos tratamentos médicos e estéticos oferecidos às mulheres. A Associação Médica das Mulheres Americanas reúne milhares de profissionais especialistas em questões femininas. Criada há dois anos, a entidade já concentra um enorme banco de dados de pesquisas sobre a mulher madura. "Exames rotineiros podem detectar doenças em seu estágio inicial. Dietas saudáveis

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

e exercícios moderados e regulares podem prevenir problemas de saúde e melhorar a aparência e a saúde das mulheres maduras", escreveu a médica Judith Ahroheim, num artigo sobre o atual estágio das pesquisas.

A formulação da frase acima é simples. Seus resultados práticos são formidáveis. "O importante é intercalar as atividades e diversificar os movimentos", ensina o personal trainer Mauro Guiselini, de São Paulo, Luiza Brunet que o diga. Anos atrás, ela imaginava que só conseguiria um corpo bem esculpido se abusasse da musculação. "Puxava ferro", como se diz no jargão das academias, diariamente – pesos de 50 quilos nos exercícios para as pernas. Hoje, não. Combina a musculação com aeróbia e alongamento. Depois de duas gestações, aos 37 anos, a silhueta dela é mais equilibrada e sua saúde mais sólida que no passado.

Ao engravidar pela primeira vez, em 1985, a empresária Cristina Arcangeli foi alertada que fazer atividades físicas durante a gestação era um perigo. No máximo, uma sessão de ioga aqui, outra de relaxamento ali. Resultado: quando Bianca nasceu, a mãe estava 12 quilos acima do peso. Foram necessários seis meses para voltar à forma. No final da década de 90, pesquisadores americanos jogaram uma pá de cal no velho mito. A prática regular de ginástica durante a gravidez não é apenas hábito seguro, mas recomendado. Quatro horas semanais de atividade aeróbica, com moderação, evitam parto prematuro ao aprimorar o tônus muscular e o sistema imunológico. Quem olha para Cristina hoje não diz que há cinco meses ela deu à luz a Isabela. A empresária está enxutérrima: barriga durinha, braços e pernas com músculos delineados. Como? Exercitando-se (moderadamente, é bom repetir) até o sétimo mês de gravidez. Hoje, aos 38 anos, sente-se, e parece realmente, mais bonita e mais bem disposta que aos 23 .

As mulheres mudam o jeito de olhar para si mesmas. "Elas estão se sentindo mais atraentes e confiantes", diz o psicólogo Angelo Monesi. A libido masculina atinge o ápice por volta dos 20 anos. Só isso já é uma vantagem espetacular para o campo das mulheres. "A revolução sexual, na década de 60, foi apenas o pontapé inicial na libertação feminina", afirma a psicóloga Amparo Caridade, da Universidade Católica de Pernambuco, "agora é a hora da explosão da feminilidade". Foi-se o tempo em que só a mulher jovem era bonita e atraente", diz a advogada carioca Cláudia Slopper, 40 anos, um filho de 24 e outro de 21. Dona de curvas voluptuosas, Cláudia vira o centro dos olhares masculinos por onde passa.

Com os avanços na criação de outras técnicas e no aperfeiçoamento dos instrumentos, as cirurgias estéticas tornaram-se menos invasivas e mais

unesp

seguras. Em 1980, a lipoaspiração ampliou os limites da plástica. Passou a ser possível retocar cinturas, culotes e nádegas sem as cicatrizes deixadas pelas cirurgias tradicionais. Na época, a gordura ainda era aspirada com cânulas de grosso calibre – 1,2 centímetro de diâmetro. Os resultados, não raras vezes, pioravam a situação. Hoje, além de agulhas bem mais finas, surgiram outras técnicas, como a lipoaspiração ultra-sônica. As ondas emitidas pelo aparelho destroem as células gordurosas, reduzindo o sangramento e a agressão ao organismo do paciente. Novas próteses de silicone, texturizadas ou cobertas com esponja de poliuretano, reduzem o processo de cicatrização interno. "Com isso, o risco de endurecimento das mamas caiu de 40% para 4% dos casos", afirma Luiz Carlos Garcia, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Aos 35 anos, a ex-modelo e empresária Luma de Oliveira é prova esfuziante desses avanços. Em 1996, depois do nascimento do segundo filho, lipoaspirou as gordurinhas extras da barriga. No ano seguinte, afilou o nariz. No outro, avolumou os seios – o tamanho do sutiã foi do 38 para o 40. Além das intervenções cirúrgicas, há dois anos Luma decidiu suar de verdade. Três horas de ginástica por dia – corrida na esteira, musculação e 400 abdominais. Resultado: 58 quilos distribuídos em 1,74 metro de altura. Ela hoje está apenas 2 quilos acima do que apontava a balança quando começou a carreira, aos 16 anos. A simples aritmética nesse caso significa pouco. Uma das grandes descobertas em busca da silhueta alinhada é a certeza de que o peso em si não é um indicador muito confiável. Músculo pesa mais que gordura. Por isso, apesar de mais pesada, a Luma rainha da bateria da Viradouro deste Carnaval não tem aquela barriguinha saliente e molenga da Luma musa da Caprichosos de Pilares do Carnaval do 1990. Tem mais. As pernas bem esculpidas de agora dispensam as meias usadas para disfarçar a celulite e flacidez das pernas da Luma de 25 anos de idade. Naquela época ela tinha a juventude do lado dela, mas o arsenal médico e estético a favor da beleza ainda era um tanto arcaico.

➢ O não-dito

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

Na idade da beleza. Como os avanços científicos vêm ajudando as

> mulheres a chegar à maturidade com a aparência, o vigor e a saúde da juventude.

- O implícito

Nesse enunciado, as autoras identificam a idade da beleza com a juventude, o que implica dizer que, na maturidade, as mulheres a perdem. Assim, em nível do não-dito, as autoras deixam claro qual o conceito de beleza que sustentam: a beleza do corpo físico. Embora abordem a questão da saúde da mulher em alguns trechos do texto, o percurso semântico construído se embasa no conceito beleza-aparência do corpo e não no conceito corpo-saúde. No encadeamento dos argumentos para a sustentação da tese principal do texto, são destacadas as estratégias para a manutenção da beleza feminina, com ênfase na aparência: a utilização do ácido retinóico para ataque às rugas, o uso de *peeling* a laser para reativação dos tecidos da pele, o uso de silicone para os seios, a lipoaspiração para a gordura localizada, a ginástica, o alongamento, os remédios para emagrecer são os recursos indicados pela medicina estética e que, segundo as autoras, têm contribuído para que a mulher cuide de sua aparência, em busca de alcançar o padrão imposto de beleza.

2° Enunciado

- O explícito

> Como toda uma geração atual de mulheres que se cuidam com as mais modernas técnicas de estética e recursos da medicina, elas não tem a menor saudade do corpo que exibiam aos 20 anos.

- O implícito

A expressão-chave, nesse enunciado, é "cuidado com o corpo". Em

unesp

nível do implícito, as autoras, mesmo que não houvesse a intenção de dizê-lo, colocam a aparência feminina como o principal elemento de identificação, alimentando o processo de coisificação da mulher, no qual o olhar do outro torna o corpo feminino um fetiche. Nesse enunciado, fica subentendido que a medicina estética é a *tábua de salvação* para as mulheres, visto que possibilita a manutenção de sua juventude, conservando-as sedutoras mesmo na idade madura.

3° Enunciado

- O explícito

> Até pouco tempo atrás, seria inimaginável ouvir uma mulher falar com tanto entusiasmo, sem uma ponta de dissimulação, sobre a chegada à idade madura.

- O implícito

As autoras reforçam a idéia principal: mulheres temem o avanço da idade. Por quê? Através do encadeamento dos enunciados, as autoras vão construindo o seu percurso semântico que, nas entrelinhas, traz a idéia de que a mulher chama a atenção através da exibição de sua aparência física, do seu corpo, que vai perdendo o viço e a elasticidade através dos anos. No entanto, a chegada da idade madura não mais assusta, pois existem recursos para torná-la mais bela e mais sedutora do que, talvez, nos anos de sua juventude. Assim, cuidar do corpo é indicado como uma característica essencialmente feminina, da qual a mulher não deve abrir mão.

4° Enunciado

- O explícito

> "Hoje, a mulher madura não faz mais parte do arquivo morto", diz o

unesp

psiquiatra Cláudio Novaes Soares.

- O implícito

Nesse enunciado, utilizando a alusão, as repórteres geram um implícito, pois fazem recair a responsabilidade do que dizem sobre um terceiro, no caso, o psiquiatra. Na palavra desse profissional, as autoras confirmam a idéia de que hoje as mulheres maduras não fazem parte do ar*quivo morto*, pois têm a seu alcance os recursos da medicina estética.

Ao classificarem as mulheres maduras como *parte do arquivo morto*, as autoras intencionam dizer que a maturidade exclui a mulher – que pode ser considerada ativa enquanto comporta-se como mulher, ou seja, sedutora e atraente ao olhar do sexo oposto, que é autor da clivagem que separa as jovens e as maduras, utilizando como critério o corpo esbelto e sadio.

5° Enunciado

- O explícito

> Com poucas exceções, as mães das jovens adultas de hoje eram consideradas aposentadas para a beleza e para o sexo ali pelos 40 anos. Por assim dizer, estavam fora do mercado a partir dessa faixa etária, muitas vezes bem antes.

Significação implícita

Somando novos argumentos na construção de seu percurso semântico, esse enunciado destaca, em nível de não-dito, o conceito de mulher mercadoria, que tem valor enquanto for bem conceituada e estimuladora ativa do desejo masculino. Seu corpo tornado fetiche só tem valor nesse mercado como objeto de sedução, fadado ao cuidado da beleza e da sensualidade.

6° Enunciado

- O explícito

> Os inimigos eram facilmente identificáveis. Pele do rosto ressecada ou estufada por bolsas de gordura. Flacidez nas nádegas e nas coxas, além de celulite em demasia. Peitos e braços amatronados (pelo volume excessivo ou pelo relaxamento dos tecidos).

- O implícito

No encadeamento dos enunciados anteriores, as locutoras do texto reforçam a idéia, em nível das implicitações discursivas, de que a mulher vale pela sua aparência física. Fica claro, nas entrelinhas, o conceito de mulher como um ser que deve investir em seu corpo, uma das suas principais armas para continuar sendo olhada, requisitada e desejada. A flacidez, o ressecamento da pele, a celulite são apontados como características que se evidenciam com a idade madura. Ao enfatizar os inimigos da beleza feminina, as articulistas induzem o leitor a concluir que hoje existem armas para combatê-los: os recursos da medicina estética.

7° Enunciado

- O explícito

> Os fantasmas que ameaçam o bem-estar e a beleza feminina são muitos. As clínicas de estética espalham-se por todo o país oferecendo tratamentos refinados que antes eram caros e inacessíveis.

- O implícito

Nesse enunciado, as articulistas se referem a tratamentos refinados, que retardariam o aparecimento de sinais da maturidade, responsáveis por colocar em risco o modelo de beleza feminina imposto pela cultura ocidental. Em nível de



implicitação discursiva, as clínicas de estética são apresentadas como milagrosas, resolvendo todos os problemas das mulheres no que concerne à aparência física.

Utilizando o operador argumentativo "antes", as articulistas colocam como subentendido que essas clínicas oferecem, hoje, preços acessíveis ao bolso de qualquer mulher, o que na realidade brasileira é uma falácia.

8° Enunciado

- O explícito

> Dona de curvas voluptuosas, Cláudia vira o centro dos olhares masculinos por onde passa.

- O implícito

Nesse enunciado, as autoras do texto colocam em nível do implícito, em forma de subentendido, o critério pelo qual o olhar masculino dirige-se à mulher: pela exclusiva face da sedução. Na forma como as autoras constroem o enunciado, fica subentendido que as mulheres gostam de ser o centro desse olhar, mesmo que seja determinado pelo prisma do erótico.

9° Enunciado

- O explícito

> Com o avanço na criação de outras técnicas e no aperfeiçoamento dos instrumentos, as cirurgias estéticas tornaram-se menos invasivas e mais seguras.

- O implícito

Continuando o percurso semântico escolhido na construção do texto, as articulistas acrescentam mais elementos à tese da medicina estética – a solução

mais viável para as mulheres manterem seu corpo esbelto, jovial e sedutor, mesmo na idade madura.

6.2.4.3 As gaúchas são demais

A reportagem produzida por Rodrigo Vieira da Cunha e editada na revista **Veja**, foi veiculada na edição 1641, n. 12, ano 33, inserida às páginas 98-100, datada de 22 de março de 2000 (Anexo N).

Nesse texto, o repórter destaca o Estado do Rio Grande do Sul como o que se tornou o maior celeiro de beldades do país. Enumerando os nomes das mulheres que alcançaram o sucesso através de sua beleza, indica que 29% delas pertencem ao rol das modelos gaúchas, que constituem a maioria no *casting* das grandes agências do país.

➢ **O dito**

AS GAÚCHAS SÃO DEMAIS:

Gisele, Alessandra, Jeísa e Shirley... como o Rio Grande do Sul se tornou uma máquina de produzir top models

Rodrigo Vieira da Cunha

Gisele Bündchen, 19 anos, seios perfeitos e modelo do ano escolhida pela revista *Vogue*. Shirley Mallmann, 22 anos, olhos azuis do tirar o fôlego e modelo do costureiro Jean-Paul Gaultier. Alessandra Ambrósio, 18 anos, cabelos castanhos que brilharam na campanha internacional da loja Guess. Jeísa Chiminazzo, 14 anos, rosto de menina da campanha da grife Philosophy. Além da beleza indiscutível, todas essas feras das passarelas internacionais têm outra característica em comum: nasceram no Rio Grande do Sul, o Estado que se tornou o maior celeiro de beldades do país. O Brasil tem cerca de 4.000 modelos em atividade. Aproximadamente 20% desse total nasceu no Rio Grande do Sul. Considerada apenas a lista das seis maiores agências do país, a chamada elite do mercado da moda, 29% das

profissionais são gaúchas – mais do que qualquer outro Estado. "As modelos gaúchas realmente estão num momento espetacular", diz Rose Daguano, gerente-geral da Associação Brasileira de Agências de Manequins e Modelos.

Seria injusto afirmar que as mais belas mulheres do Brasil são do Rio Grande do Sul. É uma questão de gosto e isso, como já é sabido, não se discute. Mas existem algumas razões para que as modelos gaúchas sejam maioria no mercado. A primeira é que o padrão internacional de beleza mais aceito hoje se encaixa com uma luva nas características físicas das mulheres dos pampas. Nos editoriais de moda e nas passarelas domina o estilo europeu, de mulheres com quase 1,80 metro de altura, pele clara e olhos azuis ou verdes. E isso não falta no Rio Grande do Sul, Estado onde a população é formada por descendentes de imigrantes alemães, italianos e poloneses. Outro fator que explica a proliferação de modelos do Rio Grande do Sul é a determinação. Geralmente vindas de famílias humildes e sem muitas perspectivas de crescimento na vida, elas se inspiram nos exemplos de sucesso e tomam a carreira de modelo como um norte para o sucesso profissional. E levam o assunto a sério. Muitas vezes com sacrifício. Deixam para trás a família e se mudam para cidade e até países estranhos e quase sempre vivem em repúblicas, com o dinheiro contado. E, diferentemente do que acontece com certas modelos, elas não fazem frescura, biquinhos. Acordam cedo e evitam festas estafantes. "As gaúchas vêm para vencer", diz Eli Hadid Wahbe, dono da agência Mega. "Elas têm muita raça e mostram um profissionalismo acima da média".

A chances de uma gaúcha decolar nas passarelas são tão boas – e lucrativas – que as agências e os escritórios caça-talentos montaram um esquema de ataque a moçoilas no Estado. A filial gaúcha da Elite mobiliza regularmente um pequeno exercício de 25 pessoas para vasculhar o interior do Rio Grande do Sul em busca do rosto novo. Zeca de Abreu, diretor da agência paulista Marlyn, costuma voar até Porto Alegre quatro vezes por ano (o dobro das visitas que faz a outras regiões) para conferir de perto algumas promessas. Eli Hadid Wahbe, da Mega, viaja duas vezes por ano, somente para o Sul. Além do interesse especial dos brasileiros pelas gaúchas, agentes internacionais já descobriram o filão. Há dois anos, enviados de agências de Paris, Milão, Nova York, Londres e Tóquio costumavam parar em São Paulo nas visitas periódicas de garimpagem. Agora, eles esticam a viagem até o Rio Grande do Sul. Em dezembro, os japoneses fizeram três seleções só com modelos gaúchas e os chilenos estão hoje com três modelos da Elite de Porto Alegre.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

O esquema das agências conta com uma série de anônimos trabalhando na busca por uma menina mais bonita. Há uma extensa rede formada por pessoas que atuam como olheiros, escolas que dão cursos de modelos e incontáveis concursos de beleza. Há uma verdadeira linha de produção com sede no Rio Grande do sul. Essa estrutura chega a despejar no mercado cerca de oitenta novas modelos gaúchas a cada ano, segundo dados da Associação Brasileira de Agências de Manequins e Modelos. O fotógrafo Eduardo Carneiro, há seis anos clicando moda, faz em média três books por dia para aspirantes a modelo. Depois de acabar o trabalho, ele pode indicar ou não a moça para uma das agências gaúchas. Quem tem sorte já chega ao estúdio com a recomendação. Nesse caso, é ter o book na mão para começar a trabalhar.

Os olheiros são parte importante nesse esquema. O mais famoso deles é Dílson Stein. Ex-modelo, ele dá palestras para que as jovens aprendam alguns ensinamentos básicos sobre a profissão. Na platéia, observa os rostos mais bonitos e as convida para uma segunda etapa: uma viagem a São Paulo com direito a conhecer as grandes agências do ramo. O processo de seleção é altamente rigoroso, pior do que o vestibular. De acordo com seus números, Stein deu palestras a 15.000 "alunas". Dessas, 100 meninas foram encaminhadas às grandes agências – uma em 150. Uma de suas descobertas chama-se Alessandra Ambrósio, 18 anos, estrela mundial da nova campanha da Guess. Seu maior orgulho é ter detectado numa dessas palestras a presença de Gisele Bündchen. Convidada a viajar para São Paulo, Gisele acabou apresentada à fama e à fortuna. Para Stein, o estouro da top model rendeu dividendos. Mais valorizado no mercado, passou a dar cursos em Salvador e São Paulo e sua agenda vive lotada.

O prestígio das mulheres gaúchas não vem de hoje. Em 1963, a miss Universo, Ieda Maria Vargas, saiu do Brasil. Na década de 80, uma loirinha chamada Xuxa Meneghel conquistou o país. Na década passada, Shirley Mallmann tornou-se a primeira brasileira a entrar no seleto grupo das supermodels internacionais. Todas lá da terrinha, tchê. Mas foi no embalo do sucesso da top das tops, Gisele Bündchen, que as bonitinhas dos pampas se animaram para valer. Elas querem alcançar o estrelado e, quem sabe um dia, poder faturar 7.500 dólares por uma simples voltinha na passarela.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- O explícito

> Como o Rio Grande do Sul tornou-se uma máquina de produzir top models.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor compara a mulher *top model*, a um produto resultante de um processo de mercadorização, que segue modelos impostos por um padrão de beleza considerado ideal. A formatação da beleza feminina como produto despersonaliza e coisifica a mulher, tornando-a objeto.

2° Enunciado

- O explícito

> Mas existem algumas razões para que as modelos gaúchas sejam maioria no mercado. A primeira é que o padrão internacional de beleza mais aceita nas características físicas das mulheres dos pampas.

- O implícito

Em continuidade a seu percurso argumentativo, o repórter Rodrigo Vieira da Cunha acrescenta outros indicadores para reforçar o seu conceito do feminino como algo que se troca no mercado. Utilizando o operador argumentativo "mas", o locutor do texto enfatiza que as mulheres, especificamente as mulheres dos pampas, sobressaem-se por suas características físicas, que se enquadram nos padrões de beleza internacional.

Assim, induz o leitor a concluir que as gaúchas ou, por analogia, as mulheres de um modo geral, são deslumbrantes – desde que apresentem padrões

de beleza física, uma das suas principais armas para vencer na vida.

3° Enunciado

- O explícito

> As chances de uma gaúcha decolar nas passarelas são tão boas – e lucrativas – que as agências e os escritórios caça-talentos montaram um esquema de ataque às moçoilas no Estado.

- O implícito

Novamente, em nível do não-dito, aparece o conceito de mulher-objeto ou mercadoria que, negociada no mercado de talentos, constitui-se em fonte de lucro para as agências especializadas no negócio. Corpo e rosto femininos são valorizados nesse mercado, desde que correspondam aos padrões internacionais de beleza.

4° Enunciado

- O explícito

> Além do interesse especial dos brasileiros pelas gaúchas, agentes internacionais já descobriram o filão.

- O implícito

Utilizando o operador argumentativo "além", no encadeamento dos enunciados, o locutor reforça o seu argumento ao indicar que as mulheres gaúchas constituem um filão, como o ouro, que enriquece àqueles que realizam a garimpagem. O uso da mulher como um objeto de lucro aparece novamente em nível do implícito nesse enunciado.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

5° Enunciado

- O explícito

> Há uma verdadeira linha de produção com sede no Rio Grande do Sul. Essa estrutura chega a despejar no mercado cerca de oitenta novas modelos a cada ano, segundo dados da Associação Brasileira de Agências de Modelos e Manequins.

- O implícito

Enfatizando mais uma vez o conceito de mulher-objeto e mercadoria que dá lucro, o locutor apóia-se, por alusão, nos dados da Associação Brasileira de Agências de Modelos e Manequins. Enfatizando que esse é um negócio que dá lucro, o locutor reforça o seu conceito de mulher como coisa manipulável, ao empregar a expressão "linha de produção". Da mesma forma, o emprego do verbo *despejar* aplica-se a coisas que tem valor de troca no mercado. Assim, reforça-se o preconceito: a mulher é vista como objeto que se manipula, a serviço do enriquecimento dos capitalistas envolvidos nos negócios da sedução.

6° Enunciado

- O explícito

> Mas foi no embalo do sucesso da top das tops Gisele Bündchen que as bonitinhas dos pampas se animaram para valer.

- O implícito

Utilizando o operador argumentativo "mas", o locutor coloca Gisele Bündchen como o sinônimo do sucesso no mercado das *tops*. Por intermédio de seu estilo, que corresponde aos padrões internacionais de beleza sugerido em outros enunciados, a *top* serve de emulação para as demais jovens gaúchas – desde que donas dos requisitos que caracterizam o modelo: beleza física acima de tudo.

unesp

6.2.4.4 O padrão nórdico

Essa reportagem, sem locutor explícito, retrata o pensamento da editora da revista **Veja,** veiculada na edição 1652, n. 23, ano 33, inserida às páginas 96 e 97 e datada de 7 de junho de 2000 (Anexo O).

O tema central do texto refere-se a um padrão de beleza imposto às mulheres como um caminho para vencer na vida. A leitura de superfície do texto induz o leitor a considerar que existe para as mulheres um estilo: a loirice como jeito de ser da mulher moderna e uma forma mais direta para atrair o sexo oposto. No entanto, o texto enfatiza que não basta ser loira, é preciso investir tempo no corpo, na silhueta. O texto recorre explicitamente aos exemplos das loiras televisivas de diferentes idades e para diferentes públicos.

- **O dito**

O PADRÃO NÓRDICO

No país que já pertenceu às morenas, a loirice virou um estilo, um jeito de vencer na vida

Quem viu Xuxa e Hebe Camargo frente a frente em um recente programa da Rede Globo levou um susto. Emolduradas pelos cabelos loiríssimos, elas estavam igualzinhas – descontadas, é claro, certas reentrâncias. A imagem das duas apresentadoras resume um fenômeno: entre as artistas, ser loira virou definitivamente um estilo, um jeito de aparecer e vencer na carreira. E como são as artísticas que, em geral, influenciam a metade feminina da população brasileira, pode-se ter uma idéia de como o modelo vem sendo clonado à exaustão. As loiras televisivas se dividem em grupos com características distintas. O primeiro é o das loiras para consumo infantil. Suas representantes são Angélica, Eliana, Jakeline Petkovic, todas na casa dos 20 anos. Elas têm cabelo comprido, quase não utilizam maquiagem e estão invariavelmente de barriguinha de fora. Na mesma faixa de idade, há

as que se enquadram na categoria vamp, como Adriane Galisteu e Carla Perez. Bem mais extrovertidas do que as demais, usam roupas coladas e decotes profundos. O terceiro grupo é composto de loiras, digamos, clássicas. Ainda que a contragosto, a belíssima Xuxa faz parte dessa turma, Sabe como é, apesar de todo aquele silicone, ela já está com 37 anos e não mostra o mesmo viço de quando era preferida de Pelé. Loiras clássicas cortam o cabelo mais para o curto, disciplinam o penteado à custa de gel ou laquê. A maquiagem é carregada, para disfarçar as marcas do tempo, e as fendas e decotes mais deixam entrever do que revelam. Em certos casos, prometem o impossível, num caso típico de propaganda enganosa. Pertencem a esse pelotão, entre outras, Ana Maria Braga, Cléo Brandão e, evidentemente, Hebe Camargo.

Ser loira em um país de morenas é uma maneira de sobressair e também de atender ao gosto da tigrada do sexo oposto (gosto colonizado, enfatizaria um mal-humorado). O curioso é que, apesar da preferência nacional pelo padrão nórdico, muitas mulheres só têm coragem de tingir os cabelos, emulando as artistas de televisão, quando os primeiros fios brancos aparecem. Tanto que um engraçadinho já disse que as brasileiras não ficam velhas, ficam loiras. Mas é precipitado dizer que a loirice artificial, não importam as razões que levam a ela, é uma deformação terceiro mundista. Também nos países avançados o fato se verifica – e de há muito. Loira, afinal de contas, é um ser especial desde que o cinema assim decretou. A pioneira foi a atriz Jean Harlow (cabelo original: castanho), que na década de 30 mesmerizava os homens com seu tom platinado e sua piteira fatal. O arquétipo, Marilyn Monroe (cabelo original: castanho escuro), protagonista do filme *Os Homens Preferem as loiras*. Embora na maioria das vezes, eles se casem é com as morenas. Marilyn fez a alegria dos fabricantes de tinturas, servindo de inspiração para zilhões de mulheres nos anos 50. Foi nessa época que Hebe aderiu à água oxigenada, depois de uma viagem aos Estados Unidos. "Vi aquelas loiras maravilhosas e pensei: porque não ficar como elas?", conta, orgulhosa de ter introduzido a moda em território nacional. Hebe foi variando o tom até chegar ao atual, retocando a cada duas semanas – a manutenção média da moçada que consome de um a dois tubos de tintura para conservar o dourado capilar.

Bate aí na madeira – Ser loira não é fácil. Mesmo quem nasceu clarinha, como Angélica e Jackeline, reforça a loirice com xampus tonalizantes. E depois que a cantora Madonna (cabelo original: castanho escuro) inventou que não basta ser loira, tem de ser forte, as visitas regulares ao cabeleireiro têm de ser intercaladas com muita malhação. Muuuiiita. Por razões insondáveis, é até possível ser morena e cheinha. Mas loura e gorda?

unesp

> Nunca, jamais, bate aí na madeira. Basta verificar, numa pesquisa informal, o número de loiras que suam a camisa nas academias. Para todas, as medidas ideais são as de Adriane Galisteu. "Para emagrecer, o negócio é ter dedicação. E isso nem sempre é simples ou prazeroso", diz ela. Adriane perdeu 14 quilos à base de sopinhas ralas e sessões diárias de exercícios esfalfantes. Quem quiser manter o corpinho de loira televisiva come cada vez menos à medida que os anos passam. Aos 50 anos, o regime de fome prevê o mesmo que para uma criança de 10 anos: 1200 calorias por dia. O tempo que se economiza nas refeições pode ser gasto na ginástica. Não menos que duas horas de exercícios diários, cinco vezes por semana. "Três vezes já dá condicionamento físico, mas é preciso mais para esculpir o corpo", afirma Luiz Sene, personal trainer de Eliana e da também platinada Sheila Mello. Agora dá para entender por que, para ser loira, não é imprescindível cultivar a massa cinzenta. Cadê o tempo para estudar?

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

> No país que já pertenceu às morenas, a loirice virou um estilo, um jeito de vencer na vida.

- <u>O implícito</u>

Nesse enunciado, o locutor se dirige às mulheres, incitando-as a investir num estilo de visual como pré-requisito para *vencer na vida*. Tal expressão significa ter sucesso e dinheiro através do corpo e do visual. Nessas condições, está implícito que as mulheres não precisam se preocupar com a profissionalização e competência. Basta ter estilo. Assim reforça-se o estereótipo de papel: mulher como um ser feito para se enfeitar e não para pensar.

2° Enunciado

- O explícito

> As loiras televisivas se dividem em grupos com características distintas. O primeiro é o das loiras para consumo infantil

- O implícito

O não-dito do enunciado se evidencia na idéia de mulher-objeto, cuja mente e corpo foram instrumentalizados, tornados fetiches a serviço da lógica da mercadoria. Assim, a estética do corpo feminino foi utilizada pela televisão e publicidade, para incitar o consumo de idéias, estilos e modos de vida.

Através das loiras televisivas, o público infantil é induzido a consumir mercadorias que variam desde objetos materiais até formas de comportamento e modos de vida.

3° Enunciado

- O explícito

> Loiras clássicas cortam o cabelo mais para o curto disciplinam o penteado a custo de gel ou laquê. A maquiagem é carregada, para disfarçar as marcas do tempo e as fendas de decotes mais deixam entrever do que revelam.

- O implícito

O locutor continua o seu percurso argumentativo mediante o qual, implicitamente, trabalha a idéia de que a mulher deve investir em seu corpo, não deixando transparecer as marcas do tempo. O processo de fetichização e erotização do corpo feminino submete a mulher à lógica da mercadoria, para a qual a aparência estética é o principal atrativo de consumo.

unesp

A chamada para o erotismo está implícita no texto, pois essas loiras são objeto de consumo para um público adulto, sobretudo o masculino. *Fendas e decotes que revelam pouco, mas deixam entrever* trazem em si um alto grau de erotismo, engendrado sob o mistério do secreto e do simulacro. Portanto, qual o conceito de feminino embutido nesse enunciado? Mulher, o seu corpo é a sua única arma para vencer na vida.

4° Enunciado

- O explícito

> Ser loira em um país de morenas é uma maneira de sobressair e também de atender ao gosto da tigrada do sexo oposto.

- O implícito

Através desse enunciado, fica decretado em nível de não-dito, que a mulher que quiser se sobressair tem que aderir ao estilo da loirice, investindo nesse processo através da artificialização, que a conduz a um processo de mudança de identidade. Subentende-se nesse enunciado, que o que leva a mulher a vencer é a artificialidade. O estilo apresentado pelas artistas televisivas aparece como um modelo a ser seguido por todas as mulheres, cujo corpo se torna fetiche.

O operador argumentativo "também" reforça a idéia da primeira parte do enunciado. Agradar ao sexo oposto aparece como um objetivo principal de toda mulher. Implicitamente, o conceito do feminino ressurge: a mulher é um ser formatado para agradar o sexo oposto. Assim, a beleza feminina aparece como propriedade do homem.

unesp

5° enunciado

- O explícito

> E depois que a cantora Madonna inventou que não basta ser loira, têm que ser forte, as visitas regulares ao cabeleireiro tem de ser intercaladas com muita musculação.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor reforça o argumento de que a mulher para ter sucesso tem que investir no próprio corpo. Existe um padrão de beleza feminino, imposto pela cultura, e é a ele que se deve perseguir. O investimento na aparência aparece como elemento-chave para as mulheres. Seu corpo e seu rosto ressurgem no não-dito como elementos essenciais para ascender na vida. Nesse enunciado, o locutor atribui à Madonna a responsabilidade da informação, gerando o implícito na frase enunciada.

6° Enunciado

- O explícito

> Agora dá para entender por que para ser loira, não é imprescindível cultivar a massa cinzenta. Cadê tempo para estudar?

- O implícito

Utilizando o operador argumentativo "agora", o locutor termina o seu discurso reforçando a idéia que serviu de fio condutor de sua tese: as mulheres vencem na vida através de suas armas principais: o corpo e o rosto.

Ao fechar o seu texto, lança mão de um conceito popularizado: loira não usa massa cinzenta, loira é burra. Com a generalização do estilo para todas as mulheres, o locutor, sem tê-lo dito explicitamente, reforça um conceito do feminino

fundamentado em estereótipos sociais: a mulher foi feita para se enfeitar e agradar o sexo oposto. Usar a massa cinzenta é próprio do homem.

6.2.4.5 Fábrica de Misses

A reportagem em questão, de autoria de Diogo Shelp, foi editada na revista **Veja**, veiculada na edição 1679, n. 50, ano 33, inserida às páginas 160-161, datada de 13 de dezembro de 2000 (Anexo P). De forma explícita, trata de concursos de belezas e de misses, destacando o papel das cirurgias plásticas e da medicina estética na produção dessas beldades. Utilizando as falas de cirurgiões famosos, o repórter Diogo Schelp enfatiza a idéia de que, hoje em dia, para a mulher vencer um concurso de beleza, deverá estar vinculada a um cirurgião plástico, que lhe propiciará condições de conseguir um corpo perfeito. De forma implícita, o repórter configurou o seu conceito do feminino que emergirá na análise dos enunciados.

- **O dito**

> **FÁBRICA DE MISSES:**
> **o bisturi vira arma para vencer concursos e há médicos que nem cobram pelas operações**
>
> Diogo Shelp
>
> Ainda vai chegar o dia em que os organizadores de concursos de beleza entregarão duas faixas: a de mulher mais perfeita e a de melhor cirurgião plástico. Pelos médicos que vêm sendo usados na preparação de algumas candidatas a miss, ninguém vai espantar-se. No Rio Grande do Sul, o Estado que forneceu a vencedora de sete dos 53 concursos de miss Brasil já realizados, a candidata Juliana Borges, de 22 anos, olhos esverdeados, 1,80 m de altura e 1,20 m de comprimento de pernas, acha que tudo isso é

pouco para alcançar o título na próxima edição, que se realizará em 18 de março de 2001. Ela está fazendo um recondicionamento cirúrgico em vários pontos do corpo. Nas contas de seu cirurgião plástico, Almir Moojen Nácul, de Porto Alegre, são dezesseis intervenções, considerando separadamente, por exemplo, cada um dos lados da cintura. "Nunca uma candidata topou mudar tanta coisa", diz, orgulhoso, o empresário de Juliana, Evandro Hazzy.

Quando foi eleita miss Rio Grande do Sul, em outubro deste ano, Juliana pensava apenas em aumentar os seios e engrossar os lábios. Na primeira consulta com Nácul, o empresário e o médico fizeram uma lista um pouco maior de itens. Explicaram para ela que seu rosto era muito comprido, enquanto o padrão estético das misses é de feições arredondadas. "Pode parecer que não há nada para ser melhorado", diz Nácul. "Mas sempre é possível deixar o conjunto mais harmônico." Nos dias seguintes, Hazzy voltou a defender as cirurgias. Deixou claro que ela não precisaria pagar nada além do silicone. Feito em pacote, um conjunto de operações como o dela custa por volta de 15.000 reais. "Tenho um acordo com o doutor Nácul", explica o empresário. "Ele opera as misses sem nenhum custo". Hazzy quer criar no Rio Grande do Sul uma fábrica de misses nos moldes da que existe na Venezuela, o país campeão em número de misses Universo, o máximo a que uma mulher pode chegar em provas de beleza.

A razão de Nácul para trabalhar de graça passa a ser compreensível quando explicada por outra modelo gaúcha. Segundo Karen Köhler, de 20 anos, que também recebe de Hazzy a orientação sobre sua carreira, o médico ganha em publicidade na imprensa em vez de faturar cobrando diretamente pelas "melhorias" cirúrgicas. Karen, que foi Garota Verão 1998, está fazendo com ele oito modificações, uma delas para ganhar 4 centímetros de busto. Em vez de pagar em dinheiro pelo serviço, ela aparece nos jornais e na televisão falando de Nácul. O médico nega que haja esse tipo de acordo. "A única coisa que não cobro são os meus honorários", ele afirma. Segundo Nácul, o pagamento dos assistentes e o material são cobrados. Entidades médicas condenam negócios entre profissionais e pacientes para o pagamento de honorários.

As maiores rivais das gaúchas no concurso de miss Brasil são as mineiras. Mas lá também há muitas candidatas que turbinam seus dotes naturais. O cirurgião plástico Célio José de Oliveira, da cidade de contagem, há seis anos prepara as garotas para concursos. "Comecei com Renata Bessa, que era candidata a miss Minas Gerais", conta Oliveira. "Quando ela ganhou, em 1995, ganhamos junto com ela, porque ficamos conhecidos entre as candidatas", diz. Hoje, e ele participa do concurso também como juiz.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> Segundo o cirurgião, as garotas normalmente pagam por seus serviços. "Mas, em alguns casos as vencedoras podem ser premiadas com um tratamento estético ou uma cirurgia", conta. O código de ética médica veda explicitamente que um profissional ceda seus serviços como prêmio em algum concurso. Procurado para tratar dos aspectos éticos do comportamento dos colegas, o presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, Luiz Carlos Celi Garcia, diz que só se manifestaria se houvesse uma denúncia formal em algum Conselho Regional de medicina.
>
> Na semana passada, a gaúcha Juliana Borges estava em sua cidade natal, Santa Maria, recuperando-se da primeira fase das plásticas, envolvendo orelhas, lipos e prótese nos seios. Tinha uma faixa na cabeça e um colete por baixo da roupa, como curativos das intervenções. A bateria seguinte esta marcada para esta semana. A experiente miss Brasil de 1986, Deise Nunes, acha que as colegas mais jovens estão tomando decisões prematuras. "Deviam esperar um pouco mais e analisar as vantagens de fazer tantas cirurgias", ela avalia. "Uma coisa é a Venezuela, onde ser miss é uma carreira. Outra é o Brasil, onde uma miss é facilmente esquecida no ano seguinte".

➢ **O não-dito**

1° Enunciado

- <u>O explícito</u>

Fábrica de Misses.

- <u>O implícito</u>

Com essa expressão, o repórter deu título à sua matéria. A idéia de fábrica lembra a produção de mercadorias para serem consumidas em diferentes mercados. Dessa forma, em nível de implicitação, o autor do texto deixa subentendido que as misses são produtos a serem expostos no mercado da beleza feminina. O ser feminino aparece como objeto de academias e cirurgias, apto para

formatar o seu corpo de acordo com os padrões de beleza impostos. Assim, o autor dá início ao seu percurso argumentativo com um conceito de *mulher-mercadoria,* pronta para se transformar a fim de conseguir o corpo perfeito.

2° Enunciado

- O explícito

> O bisturi vira arma para vender concursos e há médicos que nem cobram pelas operações.

- O implícito

O repórter deixa nas entrelinhas a idéia de que quem ganha o concurso de beleza não é a mulher com seus dotes naturais, mas a mulher transformada pelas cirurgias estéticas, capazes de torná-la apta para participar do mercado da beleza. De forma implícita, deixa subentendido que há médicos que lucram com isso, ou seja, através do envolvimento da mulher no culto à beleza, os cirurgiões, indiretamente, tiram vantagens do mercado, pois participam diretamente da produção do bem para o consumo. Por que as mulheres entram nessa farsa? Justamente aí emerge o conceito sobre a mulher, trabalhado pelo repórter: mulheres vencem na vida através de suas armas principais – o corpo e o rosto – e tudo fazem para torná-lo adequado aos padrões impostos pelo olhar masculino.

3° Enunciado

- O explícito

> Ainda vai chegar o dia em que os organizadores de concursos de beleza entregarão duas faixas: a de mulher mais perfeita e a de melhor cirurgião plástico.

unesp

- O implícito

O autor se refere à mulher mais perfeita como a ganhadora de um concurso de beleza, trazendo como significado implícito que essa mulher não existe, sendo fabricada, agindo como um fantoche nas mãos dos cirurgiões plásticos.

Ao dizer que eles também deveriam ganhar a faixa de vencedores, remete à idéia implícita de que são os médicos os responsáveis pela produção do corpo perfeito da miss vencedora. Assim, o corpo feminino, sob o comando das mãos hábeis do cirurgião, é transformado em objeto manipulável, segundo um padrão estético imposto por um discurso hegemônico de beleza. Da mulher não se exige que pense, pois só tem valor, nesse processo, o seu corpo físico.

4° Enunciado

- O explícito

> Ela está fazendo um recondicionamento cirúrgico em vários pontos do corpo. Nas contas de seu cirurgião plástico, Almir Moojen Nácul, de Porto Alegre, são dezesseis intervenções considerando separadamente, por exemplo, cada um dos lados da cintura.

- O implícito

Nesse enunciado, o repórter continua o seu percurso juntando mais elementos em sua tese de que a mulher submete-se à manipulação do bisturi do cirurgião, deixando de ser ela mesma para atingir uma performance que lhe garanta um corpo mais perfeito. Tudo pela ambição de se tornar miss ou a mais bela de todas as competidoras do concurso, o que lhe proporcionaria uma ascensão. Ganhar um concurso de miss representa para a vencedora o surgimento de oportunidades para um mercado de trabalho cujo pré-requisito envolve a beleza

unesp

física e aparência.

5° enunciado

- O explícito

> Juliana pensa apenas em aumentar os seios e engrossar os lábios [...] Explicaram para ela que seu rosto era muito comprido, enquanto o padrão estético das misses é de feições arredondadas.

- O implícito

Nesse enunciado, o padrão de beleza feminina continua sendo configurado pela medicina estética. Por meio do verbo "explicar", o repórter deixa implícito que o padrão estético de beleza é imposto pelo discurso masculino, representado no texto pelos cirurgiões plásticos. Todo o corpo da mulher ganha sensualidade nesse discurso, pois é a isso que ela deve se prestar: ser sensual. A beleza, portanto, em nível de subentendido, aparece como sinônimo de sensualidade e erotismo, mesmo no discurso das próprias mulheres.

6° Enunciado

- O explícito

> Segundo Karen Kohler, de 20 anos, que também recebe de Hazzy a orientação sobre sua carreira, o médico ganha em publicidade na imprensa em vez de faturar diretamente pelas melhorias cirúrgicas. Em vez de pagar com dinheiro pelo serviço, ela aparece nos jornais e na televisão falando de Nácul.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor utiliza o operador argumentativo "também" para indicar que não é pequeno o número de mulheres que procuram o cirurgião para submeter-se a cirurgias que transformam o seu corpo, em busca do

ideal da perfeição. No encadeamento dos argumentos usados em seu percurso semântico, o repórter deixa subentendido que os médicos não cobram diretamente pelos seus serviços, mas ganham muito mais nome com a publicidade feita pelas modelos. Portanto, a cirurgia plástica é um negócio lucrativo, baseado na exploração das fantasias femininas, que são direcionadas pelo império das leis masculinas.

7° Enunciado

- O explícito

> Na semana passada, a gaúcha Juliana Borges estava em sua cidade Natal, Santa Maria, recuperando-se da primeira fase das plásticas envolvendo, orelhas, lábios e prótese nos seios. A bateria seguinte esta marcada para esta semana.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor apresenta em nível implícito o negócio lucrativo que é a medicina estética, que produz transformações substanciais no corpo feminino. Ao demonstrar as suas habilidades em concursos de beleza, os cirurgiões fazem publicidade do produto que vendem, reforçando-a pelo testemunho das jovens em programas da mídia impressa e televisiva. Sob o conceito masculino de beleza, as mulheres continuam obcecadas pela sedução e pelo desejo de agradar o sexo oposto.

6.2.5 Trabalho e Esporte

6.2.5.1 Elas venceram

Essa reportagem, elaborada pelo jornalista Maurício Cardoso, veiculada na edição 1646 da revista **Veja**, n. 16, ano 33 , inserida às páginas 72-78,

datada de 19 de abril de 2000 (Anexo Q). Nela, as mulheres são colocadas como vencedoras no âmbito do esporte. A argumentatividade operada pelo locutor do texto, em nível de explicitação discursiva, induz o leitor à idéia de que as mulheres são vencedoras não apenas no esporte como em outros setores da atividade humana: na direção de empresas, na pesquisa, nas fábricas e em outras formas de trabalho que, até a pouco tempo, eram atribuídas ao sexo masculino.

Enfim, os primeiros argumentos utilizados pelo articulista objetivam traçar esse novo perfil das mulheres, que têm ocupado paulatinamente os espaços dos homens, especificamente na área do esporte.

➢ **O dito**

ELAS VENCERAM

As mulheres superam o preconceito, cultivam músculos robustos, corpos bem definidos e ameaçam a supremacia dos homens no esporte.

Maurício Cardoso

Pela primeira vez na história, a delegação brasileira que viaja em setembro para as Olimpíadas de Sydney terá quase tantas mulheres quanto homens. Em que pese algum contratempo até o dia do embarque, o time verde-amarelo deverá contar com noventa mulheres e 110 homens. A porção feminina do esporte brasileiro já supera as médias de participação das últimas Olimpíadas, realizadas em Atlanta. Naquela época o contingente feminino já havia sido recorde. De cada três brasileiros que vestiram o uniforme nacional em Atlanta, um era mulher. Agora, o time feminino representa 45% do total. E não é só uma questão de números, mas também de qualidade. Os jogadores de basquete masculino, por exemplo, nem vão a Sydney, enquanto as mulheres têm potencial para chegar ao pódio. As chances femininas no vôlei são melhores do que as masculinas. No vôlei de praia nem se fala – elas podem repetir a façanha de Atlanta, quando conquistaram duas medalhas.



Interessante fenômeno este das atletas olímpicas. Ele é a manifestação de vanguarda de uma situação que as mulheres de hoje vivem com intensidade em outras esferas. Nesse particular, as brasileiras não são uma exceção nem como mulheres, nem como esportistas. Os 3 bilhões de mulheres do planeta estão gradativamente aumentando sua participação na vida social, política e econômica. Há mulheres governando países, dirigindo grandes empresas, fazendo pesquisas, pilotando aviões. Elas já são maioria nas universidades, ocupam cada vez mais postos de trabalho e são as responsáveis pelas compras da família. O Brasil tem mais mulheres com 2° grau completo do que homens. De cada dez trabalhadores de todos os níveis, quatro vestem saias. O esporte, conseqüentemente, faz parte dessa revolução. Até uma década atrás, mulheres esportistas eram olhadas de soslaio. Afinal, julgavam os preconceituosos de sempre, como conciliar atributos tão distintos quanto a condição feminina e a força atlética? A emancipação feminina mudou essa perspectiva. "Musculosas e suadas, as mulheres são aceitas como mulheres hoje em dia. É uma coisa natural. Há alguns anos era inaceitável", diz a americana Lindsay Davenport, a número um do ranking mundial de tênis. Para ilustrar essa transformação, **VEJA** encomendou um ensaio ao fotógrafo Cláudio Edinger com seis das mais destacadas atletas olímpicas brasileiras. O resultado, surpreendente, pode ser apreciado nesta reportagem.

As campeãs que estão entrando em campo hoje fazem parte da primeira geração das filhas de pais que valorizam o esporte e os cuidados com o corpo. A paulista Carla Moreno, uma das integrantes da equipe olímpica de triatlo, por exemplo, começou a fazer esporte com 5 anos, acompanhando a mãe na academia de ginástica. Aos 23 anos, Carla é uma profissional bem-sucedida e ajuda os pais nas despesas da casa, em São Carlos, no interior de São Paulo. "Sou de uma família moderna, pratico um esporte moderno e não tive de enfrentar grandes resistências para me impor no esporte por ser mulher", diz ela.

Não faz muito tempo que o mundo passou a encarar a mulher esportista com naturalidade. Agora, com o ocaso das modelos de fisionomia famélica e a súbita valorização na moda de rostos e corpos que parecem vender saúde, o visual esportivo passou a ser quase um pré-requisito da mulher bem-sucedida. A indústria de material esportivo começa a acusar essa valorização. "O material esportivo destinado ao público feminino no passado tinha duas características: era de baixa qualidade e cor-de-rosa. Hoje é inadmissível vender artigos esportivos femininos que não visem o desempenho de alto nível", diz Anne Flannery, gerente da divisão feminina da Spalding, fabricante de material esportivo dos Estados Unidos. O

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

primeiro sutiã especialmente desenhado para a prática de esportes foi produzido em 1977. De lá para cá a evolução foi tremenda. Hoje até o calçado esportivo feminino tem medidas e desenhos diferenciados. A indústria passou a fabricar produtos específicos para mulheres, como bicicletas, protetores de seios para lutar boxe, mochilas de *trekking* mais estreitas, raquetes de tênis e varas para salto com medidas e características específicas. A evolução foi fundamentalmente impulsionada pelo mercado. A reação nas vendas veio como conseqüência. Desde 1991, a indústria vende muito mais tênis para mulheres do que para homens. Elas compram mais e aposentam o equipamento antes. Sendo apenas 20% dos golfistas nos Estados Unidos, as americanas adquirem 50% de todos os produtos destinados a esse esporte.

A estranheza que a mulher atleta provocava no passado se transformou em saudável curiosidade. As conquistas femininas no esporte são recebidas com enorme entusiasmo pelo público. Ao ganhar a Copa do Mundo de Futebol Feminino, no ano passado, a seleção dos Estados Unidos foi capa das revistas "*Time Newsweek, People e Sports Illustrated,* algumas das principais publicações americanas. Ganhou tanto destaque não apenas porque se tornou campeã mundial num esporte que inflama as novas gerações dos subúrbios americanos, mas porque era um time de mulheres. O mesmo fenômeno pode ser detectado no Brasil. Maurren Higa Maggi, a melhor atleta brasileira da atualidade e uma das melhores saltadoras em distâncias do mundo, reconhece que seu prestígio, em boa parte, se deve ao fato de ser mulher. Maurren pode tornar-se em Sydney a primeira praticante brasileira de atletismo do sexo feminino a ganhar uma medalha olímpica. Mas antes disso ela já foi sondada para posar para revistas masculinas. Não aceitou, mas sente-se lisonjeada. "As pessoas sempre comentam que sou mais bonita pessoalmente do que na televisão. Eu gosto disso", diz ela.

As mulheres esportivas cada vez, despertam mais atenção. O sociólogo australiano Murray Phillips fez um estudo sobre a maneira como a imprensa de seu país cobre o esporte feminino e tirou conclusões muito interessantes. Como regra geral, os noticiosos dão destaque excessivo ao estado emocional das mulheres. "Os leitores são informados dos atributos físicos e das condições emocionais das atletas com muito mais ênfase do que sobre seu desempenho esportivo", descobriu Murray. "A sensibilidade da mulher ao stress nunca escapa a quem escreve sobre esporte." Martina Navratilova, a maior tenista da história até se aposentar das quadras há cinco anos, escreveu um artigo, publicado em 1996, em que demonstrava sua irritação com a diferença de tratamento. "Se um grande tenista homem

unesp

chorar na quadra, será descrito como histérico ou se dirá que ele está num de seus maus dias", perguntou Martina. "Por que sempre que um jogador atua mal se diz que ele jogou como uma moça"? Por que toda mulher atleta é vista como homossexual e todo homem atleta é resumidamente heterossexual?"

"Não gosto desse tipo de comparações. Homens e mulheres são diferentes dentro e fora das quadras. Ponto final", diz Janeth Arcain, 31 anos, a tricampeã da liga americana e melhor jogadora do basquete brasileiro em atividade. As brasileiras do futebol terminaram a última Copa do Mundo em terceiro lugar e vão a Sydney sonhando em ganhar uma medalha. A atacante Sissi, que terminou a Copa como artilheira, foi eleita a segunda melhor jogadora do mundo. Mas de volta ao Brasil, continuou tendo de jogar futebol de salão para completar seu salário de 4.000 reais por mês. A maior dificuldade que enfrenta, no entanto, é a língua de serpente. "A primeira pergunta que me fazem é se tenho namorado. Para os jogadores essa é uma questão que aparece depois. Por quê?", pergunta ela. Sissi prefere ver futebol a assistir novela na televisão e corta o cabelo curtinho, como homem. "Sexualidade é coisa íntima sobre a qual não tenho de dar satisfação." No Brasil, o futebol ainda é o reduto masculino por excelência. Isso não é machismo típico de brasileiro. Como regra geral, o esporte mais popular de um país é reserva de mercado dos homens. Nos Estados Unidos, o futebol feminino é uma febre nacional, mas o basquete das mulheres é uma diversão que encanta uma parcela muito pequena da população. Não por outra razão, o futebol feminino, embora já seja o esporte mais praticado pelas alunas dos colégios de classe média das grandes cidades, no Brasil ainda é curiosidade de minorias. Por outro lado, o basquete de mulheres já gerou atletas que se tornaram ídolos de alcance nacional.

➢ **Não-dito**

1° Significado

- <u>O explícito</u>

  As mulheres superam o preconceito, cultivam músculos robustos, corpos bem definidos e ameaçam a supremacia dos homens no esporte.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

- O implícito

O locutor do texto, por meio de um jogo argumentativo, confirma a existência do preconceito contra a mulher – instalado na cultura e reforçado por ele na construção do texto. O verbo "superar", aplicado pelo locutor na construção de seu argumento, implica a existência de uma situação que já está posta.

Em continuidade à sua argumentação, recorre a um elemento condicionante para a superação do preconceito: a necessidade de cultivar "músculos robustos e corpos bem definidos", ou seja, assumir um formato imputado pela cultura e próprio dos homens. Assim formatadas, as mulheres "ameaçam" o domínio masculino. Nesse sentido, o verbo *ameaçar*, conforme aplicado no enunciado, garante a idéia da supremacia. Em nível do não-dito, confirma-se o preconceito contra a mulher e a supremacia dos homens, não somente no esporte mas nas mais diversas áreas das atividades humanas, nas quais as mulheres têm adentrado, conforme o autor do texto enumera a seguir.

2° Enunciado

- O explícito

> ... a súbita valorização na moda do rosto e corpos que parecem vender saúde, o visual esportivo passou a ser quase um pré-requisito da mulher bem-sucedida.

- O implícito

Através do tema *esporte*, que implica a idéia de investimento no corpo, o locutor avança em seu percurso argumentativo, reforçando o preconceito contra a mulher: afirma que o sucesso delas deve-se a um investimento em seu rosto e corpo. Novamente, em nível do não-dito, o autor do texto reforça a idéia de

que mulheres são seres teleguiados pela moda e que suas armas principais para vencer na vida são o seu rosto e o seu corpo. O autor dá início ao texto pelo tema *esporte*, pois pretende enfatizar mais adiante que as mulheres seguem a moda, especialmente, se isso for considerado pré-requisito para o sucesso.

3° Enunciado

- O explícito

> A indústria de material esportivo ameaça a acusar esta valorização [...]. A evolução foi fundamentalmente impulsionada pelo mercado.

- O implícito

Através desse enunciado, o locutor continua tecendo o seu texto na tentativa de demonstrar que as mulheres são presas fáceis do mercado, que atento a essa consumidora sem limites, dita a moda utilizando o discurso da tão desejada emancipação feminina. Implicitamente, o texto reforça a idéia de que a mulher, para ser bem-sucedida, tem que investir em si mesma, seguindo a moda esportiva.

O sucesso das mulheres aparece no não-dito do texto como um reforço do estereótipo de papel instalado nas suas consciências, por intermédio de sua socialização.

4° Enunciado

- O explícito

> Desde 1991, a indústria vende muito mais tênis para mulheres do que para homens. Elas compram mais e aposentam o equipamento antes.

- O implícito

O não-dito desse enunciado enfatiza o estereótipo social de que a

mulher é mais dada ao consumismo do que o homem. Assim, o texto reforça a idéia de que a mulher é um ser preocupado com a aparência. A idéia de que elas compram mais e aposentam antes os bens adquiridos, corrobora o estereótipo imputado a ela pela cultura: mulheres são frívolas, fúteis e irresponsáveis. O texto induz à idéia de que os homens apresentam características opostas a essas, enunciadas como *próprias das mulheres*. Assim, em nível do não-dito, qual dos dois sexos merece estar com o comando das coisas? O texto, implicitamente, legitima a supremacia dos homens sobre as mulheres.

5° Enunciado

- O explícito

> Maurren Higa Maggi, a melhor atleta brasileira da atualidade e uma das melhores saltadoras em distâncias do mundo, reconhece que seu prestígio, em boa parte, se deve ao fato de ser mulher.

- O implícito

Nesse enunciado, o locutor apóia-se na fala da melhor atleta brasileira da atualidade e, por alusão, insinua que o principal elemento que leva a mulher a vencer e obter prestígio não é a sua competência, mas o fato de ser feminina, o que implica ser sedutora e objeto de desejo do sexo masculino. Nessa implicitação, o articulista reforça, mais uma vez, o preconceito.

6° Enunciado

- O explícito

> Mas antes disso ela foi sondada para posar para revistas masculinas. Não aceitou, mas sente-se lisonjeada.

unesp

- O implícito

Mediante o operador argumentativo "mas", o locutor confirma o seu percurso enriquecendo os seus argumentos, que guardam em si um conceito do feminino. O implícito no argumento reflete o conceito de mulher embutido nele: objeto de desejo do homem e lisonjeada por entender-se desta forma. Ou seja, nesse texto a intenção do autor é reforçar a idéia da mulher como objeto. Seu papel é agradar ao homem e gostar de fazê-lo. Neste particular, vê-se reforçado o preconceito já existente na cultura.

7° Enunciado

- O explícito

> O sociólogo australiano Murray Phillips fez um estudo como a imprensa de seu país cobre o esporte feminino e tirou conclusões muito interessantes. Como regra geral, os noticiosos dão destaque excessivo ao estado emocional das mulheres.

- O implícito

Continuando a reforçar os seus argumentos a respeito das mulheres no esporte e, por generalização, em outras atividades, o locutor alude à autoridade de uma pesquisa realizada por um estudioso australiano, dando suporte, assim, à sua tese.

Recorrer a uma pesquisa, implica dar fidedignidade ao argumento. Ao afirmar que a imprensa dá um destaque excessivo ao estado emocional das mulheres, insinua que esta é uma característica própria delas, visto que a imprensa tem compromisso com a verdade. Assim, reforça a idéia de que o ser feminino é essencialmente dado às emoções e à irracionalidade.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

8° Enunciado

- O explícito

> "Os leitores são informado dos atributos físicos e das condições emocionais das atletas com muito mais ênfase do que sobre o seu desempenho esportivo", descobriu Murray.

- O implícito

Em nível do não-dito, a intenção do locutor é reforçar o conceito de feminino: onde quer que as mulheres estejam, seus atributos físicos e as suas emoções são tomados como características de sua condição. Assim, não são a competência e o desempenho das mulheres frente aos homens que contam na configuração de sua atividade, mas, aquilo que é considerado próprio do feminino.

Respaldando-se em estudos e pesquisas, o locutor, por alusão, recoloca a mulher *em seu lugar*, diante da ameaça de supremacia masculina.

6.2.5.2 O corpo no Olimpo

A reportagem, de autoria de Dorrit Harazim, editada na revista **Veja**, foi veiculada na edição 1669, n. 40, ano 33, inserida às páginas 166-169, datada de 4 de outubro de 2000 (Anexo R).

Nela, em nível de significação explícita, o locutor coloca em foco a presença da figura feminina nos jogos de Sidney, no ano 2000. A leitura de superfície dessa reportagem induz o leitor a considerar que o autor do texto objetiva apresentar a mulher em sua nova performance, ocupando espaços que antes eram reduto do sexo masculino. Mediante os argumentos utilizados explicitamente, o locutor conduz o leitor a concluir que a situação das mulheres está mudando e que os preconceitos contra elas estão sendo vencidos. Ao enunciar que nos jogos de Sidney a mulher participou da maioria das competições, menos no boxe e nas lutas,

unesp

o locutor coloca a mulher ao lado dos homens no esporte, raciocínio que conduz à idéia de igualdade e superação das discriminações.

➢ **O dito**

O CORPO NO OLIMPO

O importante não é apenas vencer, mas também ter presença, estilo, vender uma imagem de glória.

Dorrit Harazim

A medalha de bronze pendurada no pescoço da ginasta russa Ekaterina Lobaznioukquase lhe batia nas pernas, na semana passada, durante a premiação da prova de salto no cavalo. Pudera: a atleta mede apenas 1,41 metro, pesa 40 quilos e parece ter no máximo 13 anos de idade – na verdade, tem 17. Como a maioria de suas adversárias e companheiras de equipe, Ekaterina parece de borracha, não de carne, músculos, veias, ossos e sangue.

Desde sempre tem sido assim. Só que essas atletas em miniatura, que têm público cativo em toda as olimpíadas, davam a impressão, pela primeira vez, de estar completamente deslocadas nos Jogos de Sydney. Jamais seus topetes e franjas endurecidos de laquês, chuca-chuca e presilhas no cabelo, maquiagem que se desmancha no choro e roupas de competição saídas de um guarda-roupa Barbie pareceram tão anacrônicos. Quase uma aberração. Isso porque, nestes Jogos Olímpicos do ano 2000, celebrou-se como nunca a mulher atleta plena, orgulhosa de seus músculos, vaidosa de seu corpo. Nem todas eram bronzeadas como no vôlei de praia, belas como no time de vôlei da Itália ou torneadas como as estreantes olímpicas do salto com vara – modalidade do atletismo até então vetada a mulher. Contudo, para a grande maioria das 4.254 mulheres que representaram 42% do total de competidores em Sydney, ser atleta, hoje, também é ter arrojo, ostentar saúde e, por que não, ser sedutora, sensual. Em suma, poder e gostar de ser mulherão. Enquanto isso, no tablado de ginástica do Super Dome, meninas-atletas capazes de feitos extraordinários como saltar no cavalo numa velocidade de 25 quilômetros por hora represavam qualquer alegria por estar ali, por ser atletas. Até mesmo quando içadas ao topo do pódio, a celebração parecia atrofiada se comparada aos arroubos nas pistas, nas quadras, nas piscinas. Para uma ginasta olímpica, o

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

termômetro de seu desempenho continua sendo o olhar de condenação ou o abraço de urso do técnico.

Já para a atleta-emblema destas Olimpíadas, a aprovação vem, primeiro, dela mesma. Depois contagia o mundo. Foi assim que Tatiana Grigorieva surgiu nos céus do Estádio Austrália na noite de Segunda-feira, incandescendo os telões voltados para um público de 110.000 pessoas. Vestindo cores da Austrália, que combinavam com o azul-esverdeado de seus olhos eslavos, Tatiana, nascida em São Petersburgo, na Rússia, arrasou no salto com vara. A prova em si já é singular: exige velocidade de corredor de 100 metros, habilidade atlética de ginasta, coordenação do salto em distância e coragem para a catapultar de ponta-cabeça e superar uma barra situada a mais de 4 metros de altura. A cada vez que a silhueta esguia e bronzeada de Tatiana se colocava em marcha (no salto com vara o atleta pode fazer três tentativas para saltar a uma nova altura), o estádio aplaudia a cadência das passadas e urrava. A cada vez que o telão focava seu rosto intenso, emoldurado por uma penca de cabelos loiros, a sedução era absoluta. "Quero mostrar que uma mulher que compete esporte pode ser uma mulher linda e que sabe se cuidar", diria a atleta mais tarde. Mostrou, ganhando medalha de prata com um salto de 4,55 metros. Agora chegou a vez de embolsar contratos de publicidade e patrocínio polpudos. Suas primeiras palavras para o agente que cuida de sua imagem foram roubadas de Tom Cruise no filme Jerry Maguire: *"Me mostre o dinheiro"* Aos 24 anos, Tatiana já mostrou mais do que a tatuagem que ornamenta sua anca direita. Ela pode ser admirada em sete fotos em preto-e-branco da edição especial (esgotada) da revista Black & White, que retrata a nudez de 21 atletas da equipe olímpica da Austrália. Tatiana é a atleta-emblema também por ter o nome envolvido em doping. Dois dias após seu triunfo, circulavam rumores de que seu teste feito em Sydney tenha dado positivo.

Durante as duas semanas de uma Olimpíada, atletas de elite – ou os que conseguem capturar a atenção e seduzir platéias, independentemente de resultados – se transformam em supermodelos e têm à disposição uma passarela única, de 3,5 bilhões de telespectadores. A velocista americana Florence Griffith-Joyner, ao eletrizar as pistas de Seul em 1988 com seus colantes sensuais, unhas pintadas de escarlate e recorde mundial até hoje inigualado (10,49s nos 100 metros rasos), foi pioneira do gênero, Para a alegria do público e contentamento dos patrocinadores, ela fez escola. Hoje tanto atletas mulheres como homens fazem do corpo seu cartão de visita. E de forma francamente mais erotizada. "Há tantos atletas competindo que se depender só de esforço e vontade de vencer você não vai ser diferente dos

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

demais", analisa Kim Skildum-Reid, consultor de patrocínio corporativo. "É preciso sobressair".

Neste ano, para brindar a estréia olímpica das mulheres no levantamento de peso, a federação internacional presenteou cada uma das doze competidoras – além de todas as mulheres da platéia com um cravo vermelho. Cafona? Pode ser, mas ninguém reclamou. Participando pela primeira vez das provas pentatlo moderno, tae-kwon-do e arremesso de martelo, além do salto com vara e levantamento de peso, a mulher atleta permanece excluída apenas do boxe e das lutas. Vai longe o tempo em que o lançamento em 1982, pela Reebok, do primeiro tênis específico para a anatomia do pé feminino parecia uma operação arriscada, por falta de mercado. Em Sydney, os fabricantes de material esportivo fizeram a festa – e a alegria do público. Não houve quem não comparasse os macaquinhos colantes das jogadoras de basquete do Brasil com os shortões largados e compridos, à la NBA, da equipe canadense. Um delegado da Austrália que dava entrevista coletiva sobre combate a drogas no esporte viu-se em apuros quando indagado a respeito do VPL. Imaginando tratar-se de alguma nova substância de doping, declarou não estar apto a responder por não ser do departamento médico da equipe. Na verdade, a pergunta da jornalista australiana se referia à "visible panty line", VPL, ou "marca da calcinha visível", que atormentou as atletas do país-sede desde que receberam suas sungas de competição. – eram amarelo-claras na parte traseira e se tornavam transparentes com o suor. "Normalmente não uso nada embaixo da sunga", explicava a corredora Ane Cross, dos 5 000 metros, "mas vou ter de repensar". "Felizmente sou uma velocista e vou tratar de sair correndo da pista o mais depressa possível". concordava Melinda Gainsford-Taylor, a estrela dos 200 metros. "Pelo menos ninguém vai deixar de nos notar", concluía uma companheira de equipe.

A celebração do chute muscular da zagueira americana Brandi Chastain, dona de abdominais sarados e endurecidos como um casco de tartaruga, não pode ser aplicada a qualquer modalidade olímpica, é claro. Mas, mesmo na ginástica, os Jogos de Sydney terão demonstrado que é possível sair do anonimato rompendo com o mimetismo imposto pelas características daquele esporte. Pairando uma cabeça acima das demais competidoras, a diva russa Svetlana Khorkina desafiou a inevitabilidade de tantas carreiras que florescem e murcham ainda na adolescência. Na ginástica, maturidade é sinônimo de limitação, uma vez que o a aparecimento de seios e nádegas provoca um realinhamento no centro de gravidade do corpo da mulher e dificulta as evoluções giroscópicas das atletas. Svetlana tem 21 anos, boca carnuda olhar de veludo, perigoso, e pernas de modelo. Só se apresenta de

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> negro ou de branco, sem maiores lantejoulas. O corte de cabelo à la garçonne, repartido no meio, e a linguagem do corpo sugerem uma sensualidade contida, pronta pra irromper. Ganhou duas medalhas de prata e um ouro, menos que a romena Simona Amanar. Mas foi a única a seduzir fotógrafos do mundo inteiro. "Quero ser reconhecida a meia milha de distância", declarou Svetlana à NBC. Assim foi.

➢ **O não-dito**

1° enunciado

- O explícito

> O importante não é apenas vencer, mas também ter presença, estilo, vender uma imagem de glória.

- O implícito

O locutor dá início ao seu texto, tecendo suas palavras em direção ao tema principal de seu discurso: as mulheres no esporte. É sobre elas que ele constrói o tema, ao dar início ao seu percurso argumentativo, colocando mais peso à presença e ao estilo: mais importante que vencer na competições é aparecer. Para induzir tal pensamento, utiliza os operadores argumentativos "mas" e "também", dirigindo o pensamento do interlocutor para aquela que considera a maior arma da mulher na Olimpíada: aparência física, isto é, rosto e corpo. O sentido implícito desse enunciado será reforçado nos que se seguem.

2° enunciado

- O explícito

> Nos jogos de Sidney, apenas dois esportes não tiveram competições para as mulheres: o boxe e as lutas.. Nos demais, a mulher atleta compareceu com tudo em cima.

unesp

- O implícito

O principal argumento do locutor nesse enunciado é o de que a mulher esteve presente na maioria das competições; porém, a seguir, o locutor destaca o motivo dessa presença. A expressão "tudo em cima", utilizada no linguajar comum como sinônimo de corpo perfeito, faz subentender que foi dessa forma que as mulheres conseguiram se sobressair em Sidney. Assim, o estereótipo de que a mulher é um objeto que deve ser admirado por sua aparência (o que a transforma em objeto de sedução), aparece no nível implícito desse enunciado.

3° Enunciado

- O explícito

> Nem todas eram bronzeadas como no vôlei de praia, belas como no time de vôlei da Itália ou torneadas como as estreantes olímpicas do salto com vara.

- O implícito

Percebe-se nesse enunciado, em nível de não-dito, a real motivação do autor ao escrever o texto: a de demonstrar que a mulher se destacou nas Olimpíadas por suas características femininas e não por causa de sua competência e talento esportivo. A aparência feminina e o corpo perfeito foram os atributos indicados pelo locutor como os elementos do destaque, embora nem todas os apresentassem. No vôlei e no salto com varas, não foi o desempenho feminino que ganhou destaque, mas o estilo. Em nível do não-dito, o locutor intencionou sublinhar que a participação feminina nas Olimpíadas só exigiu das mulheres o que habitualmente se espera delas: que sejam simplesmente femininas.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

4° enunciado

- O explícito

> Contudo, para a grande maioria das 4254 mulheres que representaram 42% do total de competidores em Sidney, ser atleta, hoje, também é ter arrojo, ostentar saúde, e porque não, ser sedutora e sensual. Em suma, poder e gostar de ser mulherão.

- O implícito

Nesse dizer, por intermédio do operador argumentativo "contudo", percebe-se o encadeamento dos significados propostos no âmbito do não-dito. O locutor continua o seu percurso argumentativo colocando a palavra na boca das próprias mulheres e, por alusão, remete a elas a responsabilidade do seu dizer. Assim, a sedução e a sensualidade aparecem como os principais atributos femininos, dito por elas mesmas. Por meio dessa fala, em que afirmam gostar de ser *mulherão*, o locutor reforça o seu argumento principal: as mulheres se constituem objetos simbólicos e devem ser submissas ao olhar do sexo oposto.

5° Enunciado

- O explícito

> A cada vez que a silhueta esguia e bronzeada de Tatiana se colocava em marcha (no salto com varas, o atleta pode fazer 3 tentativas para saltar a uma nova altura), o estádio aplaudia a cadência das passadas e urrava.

- O implícito

Continuando a tecer a sua tese principal sobre a entrada da mulher num espaço tradicionalmente ocupado pelos homens, o locutor justifica essa invasão ao recolocar a mulher em seu *devido lugar* – a ela designado pela cultura: o de existirem primeiramente para os outros, sobretudo, para os homens.

unesp

No enunciado em questão, em nível do não-dito, o locutor coloca ênfase na idéia de que as mulheres se destacam apenas naquilo que lhes é próprio: a aparência física e a sua silhueta. Como objeto de desejo, submissa e direcionada pelo olhar masculino, a atleta deixava, com sua beleza, a sexualidade dos homens à flor da pele.

6° Enunciado

- O explícito

> A cada vez que o telão focava seu rosto intenso, emoldurado por uma penca de cabelos loiros, a sedução era absoluta.

- O implícito

O locutor acrescenta mais elementos à sua tese principal: em nível das implicitações discursivas, continua a afirmar de forma não aparente o seu preconceito do feminino. As mulheres, não restam dúvidas, brilharam em Sidney, porém, o motivo desse destaque se restringe ao seu papel de sedutoras. Ao colocar em foco a figura de uma das participantes, o destaque não foi para sua performance na modalidade, mas, para seus atributos femininos.

7° Enunciando

- O explícito

> Quero mostrar que uma mulher que compete no esporte pode ser uma mulher linda e que sabe se cuidar, diria a atleta mais tarde.

- O implícito

Nesses dizeres, o locutor reforça o seu argumento e, por alusão, mais uma vez, busca a autoridade nas palavras das próprias mulheres. Em nível do

implícito, salienta a tese de que elas mesmas compactuam com o pensamento de que as mulheres, em qualquer espaço, sobretudo os especialmente masculinos, têm a obrigação de cuidar de seu corpo e de seu rosto, considerados por elas mesmas, conforme se deduz de seu discurso, as suas principais armas de sedução. Mais uma vez reforça-se o preconceito e com o aval das próprias mulheres.

8° Enunciado

- O explícito

> Aos 24 anos, Tatiana já mostrou mais do que a tatuagem que ornamenta sua anca direita. Ela pode ser admirada em sete fotos em preto-e-branco da edição especial (esgotada) da revista Black & White, que retrata a nudez de 21 atletas da equipe olímpica da Austrália.

- O implícito

Nessa altura de sua argumentação, o autor do texto chega ao ponto culminante de seu discurso: o destaque do erótico, colocado como próprio do ser feminino. Em nível das implicitações discursivas, a mulher aparece como vencedora naquela área que sempre lhe foi designada como própria de seu ser. A estética do corpo feminino se reduz a uma mercadoria submetida à lógica do discurso masculino, portanto, vira fetiche. Em nível do não-dito, as mulheres aparecem como enfeites no espaço específico dos homens: o esporte e o atletismo. O enunciado traz como subentendido que não é por outro motivo que elas estiveram ali.

9° Enunciado

- O explícito

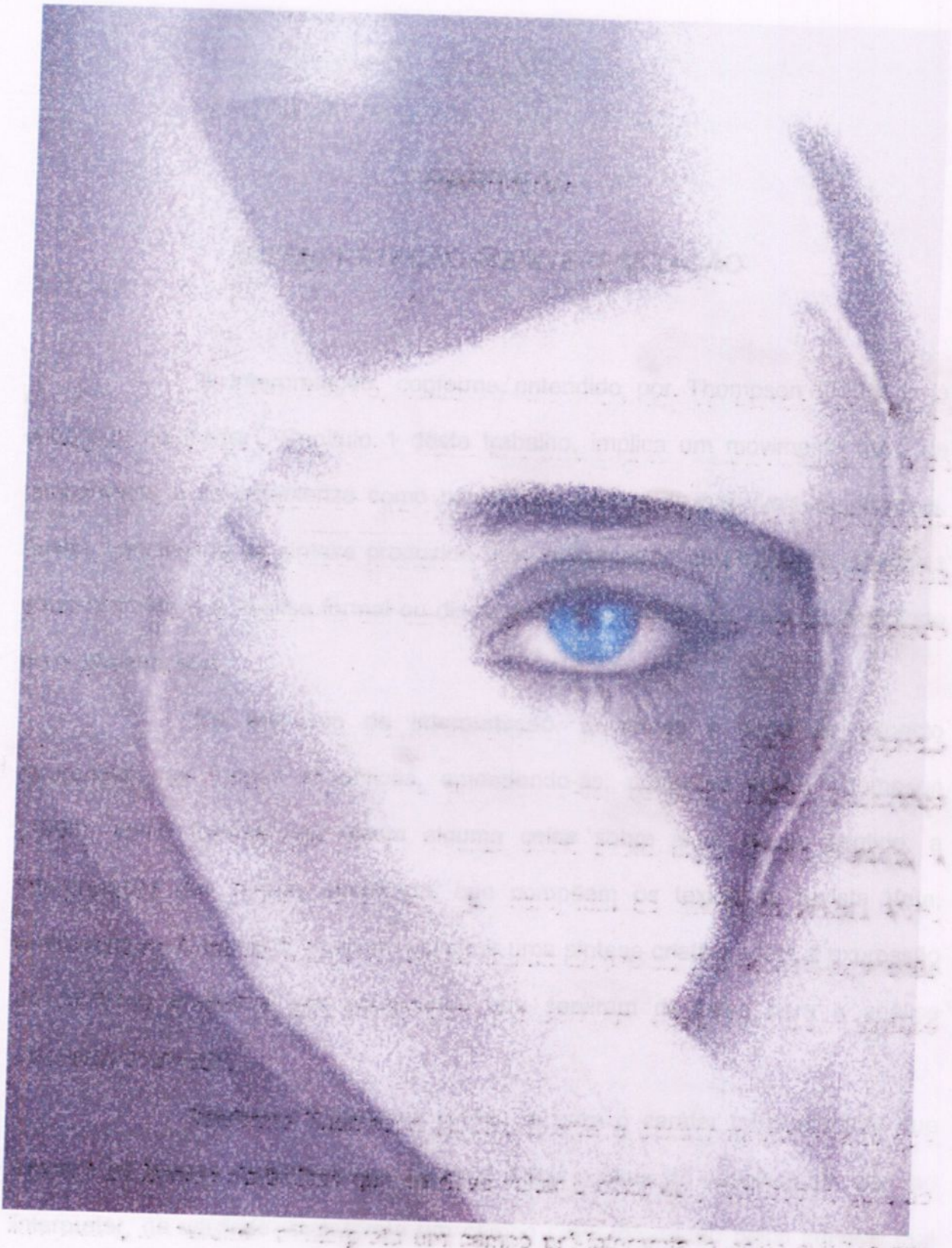
> Svetlana tem 21 anos, boca carnuda olhar de veludo, perigoso, e pernas de modelo. O corte de cabelo à la garçonne, repartido no meio, sugerem uma sensualidade contida pronta a irromper.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

- O implícito

Nesse enunciado, o autor reforça o argumento da sensualidade das mulheres no Olimpo. Em nível do implícito, continua a defesa de sua tese de que é o erotismo do ser feminino o que vence nas diversas modalidades. Assim, reforça a idéia de que elas estiveram lá por causa de seus atributos físicos e de sua sensualidade. Portanto, o repórter, sem assumir a responsabilidade de tê-lo dito, reforça os estereótipos de papel, tradicionalmente impostos à mulher pelo processo de incorporação dos *habitus.*

unesp



Parte V

unesp

PARTE V

INTERPRETAÇÃO-REINTERPRETAÇÃO

A interpretação, conforme entendido por Thompson (1995) e já esboçada na Parte I, Capítulo 1 deste trabalho, implica um movimento novo de pensamento e se caracteriza como construção criativa de possíveis significados. Assim, constitui-se na síntese produzida pelo investigador, que mediante a análise sócio-histórica e a análise formal ou discursiva, interpreta o que está representado ou o que está dito.

No processo de interpretação, a ênfase é dada ao aspecto referencial das formas simbólicas, entendendo-as, conforme indica Thompson (1995), como formas que dizem alguma coisa sobre algo. Nesse sentido, a interpretação das formas simbólicas que compõem os textos da revista **Veja**, analisados no Capítulo 6, implicou construir uma síntese criativa sobre a expressão do feminino embutida nos enunciados que serviram de base para a análise discursiva realizada.

Conforme Thompson (1995), é para o caráter transcendente que envolve as formas simbólicas que se deve voltar o olhar do pesquisador, que, ao interpretar, na verdade reinterpreta um campo pré-interpretado pelos sujeitos que formam o mundo sócio-histórico. Assim, ao interpretar formas simbólicas formatadas

nas reportagens inseridas na revista **Veja**, a pesquisadora o fez sobrepondo a interpretação do repórter, o que se caracteriza como a interpretação da interpretação.

Analisar as formas simbólicas inseridas nas reportagens da revista **Veja**, que tratam do feminino de forma reificada, empregando a Hermenêutica de Profundidade, implicou analisá-las mais além da interpretação da *dóxa*, exigindo relacioná-las tanto às condições sócio-históricas que envolvem as relações entre o masculino e o feminino quanto às suas características estruturais internas.

O procedimento de interpretação, segundo Thompson (1995), por se realizar sobre um campo pré-interpretado, é sempre arriscado, pois abre possibilidades para o conflito de interpretações. O emprego de técnicas de análise diferenciadas e a divergência de procedimentos quando se emprega o percurso metodológico da Hermenêutica de Profundidade e da interpretação da *dóxa*, explicam a emergência desses conflitos.

O emprego do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade, conforme sugerido pelo citado autor, é o que possibilita a interpretação da ideologia presente nas formas simbólicas. E isso é especialmente patente nas reportagens elaboradas e publicadas na revista **Veja**, que trazem como conteúdo as relações entre o masculino e o feminino, nas quais a figura da mulher aparece ideologicamente construída e reificada, contribuindo assim para a reprodução das relações assimétricas de poder em favor do homem.

Como posto, a assimetria que marca as relações entre os sexos na sociedade e que aparece corporificada no contexto sócio-histórico, é alimentada e sustentada pelas formas simbólicas que circulam no campo social.

A linguagem da mídia, conforme entendida por Thompson (1995),

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

constitui-se num sistema cultural complexo, que possui duas dimensões: a simbólica e a contextual. Nesse sentido, o autor aponta a importância da análise formal ou discursiva para "identificar as características estruturais das formas simbólicas que facilitam a mobilização do significado" (THOMPSON, 1995, p. 378).

Conforme se constatou na análise das reportagens de **Veja**, realizada sob a ótica da Semântica Argumentativa de Ducrot, as relações entre os sexos apresentaram-se caracteristicamente marcadas pela assimetria, favorecendo a dominação masculina. Nas entrelinhas dos discursos produzidos e publicados pela revista em forma de reportagens, aninha-se o caráter ideológico do discurso, operado pelas vias da legitimação, reificação e dissimulação. Nesse processo discursivo, os fenômenos sócio-históricos são apresentados como naturais e fora do tempo. As diferenças entre o masculino e feminino são imputadas às questões naturais, o que conduz à eternização de estruturas arbitrárias e contingentes.

Interpretar a ideologia que permeia as relações de dominação – que envolve os sexos, com supremacia do masculino, na sociedade – exige a produção de uma síntese, fruto das análises sócio-histórica e discursiva, conforme a proposta da Hermenêutica de Profundidade.

No processo de imposição do significado, Bourdieu (2002) destacou o poder da mídia e de sua ação pedagógica, portanto, considerou-a um lugar de veiculação da ideologia, visto que exerce um poder caracterizado pela violência simbólica. Assim, a mídia contribui para a manutenção dos interesses de um grupo, já que toda formação social se caracteriza, segundo ele, como um sistema de relações de forças e de sentido entre grupos e classes. Dessa forma, os meios de comunicação de massa, e especialmente os impressos, como a revista **Veja**, tornam-se fontes de definição de significados, onipresentes na vida cotidiana dos

unesp

indivíduos, agindo ideologicamente na imposição de valores e sentidos, dados como legítimos. Nas páginas da revista – como já demonstrado na análise de reportagens, envolvendo a figura da mulher e suas relações com o sexo oposto – veicula-se um conceito do feminino que reproduz o que já está embutido na cultura.

O emprego de estereótipos na construção da mensagem é uma das estratégias da mídia, que por meio de simplificações conduz à formação do preconceito. O processo de estereotipia não se restringe a aparências, mas a valores e crenças vinculados a um tipo de pessoa.

Assim, inúmeras reportagens de **Veja** articulam, por exemplo, a loirice das mulheres com o seu grau de inteligência. E muito comum também encontrar reportagens em que a mulher é apresentada como objeto sexual erotizado, cuja única preocupação é cuidar de sua aparência física, conforme critérios pautados pelo olhar masculino.

Essas questões conduzem ao fenômeno do jornalismo e ao mito da objetividade a ele circunscrita, e levantam polêmicas sobre as possíveis articulações entre a mídia e as estruturas econômicas, políticas e culturais vigentes. Uma análise mais aprofundada dessa problemática faz emergir o comprometimento das empresas jornalísticas com a veiculação de uma visão de mundo que garanta a reprodução dos interesses dos grupos que detêm o poder. Assim, o discurso jornalístico pode ser entendido como ideológico, visto que se presta a criar e manter relações assimétricas e injustas.

A mídia – ao disseminar o conjunto de representações sociais construídas pela cultura a respeito do masculino e do feminino – contribui poderosamente para a operacionalização das atitudes e ações humanas no cotidiano, sobretudo as atitudes preconceituosas que estão na base das inaceitáveis

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

discriminações sociais imputadas às mulheres. Neste particular, é preciso lembrar que a construção de um discurso sobre algo, por um jornalista, implica basear-se em filtros culturais impregnados em sua consciência e manifestados em seu cotidiano, incorporados durante sua formação como ser social e cultural. Esses filtros se referem a valores predominantes em uma dada sociedade, num dado momento histórico. Assim, para cada cadeia de acontecimentos emergentes pode incidir um discurso, que traduz a formação cultural de seu produtor. Portanto, cada reportagem escrita é um discurso, ordenado e organizado sob a ótica cultural de seu criador, eivado de ideologia que legitima, dissimula ou reifica, contribuindo para a reprodução do preconceito. Assim, ao construir um discurso sobre a mulher, os autores dos textos analisados de **Veja**, mesmo sem ter a intenção consciente, reforçaram o preconceito já existente na sociedade e na cultura em relação a ela.

Os valores comunicados, em regra, não são explícitos, o que pressupõe uma análise mais aprofundada em busca das implicitações discursivas. Por isso Thompson (1995) indicou a aplicação do método da HP, que aponta um percurso objetivando encontrar o reificado e dissimulado.

O emprego da análise do discurso, na vertente da Semântica Argumentativa de Ducrot (1987), como procedimento metodológico aplicado na leitura e análise das reportagens editadas em **Veja** do ano 2000 a respeito da mulher, permitiu vislumbrar o caráter ideológico embutido nas entrelinhas do discurso, legitimando, reificando ou dissimulando as relações assimétricas entre o masculino e o feminino já inscritos na cultura.

Capítulo 2

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Capítulo 7

CAPÍTULO 7

POR UMA SÍNTESE CRIATIVA DOS SIGNIFICADOS

No texto *Feminista de olho* roxo (categoria **Feminismo**), os enunciados escolhidos para análise permitiram, por intermédio de seus significados implícitos, considerar que nessa reportagem o enunciador objetivou primeiramente traçar o perfil da líder do movimento feminista, apresentando as principais contradições existentes entre esse perfil e a situação de liderança por ela ocupada. Esmerou-se em mostrar o lado doméstico dessa personagem e seu desejo mais íntimo de agradar ao marido e aos filhos. Enfatizou o seu comportamento de esposa e mãe que se esforça da melhor maneira possível em pôr o jantar na mesa, pendurar as camisas do marido no armário, gostando de sua condição de mulher casada, valores bem contrários aos da ideologia feminista. Apesar de tudo isso, ressaltou o comportamento do marido que a agredia cotidianamente, com o qual Betty desenvolvia uma relação neurótica, pois, segundo suas próprias palavras, ela mesma provocava as surras, sem coragem de romper o casamento.

No desenvolvimento do texto, o enunciador insistiu em demonstrar que, apesar de ser líder de um movimento de libertação da mulher e ser redatora de revistas feministas, Betty Friedan não passava de uma pacata dona-de-casa, mesmo

que escrevesse sobre a insatisfação das mulheres com a vida doméstica. Apesar de ter consciência de que envergonhava o movimento por ser "uma banana em casa", não tinha coragem de romper com o marido.

Ao ler o texto, portanto, é possível detectar uma dupla intenção do autor: a de traçar um perfil da líder do movimento feminista, cujos comportamentos demonstravam contradições, e denegrir o próprio movimento feminista.

Para traçar o perfil de Betty Friedan, apresentou alguns traços de sua personalidade e, conforme significações implícitas, possibilitou ao leitor visualizar o caráter da líder do feminismo, demonstrado por alguns traços de sua personalidade. Betty Friedan, conforme o articulista, era uma pessoa tresloucada, mulher-objeto, submissa a seu marido, apesar de apanhar dele, defensora do casamento e feliz em exercer o papel de esposa e mãe neurótica; também carregava um sentimento de culpa que a levava a provocar as surras como forma de expiação. Considerando-se feia, levava consigo um sentimento de baixa auto-estima. Após o divórcio, se tornou semelhante aos hippies.

Ao denegrir a figura-ícone do movimento de libertação das mulheres, o articulista concretizou sua segunda intenção: como acreditar em um movimento cuja líder é três vezes louca? Como confiar nas suas propostas se, como tudo indicava, elas se baseavam em argumentos de uma líder que criticava a domesticidade da vida de milhões de mulheres quando ela mesma só desejava ser boa esposa e mãe?

Com a desmoralização da figura de Betty Friedan, o enunciador intencionou, acima de tudo, desconstruir o movimento feminista, caracterizando-o como próprio de mulheres frustradas, neuróticas, desequilibradas. Dessa forma, induziu o leitor a concluir que mulheres equilibradas, saudáveis física e

unesp

psicologicamente, realizadas em seu casamento, naturalmente se opõem ao feminismo. Logo, contribuiu para a manutenção da supremacia masculina, milenarmente instalada no inconsciente androcêntrico de homens e mulheres.

Ficou demonstrado, portanto, que toda enunciação estava carregada de um forte caráter ideológico, tendo como elementos básicos o poder e sua manutenção. A desmoralização do movimento mediante o rebaixamento da imagem daqueles que lhe deram vida não é dito explicitamente, havendo a necessidade de se buscar o sentido oculto dos enunciados do discurso. Considerando o discurso como polissêmico, polifônico e constituído de subtendidos e pressuposições, a intenção real do enunciador, em geral, não se encontrou em nível do que foi dito, mas sim, no não-dito.

No texto em questão, em nível explícito, o enunciador nada falou sobre o movimento em si, porém, em nível implícito, esse foi o seu principal alvo. Por meio de Betty Friedan chegou ao movimento feminista, induzindo o leitor a concluir sobre ele como um movimento sem sustentação, portanto, fadado a desaparecer, o que leva ao fortalecimento do *status quo.*

Ao se fazer a leitura do não-dito pela ótica de Ducrot (1987), é possível detectar-se os desejos de poder, implícitos nos enunciados escolhidos para a análise. O processo de análise, portanto, constitui-se em buscar o que o enunciador está negando ou deixando de dizer.

Essas observações remetem ao mito da imparcialidade do discurso jornalístico, deduzindo-se que o fazer jornalístico está condicionado a uma série de interesses e manipulações. Daí a contribuição de Ducrot (1987), quando adverte sobre a necessidade de buscar o não-dito e sua interpretação. Na verdade, talvez o não-dito apresente-se no discurso com um valor maior do que o dito, pois é nele que

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

se assenta a verdadeira mensagem do texto, que se articula ao campo extralingüístico do discurso, ou seja, no contexto sócio-histórico.

No caso analisado, o enunciador deixou implícito o seu desejo de manutenção da ordem estabelecida quanto às relações de gênero, que se caracterizam pela dominação do masculino sobre o feminismo. Em síntese, a articulação entre os sete enunciados escolhidos para análise nesta categoria, fez emergir a principal intenção do locutor no texto: enfraquecer o movimento feminista mediante a apresentação negativa da figura de sua líder principal.

Nos textos agrupados na categoria **Relações de Gênero**, na reportagem intitulada *Até que o casamento os* separe, ao deshistorizar as diferenças entre homens e mulheres, as articulistas reforçaram a idéia da reprodução dessas diferenças, visto que estão fundamentadas na natureza e na estruturação biológica e cerebral de cada ser.

Mediante os enunciados analisados, constatou-se de forma implícita, um desfavorecimento da figura feminina, caracterizada como sonhadora e intuitiva – ou, em outras palavras, frívola e irresponsável – o que a levaria a emitir comportamentos pouco responsáveis.

No que se refere à questão do casamento e da família, o texto colocou, implicitamente, a figura da mulher – dada as suas características *naturais* – como a grande responsável pela maioria dos casos de separação.

Afirmar que mulheres são intuitivas, abstratas, criativas por natureza, é pressupor que pensam pouco e, portanto, devem ser dirigidas pelo sexo oposto, este sim capaz de concretamente dirigir as suas vidas. Assim, descartou-se o papel da cultura na produção e reprodução dos estereótipos de papel formatados para ambos os sexos.

unesp

Os sexos foram tratados implicitamente como conjuntos radicalmente separados. Deixando-se guiar pelos princípios de visão e de divisão inscritos na linguagem comum, as articulistas reproduziram os estereótipos e preconceitos empregados na linguagem cotidiana e veiculados pela mídia.

Nesse texto, a divisão entre os sexos revelou-se naturalizada, parecendo estar na ordem das coisas. Implicitamente, configurou-se a ordem masculina, que assenta sua força em atos de reconhecimento e submissão. Nesse caso, as diferenças sociais é que explicam as diferenças biológicas, conforme Bourdieu (2002).

Em *Poder de vida e morte,* o percurso argumentativo construído por Caco de Paula centralizou-se na apresentação explícita da personalidade de Pimenta Neves, o autor da tragédia. Sob o ponto de vista das implicitações discursivas, no entanto, ressaltou-se a figura de Sandra Gomide como estopim da tragédia.

O enunciador, notadamente, na construção de sua argumentação, trabalhou com dois aspectos da personalidade de Pimenta Neves: o profissional competente e o homem desequilibrado emocionalmente. Na construção do jogo semântico entre o homem sério e respeitado e o homem perturbado psiquicamente, o enunciador elaborou um discurso de legitimação do ato praticado, considerando-o como uma tragédia humana à qual qualquer pessoa está sujeita.

Ao traçar o perfil de Pimenta, o enunciador procurou justificar o seu ato, apresentando-o como resultante de um descontrole emocional de alguém obcecado pelo seu objeto de amor. Alguém sofrido e emocionalmente perturbado com a doença incurável de uma das filhas e que não conseguiu administrar uma

unesp

traição da parte de uma pessoa em quem depositara toda a sua esperança de ser feliz.

Nesse jogo argumentativo, Sandra apareceu como aquela que induz a tragédia, pois o traiu, não se interessou pelos seus problemas particulares e familiares, não foi grata pelo excelente cargo para o qual foi designada graças à influência de Pimenta Neves no jornal *O Estado de São Paulo.*

A personalidade e o comportamento de Sandra foram apresentados implicitamente, levando o leitor a concluir sobre os traços de seu caráter: mulher infiel, ingrata, egoísta, desleal e insensível. As ações de Sandra foram apresentadas, implicitamente, como o estopim para as ações trágicas de Pimenta, que culminaram com a sua morte, embora Pimenta a tenha procurado várias vezes, tentando reatar o namoro, perdoando-a. Também colocou em jogo a competência profissional da mulher ao insinuar como "favor" o emprego para o qual foi designada.

A expressão *Poder de vida e morte* que intitula a matéria faz referência a alguém que tem em suas mãos a decisão sobre a vida de muitas pessoas, alguém que centraliza o poder. Assim o articulista caracterizou o poder de Pimenta Neves no cargo que ocupava. A contradição entre o poder representado e a situação de apelação a que chegou o Diretor do Estado de São Paulo, pressionado pela situação em que foi colocado por Sandra Gomide, traria como conseqüência lógica, o descontrole emocional. Questões implícitas: Como alguém poderia sentir-se emocionalmente equilibrado diante de tamanho paradoxo? Como administrar um novo elemento de identidade, o de homem rejeitado, quando estava acostumado a ser obedecido? Um homem que tem poder de vida ou morte, ou seja, poder na sua maior amplitude?

unesp

O discurso de Caco de Paula intentou conduzir o leitor para uma conclusão inevitável: Pimenta Neves se tornou um homem doente, fortemente abalado psicologicamente, que não teria cometido o ato que destruiu a vida de Sandra Gomide se tivesse sido tratado a tempo.

Mesmo que Pimenta Neves estivesse sob o jugo de alguns fatores que contribuíram para o seu sofrimento psíquico, com base na análise realizada, não resta a menor dúvida de que o repórter, intencionalmente ou não, concentrou em Sandra Gomide os motivos principais que levaram o jornalista ao ato extremo, caracterizado eufemisticamente como *tragédia humana*. Em suma, o texto produzido por Caco de Paula retratou uma questão social vivenciada há milênios: o homem tem poder, a mulher é o ser que se submete a esse poder. O discurso do repórter se caracterizou como uma expressão de experiências que só podem existir num contexto social afetado pelo plano imediato e por planos mais gerais de organização da sociedade. Dessa forma, a enunciação produzida por ele pode ser entendida como a expressão de uma atividade mental individual que, no entanto, só pode ocorrer a partir dos signos ideológicos construídos com base em valores sociais que dão sentido a esses signos.

No texto *Poder de vida e morte* ficou evidente a articulação entre o discurso e a sociedade, destacando-se a importância das práticas sociais de indivíduos reais e históricos e o discurso como uma das formas de materialização dessas práticas (BAKHTIN, 1997).

No texto *Sem elas, eles adoecem e vivem menos*, a repórter Cristina Poles, dirigiu-se sobretudo aos homens, na tentativa de convencê-los de que o casamento é uma saída importante, senão a única, para mantê-los vivos e saudáveis. E, ao argumentar sobre a importância da mulher em suas vidas, a autora,

unesp

implicitamente, reduziu-as à sua condição de cuidadora, tradicionalmente imposta pela cultura. Na construção de seu percurso argumentativo, ressaltou o papel da mulher como rainha do mundo privado, responsável pelo bem-estar de sua família e, especialmente, de seu parceiro.

Por intermédio de seus significados implícitos, os enunciados escolhidos para a análise ressaltaram a presença da mulher e sua identidade social, caracterizando-a como figura subalterna, o que pode ser considerado como um resíduo do patriarcalismo pré-existente na história das relações entre os sexos.

Recolocando-a no espaço íntimo da privacidade, reforçou a sua responsabilidade como suporte do lado afetivo e emocional do homem, oferecendo calor, conforto, cuidado e dedicação amorosa a seu *senhor*, habitante legítimo do espaço público.

Ao utilizar o argumento da natureza, a articulista reduziu as diferenças entre os sexos a essa fonte, desconsiderando os aspectos sócio-históricos e culturais das relações entre o homem e a mulher. Nesse aspecto, a tese de Bourdieu (2002) ficou reforçada, pois este autor afirma que o poder simbólico que os homens exercem sobre as mulheres na cultura só pode se realizar com base na colaboração das próprias mulheres, que o constroem como tal. Assim, os argumentos utilizados nesse texto demonstraram que a autora não tem noção dos efeitos duradouros que a ordem masculina exerce sobre os corpos, produzindo como resultado uma submissão encantada, produto direto da violência simbólica.

Ao exortar os homens para a importância do casamento, a articulista aprisionou as mulheres no espaço que lhes foi historicamente reservado. Dessa forma, esse texto contribuiu ideologicamente para a manutenção de sua condição.

unesp

Em síntese, na categoria **Relações de Gênero**, configurou-se, nas entrelinhas, o caráter ideológico dos argumentos construídos pelos autores, assim, o discurso da mídia, ao exercer seu poder de construção da realidade, tende a oferecer uma ordem imediata para o mundo.

Realizando a leitura da mídia, segundo Bourdieu, entende-se a sua função de reprodutora dos *habitus*, portadora de um trabalho de eternização do arbitrário cultural. Dessa maneira, o princípio de perpetuação da dominação masculina está inscrito nas diferentes instituições sociais, entre as quais a mídia, na sociedade contemporânea, exerce um papel fundamental, como lugar de elaboração e imposição desse princípio.

A análise dos textos referentes à categoria **Sexo e Erotismo**, remeteu ao sistema econômico, político e cultural em que se vive na atualidade. A lógica da mercadoria continua a definir todo um circuito de relações sociais, das quais o corpo feminino emerge como um objeto de culto pois foi constituído como uma mercadoria. Observa-se que o sensualismo e o erotismo são considerados artifícios próprios da mulher, sendo utilizados para vencer na vida. Por intermédio da arte de mostrar "quase tudo" as mulheres ganham na sedução, o que permite a vazão das fantasias masculinas, levando à excitação. No entanto, as regras do jogo são impostas pelos homens, originando mais uma clivagem entre as mulheres. Assim, nos textos em questão, ao se pronunciar a respeito da carreira de mulheres famosas, os autores enfatizaram a idéia de mulheres-objeto, dominadas e direcionadas pelo olhar e pelo discurso do sexo oposto. As mulheres que não são donas de uma plástica invejável, nessa ótica, devem seguir os padrões de beleza impostos pela cultura e pela mídia, tornando-se prisioneiras da indústria do erotismo.

unesp

Na produção do texto *Las tiazonas*, Raul Justo Lores construiu um percurso semântico utilizando operadores argumentativos, tempos verbais e alusões para induzir o seu leitor a considerar o sucesso de mulheres argentinas com mais de 40 anos, e que continuam sendo símbolos sexuais como vedetes do teatro de revista. Em nível do explícito, demonstrou o empenho dessas mulheres em se tornarem cada vez mais belas, sem pouparem esforços para isso. Apesar de não serem mais tão jovens – condição imposta pela cultura como *sine qua non* para despertar o desejo do olhar masculino e a admiração do olhar feminino – continuam a lotar as casas de espetáculos e arrebatar corações, inclusive conseguindo um admirador famoso, o ex-presidente Carlos Menem, considerado um dos mais ardentes fãs dessas vedetes.

A leitura de profundidade, no entanto, remete ao porquê do sucesso dessas mulheres, enfatizado pelo autor em todos os enunciados selecionados para este estudo. Ao falar sobre a ascensão das vedetes, em nível das implicitações, o locutor do texto reforçou a todo o momento o preconceito contra a mulher, subentendido nos argumentos apresentados. O sucesso das mulheres destacadas, segundo o articulista, deve-se a erotização de seu corpo e à sua sensualidade, exposta abusivamente com a finalidade de seduzir o olhar masculino. Sob o olhar desejoso dos homens, as mulheres, representadas nesse texto pelas vedetes do Teatro de Revista, expõem seus corpos, investidos de fetiche, formatados como objetos de desejo libidinoso, reduzindo o ser feminino a essa especificidade. Assim, o sexo oposto continua a mantê-la obcecada pela sedução, o que é uma maneira de conservá-la ainda uma vez e sempre, dependente.

Assim, fica evidente a exaltação do corpo feminino como objeto de desejo libidinoso, exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso do outro.

unesp

Diante da dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, estas se apresentam num estado de insegurança corporal, pois elas existem primeiro para outros, sobretudo os homens, ou seja, enquanto objetos cuja tarefa é estar disponível, ser receptiva e atraente. Assim, as mulheres, incentivadas pela mídia, não aceitam o seu próprio corpo, manifestando mal-estar e vergonha tanto mais quanto maior for a desproporção entre o corpo real e o corpo socialmente construído. Nesse processo, os tratamentos de beleza e a cirurgia plástica são os principais recursos oferecidos para a solução ou minimização do problema.

O ser feminino, portanto, torna-se alvo de manipulação estética e das cirurgias plásticas que, segundo um discurso hegemônico de beleza, produz o aprisionamento da mulher ao culto da beleza. Assim, o seu pensamento e a sua consciência política se neutralizam.

Com o título chamativo Sábado Popozudo, o autor trabalhou com um percurso argumentativo baseado em duas idéias-chave: a baixa audiência da TV aos sábados à noite e o recurso utilizado pelos diretores dos programas para aumentá-la.

Ao colocar como recurso dos diretores a apresentação de mulheres sumariamente vestidas e erotizadas, o locutor representou o pensamento masculino sobre o feminino em seu texto: as mulheres só têm destaque quando utilizam exatamente as suas armas tradicionais – o rosto e o corpo.

Assim, ficou reproduzida a dependência de sempre sob nova roupagem – ou falta de roupagem. A mulher foi apresentada no texto como aquele ser que sempre quer e deve agradar ao homem. Dessa forma, ela aparece permanentemente obcecada pela sedução. Na verdade, conforme o não-dito, elas continuam dependentes do olhar masculino. Em suma, o texto induziu o leitor a

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

concluir que às mulheres não se pede que pensem, mas, que simplesmente invistam em seu corpo, tendo em vista agradar o sexo oposto.

No texto *Desinibidas virtuais*, Marcelo Camacho, por meio de um discurso permeado de citações das próprias mulheres, deixou implícito um conceito do feminino em conformidade com o estilo de comportamento rotulado como *próprio da mulher*, com base num quadro de valores proposto pela sociedade e pela cultura. Ao se reportar às mulheres televisivas famosas – que se notabilizaram por sua aparência física, e consideradas por ele como beldades – o locutor do texto deixou transparecer, em nível do não-dito, seu conceito do ser feminino, alvo de manipulação estética, visto que é motivado por seu desejo de agradar ao sexo oposto e se fazer conquistar por ele. Na entrada de seu discurso, de forma dissimulada e por intermédio de adjetivos, deixou entrever as suas expectativas em torno do comportamento feminino: mulheres têm que ser certinhas, bem comportadas e de família. Continuando o seu percurso, no entanto, colocou nas entrelinhas a dificuldade para as mulheres de resistirem ao desejo de deixar transparecer a sua sensualidade. Dessa forma, ao olhar do sexo oposto, se tornam alvos de desejo libidinoso.

Ao tratar da questão específica do comportamento da *mulher atriz-de-televisão*, o locutor o fez imbuído de uma idéia duplamente preconceituosa: no que se refere à mulher artista e à mulher propriamente dita enquanto condição e gênero.

Em *Musas.com.br*, o locutor do texto, Ricardo Valladares, dá entrada ao seu discurso valorizando as mulheres em virtude de sua capacidade em aumentar a interatividade em programas de TV, onde o público participa pela internet. No entanto, ao prosseguir na construção de sua mensagem, lançou mão de

unesp

argumentos que justificam o porquê dessa ascensão. Nesse percurso, a beleza feminina enunciada torna-se sinônimo de sedução e erotismo. Os verbos empregados em sua argumentação - aumentou, duplicou, dobrou – evidenciaram os atributos físicos como responsáveis dessas situações. Assim, as mulheres apresentadas também devem apresentar aumentado, dobrado e triplicado o lado erótico do seu corpo.

A apresentação de mulheres que, na TV, correspondam ao padrão de beleza imposto pela cultura, serve de motivação para as demais – que muitas vezes não aceitam o seu próprio corpo, manifestando timidez e vergonha, que serão tanto mais fortes quanto maior a desproporção entre o corpo real e o corpo socialmente construído.

No texto em questão, o corpo feminino foi utilizado com o intuito de reduzir a mulher a um produto de consumo *voyeurista*. O erotismo induz à excitação sexual mediante sugestão, simbolismo ou alusão, por meio da arte de mostrar "quase tudo". Da mulher não se exige mais que "pense", pois só tem valor, nesse processo, o seu corpo – o que a torna alvo do desejo libidinoso.

Em suma, o conjunto de textos agrupados nesta categoria, no que se refere ao percurso semântico e argumentativo construído por seus diferentes autores, quase poderia ser reduzido a um único discurso. A análise realizada com base nas pistas oferecidas pelo jogo semântico construído por cada um dos locutores, possibilitou – por meio da constatação de diferentes formas de operação, ou seja, dissimulação, justificação e reificação – o desvelamento do caráter ideológico embutido em cada um.

Particularmente, sobressaiu-se o caráter reificador das formas simbólicas, pois o conceito de feminino embutido nas entrelinhas dos discursos em

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

questão, expressou a coisificação do ser feminino, designado em todos os textos como objeto de desejo industrializado. Assim, todo o aparato midiático e seu sofisticado suporte técnico não fez mais do que reproduzir, com certo glamour, a cotidianidade.

O conjunto de textos agrupados sob a categoria **Moda e Beleza**, trouxe um percurso semântico baseado em duas idéias-chave: a ascensão das mulheres só pode se dar mediante suas duas armas principais, o rosto e o corpo; e, as mulheres investem tudo para atingir o objetivo de chegar ao corpo perfeito, desde que submetidas ideologicamente ao conceito de feminino.

Ao colocar como título de sua reportagem a expressão "Assim é demais", a repórter Bel Moherdaui teve a intenção de mostrar a capacidade das mulheres de irem até às últimas conseqüências para se adaptarem ao conceito a elas imputado. Embora o percurso semântico construído, em nível de implicitações, apontasse para uma certa criatividade a respeito do comportamento das mulheres, nos enunciados selecionados para análise, a repórter reforçou e legitimou o preconceito em relação à mulher. Utilizando alusões, operadores argumentativos e tempos verbais, Bel Moherdaui apresentou a mulher como um ser inconseqüente, dominado pelo desejo de agradar ao sexo oposto, chegando ao limite de arriscar a sua saúde física para aparecer mais bela e sedutora ao olhar masculino.

Assim, articulando os enunciados que compuseram o discurso da repórter, emergiu um julgamento masculino. A mulher apareceu como um ser obcecado pela sedução e essa é uma maneira de conservá-la, ainda uma vez e sempre, dependente.

Na reportagem sob o título *Na idade da beleza,* escrita por Cristina Poles, Mônica Gaidwitch e Sandra Boccia, a beleza feminina apareceu vinculada à

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

juventude, conceituada no texto como perfeição e harmonia do corpo físico. Com base nesse referencial, as autoras induziram o leitor a concluir que, com o avançar dos anos, as mulheres vão perdendo seu viço, sendo marginalizadas e discriminadas socialmente. Assim, o discurso construído pela autoria referenciada, colocou o corpo feminino como fetiche (MARX, 1978). A sedução apareceu como sua principal característica e tudo foi apontado como válido para a conservação desse requisito considerado *próprio do feminino*. Assim, às mulheres cabe seduzir por intermédio da exibição de seu corpo e, aos homens, cabe conquistá-las. Enclausurando as mulheres na função do cuidado com o corpo e com a sua aparência física, a autoria do texto as dirigiu para a busca de soluções que resolvam o problema instalado com o transcorrer do tempo e que ameaça o seu bem-estar e a sua beleza. As clínicas de estética seriam a solução e, para manter a aparência de juventude, todo o esforço se justifica.

De forma velada, portanto, apareceu a propaganda das Clínicas de Estética, apontadas no texto como a tábua de salvação para as mulheres. A ideologia do corpo perfeito apareceu embutida nas entrelinhas, destacando-se que esse corpo vai perdendo em perfeição com o transcorrer da idade.

Dessa forma, o conceito do feminino, construído ideologicamente e de forma dissimulada pelas autoras, contribuiu para a reprodução da idéia das diferenças e fez a manutenção do discurso masculino mediante o princípio da conquista.

O texto *As gaúchas são demais,* escrito por Rodrigo Vieira da Cunha, trouxe, em nível de implicitação discursiva, um conceito de mulher-objeto, transformada em mercadoria no lucrativo negócio das *top models*. Utilizando expressões diretamente relacionadas ao mundo do mercado como *máquinas*, *linha*



de produção e *lucratividade*, o autor enfatizou a valorização das Agências de Modelos mediante a apresentação de *top models* rigorosamente selecionadas, com dificuldades piores do que no vestibular, e uma *nota de corte* dada pelo olhar masculino.

Em *O padrão* nórdico, na construção do seu percurso argumentativo, o autor refletiu o conceito do feminino instalado na cultura – que se restringe a enquadrar a mulher como um ser que se deixa conduzir pelo olhar do sexo oposto, para agradá-lo e conquistá-lo – caracterizando-a como um ser obcecado pela sedução.

Ao indicar que um estilo é o caminho para a ascensão, enfatizou as chamadas *armas tradicionais femininas* para tanto: o rosto e o corpo. No entanto, o texto induz à idéia de um júri formado pelo sexo masculino, cujo veredicto sobre a aprovação ou reprovação passará pelo critério do poder de satisfazer aos homens.

No texto *Fábrica de Misses*, o repórter Diogo Shelp trabalhou com a tese central de que a medicina estética e as cirurgias plásticas têm se tornado um negócio excelente, visto que a estética feminina tornou-se uma mercadoria lucrativa no mercado do culto à beleza. Ao ser constituído como mercadoria, o corpo feminino submete-se à mesma lógica, portanto, torna-se fetiche. A mulher, ao se envolver com esse culto de valorização de seu corpo, perde no processo de formação de sua consciência, reproduzindo a alienação.

No conjunto de enunciados analisados, apareceu como implícito o ponto de vista do autor sobre os concursos de beleza e, sobretudo, sobre a participação da mulher que neles se apresentam. A desconstrução de seu percurso semântico permitiu à pesquisadora chegar às suas reais intenções, embutidas no seu dizer. Nesse texto, o autor pretendeu demonstrar por um lado, o poder do

discurso masculino sobre a mulher, que se submete a ele sem discussões, e por outro, denunciar as estratégias utilizadas por um ramo da medicina, o da estética, que faz de seu trabalho um objeto de lucro e acumulação. Com base em um discurso fundamentado nas fantasias femininas, vende um produto (a cirurgia estética), assessorado por empresários das candidatas. Nesse contexto, o corpo feminino apareceu como escultura, onde formas e beleza saem valorizadas e enaltecidas por interesses econômicos vigentes. Assim, no processo de valorização do valor, a beleza feminina continua sendo propriedade do gênero masculino. O corpo da mulher, esvaziado de conteúdo, se transforma ao comando do bisturi, que o transforma, modelando-o conforme o conceito construído de beleza. E a mulher se submete a esse processo, sem indagações.

Em suma, os processos de deshistorização do arbitrário cultural e o poder arbitrário das instituições tradicionais e da mídia, explicam a reprodução de dominação imposta pelo discurso masculino, pois o ser feminino se constrói na experiência com o próprio corpo, constantemente exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso construído pelo outro. Dessa forma, os tratamentos de beleza e a medicina estética tornaram-se fonte de grandes lucros para a indústria da beleza e do erotismo (BORDIEU, 2002).

Na categoria **Trabalho e Esporte**, na reportagem *Elas venceram,* ficou evidente que toda enunciação carrega um forte caráter ideológico, tendo por base o poder e o desejo, porém, tais intenções não são ditas explicitamente, pelo locutor. Assim o exercício da análise é o que permitiu chegar ao que é dito em outro nível do texto, nas entrelinhas, plano pelo qual o autor não pode ser responsabilizado por tê-lo dito.



Por meio de uma leitura contrastiva, o texto de Maurício Cardoso reforçou o preconceito contra a mulher valendo-se de um percurso argumentativo para seduzir os leitores à idéia de que as mulheres estariam no caminho de vencê-lo. Trabalhando com argumentos que aparentemente conduzem à superação do preconceito, Maurício Cardoso reforçou-o, chamando a atenção para aqueles traços, sob o ponto de vista da cultura, *próprios do feminino*. Respaldando-se em estudos científicos e depoimentos das próprias mulheres, o locutor prosseguiu na construção de seu discurso, descrevendo como naturais e próprios da mulher, certas características a ela imputadas no processo de socialização, pelo qual incorporou os princípios e as significações de um determinado arbitrário cultural. Assim, respaldado pelos discursos de outros, o autor do texto reforçou o preconceito contra a mulher, tratando os sexos como conjuntos radicalmente separados, deixando-se guiar pelos princípios de visão e de divisão inscritos na linguagem comum.

A análise de profundidade do texto *O corpo no Olimpo,* desvelou as reais intenções do autor quando fala sobre a participação das mulheres numa área tradicionalmente ocupada pelos homens. Como não pode negar esse fato por sua evidência, escolheu um percurso argumentativo recheado de verbos e tempos verbais, operadores argumentativos, paráfrases, alusões, a fim de justificar a presença delas nesse espaço. Ao enfatizar os aspectos físicos, sensuais e eróticos do feminino nas diferentes modalidades esportivas, o locutor do texto, mesmo que não tivesse consciência de suas intenções, em nível das implicitações discursivas deixou claro o seu pensamento sobre essa participação. Nos enunciados recortados do texto, observou-se que, ideologicamente, o autor considera o esporte uma atividade especificamente masculina.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

A entrada das mulheres nesse reduto machista foi explicada como resultante dos atributos que são próprios delas. No próprio título da reportagem, a palavra corpo apareceu como uma palavra-chave, elemento de entrada para os enunciados construídos em seguida no texto.

Assim, o primado concedido à masculinidade foi defendido pelo discurso, cujos argumentos se embasaram na economia das trocas simbólicas. Portanto, de acordo com o discurso do autor, o papel da mulher, em qualquer espaço, sobretudo os reservados por tradição ao sexo oposto, é o de se comportar como objeto, instrumento, cuja função é contribuir para a perpetuação ou aumento do capital simbólico em poder dos homens.

Dessa forma, conforme Bourdieu (2002) a dominação masculina está inscrita nas disposições (*habitus*) dos protagonistas da economia das trocas simbólicas. Outrossim, no texto analisado, o autor, um profissional da mídia, exerceu um papel fundamental na reprodução do aparato simbólico arbitrário, reforçando o preconceito contra a mulher.

Em síntese, nos textos que compõem a categoria **Trabalho e Esporte**, a entrada da mulher em espaços tradicionalmente reservado aos homens foi apresentada como condicionada aos aspectos próprios da feminilidade.

Embora na atualidade, conforme explicita Bourdieu (2002), as mulheres já tenham acesso às funções públicas, estas são sempre as funções mais inferiores na hierarquia organizacional e, nas mesmas tarefas, são menos remuneradas do que os homens. Os papéis representados por elas no espaço público não são mais do que extensões de suas funções domésticas, tais como o ensino, o cuidado humano, o serviço. Para o referido autor, quando funcionárias de

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

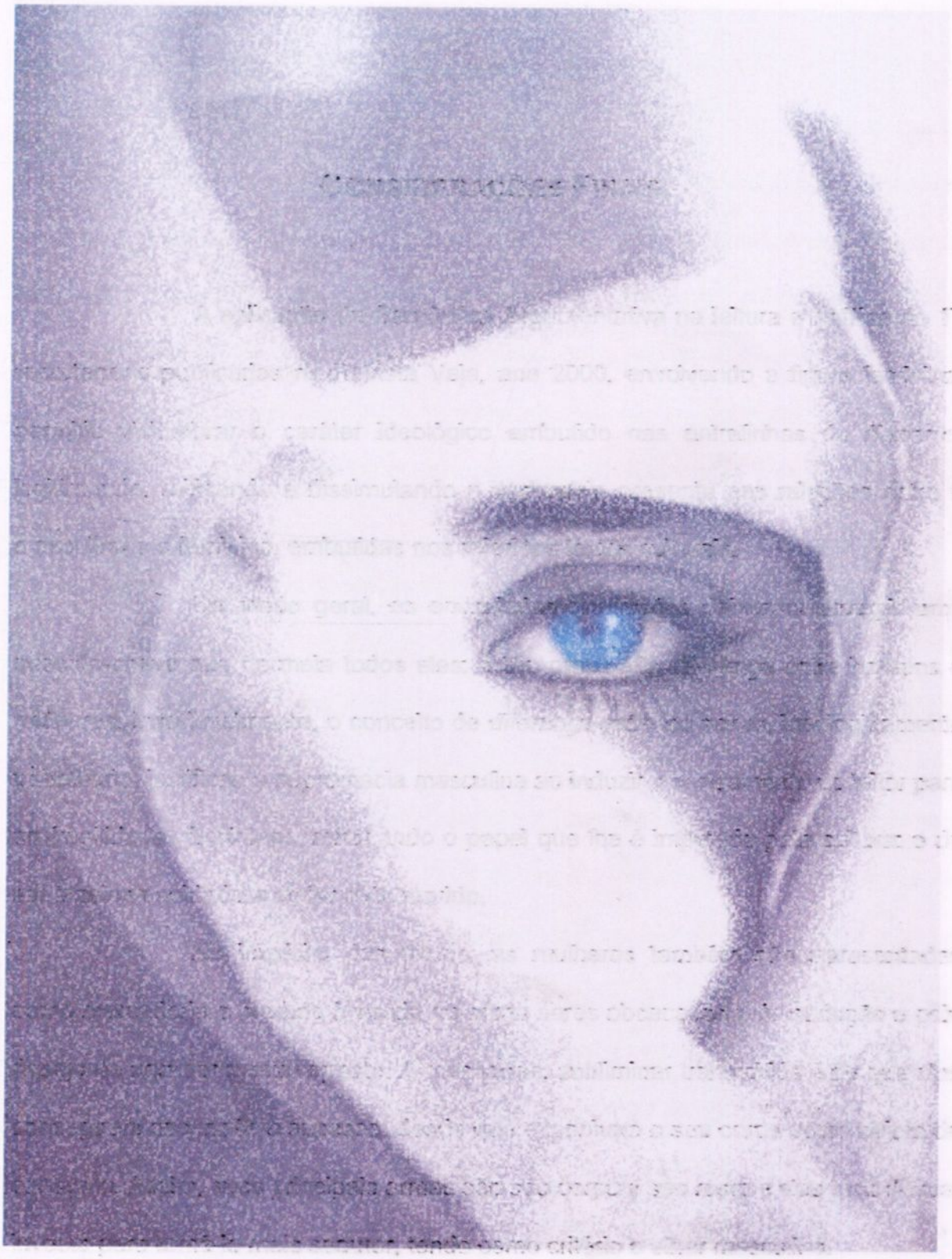
empresas, as mulheres exercem o papel de apresentadoras, recepcionistas, secretárias, o que exige um cuidado extremo com a aparência física.

De um modo geral, as mulheres aparecem como enfeites no espaço específico dos homens, como o esporte e o atletismo. No Olimpo, a sensualidade das mulheres foi o fator decisivo para o seu sucesso. Conforme os próprios dizeres do repórter Dorrit Harazim, responsável pelo texto *O corpo no Olimpo*, "a cada vez que a silhueta esguia e bronzeada de Tatiana se colocava em marcha, o estádio aplaudia a cadência das passadas e urrava. A cada vez que o telão focava seu rosto intenso, emoldurado por uma penca de cabelos loiros, a sedução era absoluta".

Assim, qual o destaque que o repórter deu em seu texto para a participação das mulheres nas Olimpíadas? Acima de tudo, a ênfase não foi para a performance da atleta, mas para o seu visual e seus atributos femininos e erotizados.

Considerações Finais

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18



Considerações Finais

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aplicação da Semântica Argumentativa na leitura e análise de 17 reportagens publicadas na Revista Veja, ano 2000, envolvendo a figura feminina, permitiu vislumbrar o caráter ideológico embutido nas entrelinhas do discurso, legitimando, reificando e dissimulando a assimetria presente nas relações entre o masculino e o feminino, embutidas nos referidos textos culturais.

De modo geral, os enunciados analisados deixaram emergir uma questão-chave que permeia todos eles: a tão propalada diferença entre homens e mulheres. Invariavelmente, o conceito de *diferença entre os sexos*, ideologicamente trabalhado, justificou a supremacia masculina ao induzir o pensamento do leitor para as *fragilidades* femininas, reforçando o papel que lhe é imputado pela cultura: o de ser a zelosa cuidadora do lar e do marido.

No implícito dos textos, as mulheres também são apresentadas como mercadoria e produto à venda ou como seres obcecados pela sedução e pelo desejo de agradar o sexo oposto. A mensagem subliminar transmitida é de que elas conseguem ascensão e sucesso, desde que exponham o seu corpo como objeto de consumo. Assim, suas principais armas são seu corpo e seu rosto e elas tudo devem investir para torná-lo mais sedutor, tendo como critério o olhar masculino.

unesp

Em suma, a mulher é objeto, seu corpo é mercadoria de valor no mercado da sedução e exibir o corpo em fotos sensuais e provocantes aparece implicitamente como um desejo de todas as mulheres. Os textos valorizam o visual feminino erotizado, que chame a atenção do olhar masculino.

Os locutores sempre deixam claro, na construção do percurso argumentativo, que as condições da vitória das mulheres, na batalha entre os sexos, na qual as mulheres são historicamente as perdedoras, devem-se à sua aparência física. O seu desempenho nas diferentes áreas ou profissões estão ligados não à sua competência no exercício das funções, mas ao seu corpo físico: belas, bronzeadas, torneadas, sedutoras e sensuais. De um modo geral, as mulheres aparecem como enfeites nos espaços específicos dos homens, como por exemplo, o esporte e o atletismo.

Resumidamente, a análise realizada evidenciou que a expressão do feminino nas práticas discursivas da Revista Veja vem carregada de forte componente ideológico que sustenta as relações assimétricas de poder entre o homem e a mulher, já instaladas na cultura.

Os diferentes textos culturais, classificados em cinco categorias, num total de 129 enunciados analisados, trazem em seu bojo um conceito de feminino que transparece de forma manifesta nos títulos das reportagens, elencados no Quadro 1 deste trabalho. Em relação à freqüência, é importante ressaltar que em média 66,7% dos textos publicados se concentraram nas categorias **Moda e Beleza** e **Sexo e Erotismo**, o que já denota um conceito de mulher ideologicamente construído.

A leitura interpretativa das formas simbólicas, conforme propõe Thompson (1995), revela realidades que se escondem além das aparências. Os

unesp

textos culturais construídos em forma de reportagens e analisados neste trabalho, carregam sentidos que mistificam a realidade, que por si mesma é altamente contraditória e multifacetada.

A análise interpretativa, de acordo com Thompson (1995), revela a existência, nas formas simbólicas, de componentes ideológicos posicionados a favor de um dado segmento social que implica, neste trabalho, no segmento ligado ao discurso masculino, que imprime uma visão falocêntrica da relação entre homens e mulheres.

No entanto, interpretar representa um risco, pois há muitos olhares diferentes que podem ser lançados sobre o objeto.

A pesquisadora, ao construir o Capítulo 7 deste trabalho, arriscou uma síntese criativa dos significados embutidos nos textos analisados de Veja. Aquele que ao ler essa interpretação e não concordar com ela, tem o direito de reinterpretá-la, justificando a sua explicação.

Em resumo, no conjunto de enunciados que compõem as categorias em geral e as unidades de significado, a mulher apareceu como uma somatória das seguintes idéias-chave: mulher, é o seu corpo, seu rosto, sua aparência física, investidos de sensualidade e erotismo, que a transformam em fetiche.

Nesse contexto, tudo apareceu como válido para a mulher conseguir o ideal do corpo perfeito, padronizado culturalmente. A medicina estética e as cirurgias plásticas foram apontadas nos textos como tábuas de salvação para as menos dotadas ou mais maduras. Assim, a mulher despontou como um ser obcecado pela sua aparência, no afã de agradar ao olhar masculino.

Na análise dos enunciados o cuidado com o corpo ressurgiu, mais uma vez, como significado embutido nos discursos. No trabalho, o cuidado com a

unesp

aparência foi considerado pré-requisito fundamental e um elemento altamente significativo aos currículos femininos. No esporte, os textos enfatizaram a abertura para as mulheres num espaço especificamente masculino, porém, nesse reduto, elas continuaram a chamar a atenção mais por sua aparência e sensualidade do que pelo seu desempenho nas categorias que competem.

O conceito de mulher cuidadora, responsável pelo bem-estar da família, dos filhos e pelo equilíbrio das relações afetivas do casal, fiel companheira do homem, amiga e confidente está presente como pano de fundo em grande parte das reportagens. Logo, foram reforçados os estereótipos de papéis impostos culturalmente.

E o desequilíbrio, a desordem, as disfunções, os conflitos que envenenam a vida a dois? Em nível de implicitações discursivas, a mulher apareceu como culpada, pois não desempenhou seu papel a contento, podendo, muitas vezes, pagar por isso com sua própria vida, diante do "poder de vida e morte" de seu parceiro.

Em suma, todos os enunciados analisados trouxeram de forma embutida a ideologia do poder do patriarcado, que tem oprimido as mulheres de diferentes formas, ao longo dos séculos.

A expressão do feminino embutida nas formas simbólicas construídas pela revista **Veja** retratou uma cosmovisão que caracteriza as mulheres como coisas ou propriedade que pode ser dominada, invadida e explorada. Dessa forma, nos textos culturais analisados, as mulheres foram tratadas como objetos e, como tais, ideologicamente manipuladas, segundo o gosto e a preferência do olhar masculino.

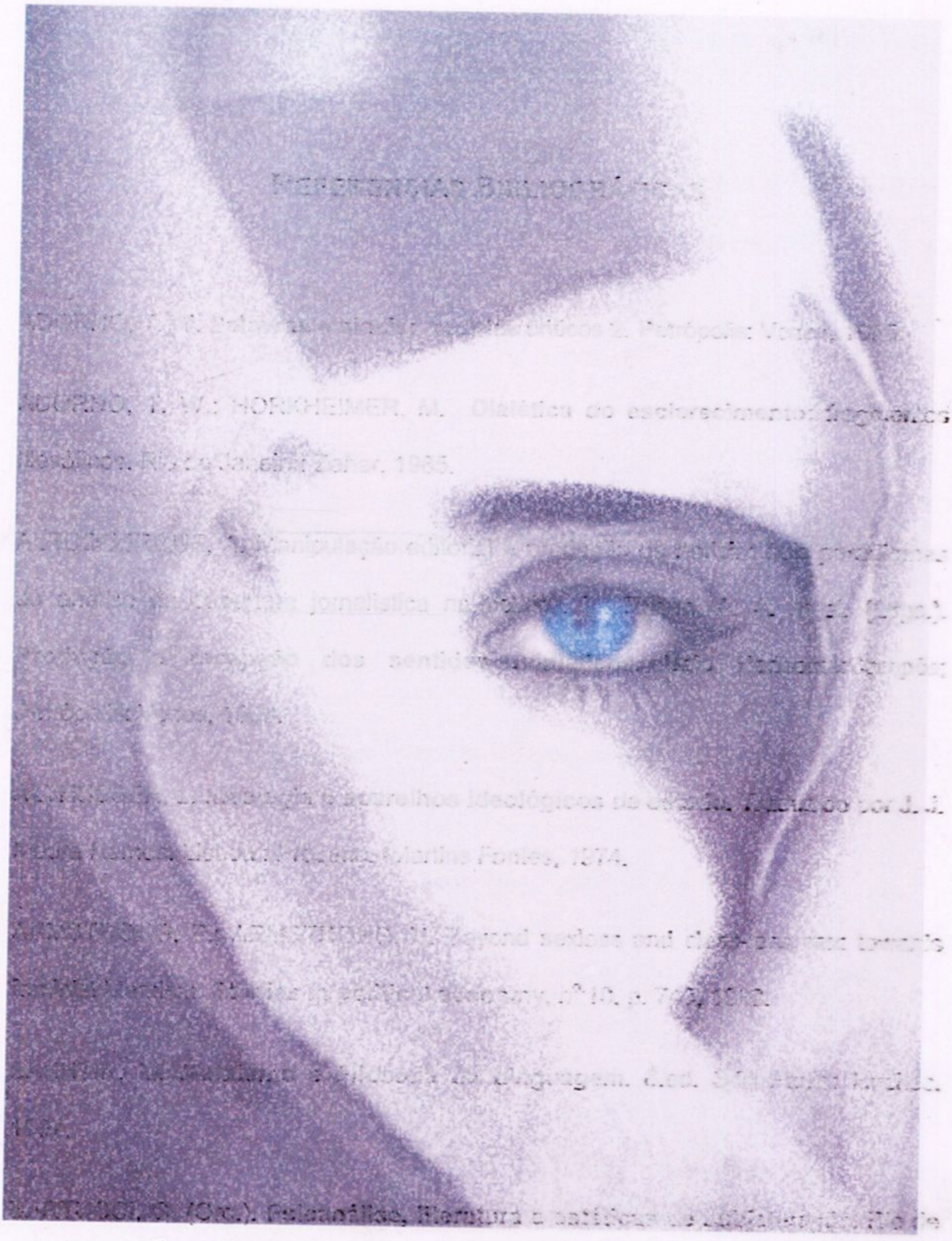


Ao finalizar este trabalho, reafirma-se o seu foco de análise, centrado na mensagem comunicativa, entendendo-a com Thompson, como uma construção simbólica complexa. A pesquisadora é consciente de que todo esse aparato ideológico, sedimentado na cultura e impregnado na mensagem da mídia impressa, não explica por si só o fenômeno da reprodução ideológica da assimetria entre os gêneros.

Fiel aos pressupostos da Hermenêutica de Profundidade, a autora deste trabalho entende que o receptor é criativo ao relacionar-se com as formas simbólicas, o que envolve um estudo sobre as maneiras pelas quais essas formas são recebidas e incorporadas no cotidianos das pessoas inseridas em contextos sócio-históricos específicos.

Dessa forma, uma afirmação mais elaborada sobre a questão irá depender de estudos mais aprofundados da recepção, que escapam aos limites desta pesquisa. No entanto, a pesquisadora está convencida de que investigar as relações de dominação – vivenciadas por homens e mulheres na sociedade e reproduzidas pelos veículos de comunicação na construção de formas simbólicas – é uma maneira de lançar novas luzes sobre o fenômeno, contribuindo assim para uma compreensão mais apurada das relações assimétricas de poder. Tal processo, provavelmente, remeterá à possibilidade de repensar e construir uma cidadania mais efetiva para ambos, com conseqüentes implicações éticas nas ações e relações humanas.

unesp



Referências Bibliográficas

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W. **Palavras e sinais:** modelos críticos 2. Petrópolis: Vozes, 1995.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALBUQUERQUE, A. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística na política. In: Rubim, A. A. et al. (Orgs.). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos.** Belo Horizonte:Compôs; Petrópolis: Vozes, 1998.

ALTHUSSER, L. **Ideologia e aparelhos ideológicos de estado**. Traduzido por J. J. Moura Ramos. Lisboa : Presença-Martins Fontes, 1974.

ARMSTRONG, P.; ARMSTRONG, H. Beyond sexless and class-less sex: towards feminist Marxism**. Studies in political economy**, nº 10, p. 743, 1983.

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 8.ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

BARTUCCI, G. (Org.). **Psicanálise, literatura e estéticas de subjetivação.** Rio de Janeiro: Imago, 2001.

BELTRÃO, L.; QUIRINO, W. O. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa.** 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.

BENVENISTE, E. **Problemas de linguagem geral.** São Paulo: Nacional/Edusp, 1966.

BOCK, A. M. B.; GONÇALVES, M. G. M.; FURTADO, O. (Org.) **Psicologia sócio-histórica:** uma perspectiva crítica em Psicologia. São Paulo: Cortez, 2001.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina.** 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2002.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1974.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico.** 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, P.; PASSERON, J. E. **A reprodução:** elementos do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. 5. ed. Campinas: Unicamp, 1996.

CAMACHO, M. Desinibidas virtuais. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1680, n. 51, p. 156-159, 20 dez. 2000.

CARDOSO, M. Elas venceram. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1646, n. 16, p. 72-78, 19 abr. 2000.

CARMO, S. I. S. **A construção da História:** o discurso político da campanha eleitoral de 89. 1996. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo.

CUNHA, R. V. As gaúchas são demais. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1641, n. 12, p. 98-100, 22 mar. 2000.

DI FLORA, M. C.; DIAS, A. C. S.; STELTENPOOL, R. D. A violência doméstica: quando a mulher é a vítima. **Mimesis**, v.22, n. 2, p. 25-42, 2001.

DIMBLEBY, R.; GRAEME, B. **Mais do que palavras:** uma introdução à teoria da comunicação. São Paulo: Summus, 1990.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo.** 5. ed. São Paulo: Ática, 2002.

FEMINISTA de olho roxo. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1646, n. 17, p.144-145, 26 abr. 2000.

FREITAS, A. F. **Análise do discurso jornalístico:** um estudo de caso. 1999. Monografia (Especialização em Língua Portuguesa) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Alagoas, Maceió. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/-textophp3?html2=freitas-antonio-discursojornalistico.html Acesso em: 23 mar 2003.

FREUD, S. O futuro de uma ilusão. *In*: FREUD, S. **Pequena Coleção das obras de Freud**. Tradução de José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro: Imago, 1974. p. 13-74

FREUD, S. Sexualidade feminina. *In*: FREUD, S. **Pequena Coleção das obras de Freud**. Tradução de José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro: Imago, 1974. p. 75-94.

unesp

FREUD, S. Três ensaios sobre a teoria da sexualidade e outros trabalhos. *In:* FREUD, S. **Obras Psicológicas completas de Sigmund Freud**: edição standart brasileira. Tradução de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 119-162. (v. 7).

FREUD, S. Um caso de histeria. *In:* FREUD, S. **Obras Psicológicas completas de Sigmund Freud**: edição standart brasileira. Tradução de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 15-118. (v. 7).

FROMM, E. **Arte de amar.** Belo Horizonte: Itatiaia, 1976.

FROMM, E. **O coração do homem**: seu gênio para o bem e para o mal. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981

GARCIA, G. Perfil Veja [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fcaversan@usc.br> em 22 abr. 2002

GEERTZ, C. **The interpretation of culture**. New York: Basic Books, 1973.

GUARESCHI, P. *et al*. **Os construtores da informação, meios de comunicação de massa, ideologia e ética.** Petrópolis: Vozes, 2000.

HALIMI, S. **Os novos cães de guarda.** Petrópolis: Vozes, 1998.

HARAZIM, D. O corpo no Olimpo. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1669, n. 40, p. 166-169, 4 out. 2000.

HERNANDES, N. **A revista VEJA e o discurso do emprego na globalização – uma análise semiótica**. 2001. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Faculdade de Jornalismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

JAMENSON, F. O Pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, E. A. **O Mal-estar no pós-modernismo.** Teorias e práticas. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

KOCH, I. V. **A inter-ação pela linguagem.** São Paulo: Contexto, 1992.

KURZ, R. **O colapso da modernização.** Da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

LORES, R. J. Las tiazonas. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1637, n. 8, p. 60-61, 23 fev. 2000.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso.** Campinas: Pontes, 1989.

MARCONDES FILHO, C. **Quem manipula quem?** Petrópolis: Vozes, 1986

MARCUSE, H. **Eros e civilização.** Uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. 8. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

MARX, K. ENGELS, F. El carácter fetichista de la mercancia y su secreto. In: MARX, K. **El Capital.** v. 1, México: Siglo XXI, 1978.

MARX, K.; ENGELS, F. **Études Philosophiques.** Paris: Ed. Sociales, 1951.

MICELI, S. Prefácio. In: BOURDIEU, P. **A reprodução:** elementos do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

MILMAN, L. A metodologia do jornalismo: breve excurso sobre a natureza de um conflito. In: LEVACOV, M. *et al.* **Tendências na comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1998

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

MOHERDAUI , B. Operação secreta. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1658, n. 29, p. 90-91, 19 jul. 2000.

MOHERDAUI, B. Assim é demais. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1638, n. 9, p. 82-83, 1 mar. 2000.

O PADRÃO nórdico. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1652, n. 23, p. 96-97, 7 jun. 2000.

ORJAMA, T.; BYDLWSKI, L. Até que o casamento os separe. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1641, n. 12, p. 120-125, 22 mar. 2000.

PAILLET, M. **Jornalismo, o quarto poder.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

PAULA C. Poder de vida e morte. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed.1664, n. 35, p.112-114, 30 ago. 2000.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Unicamp,1988.

POLES, C. Sem elas, eles adoecem e vivem menos. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1664, n. 35, p. 128-129, 30 ago. 2000.

POLES, C.; GAIBEWITCH, M.; BOCCIA, S. Na idade da beleza. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1639, n. 10, p. 80-87, 8 mar. 2000.

POSSENTI, S. **Apresentação da análise do discurso.** São José do Rio Preto, SP: Glotta, 1990.

SÁBADO popozudo. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1663, n. 34, p. 150, 23 ago. 2000.

unesp

SAFFIOTI, H.I.B. Rearticulando gênero e classe social. In: COSTA, A. O.; BRUSCHINI, C. (Orgs.). **Uma questão de gênero.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992.

SCHOTZ, B. *et al*. O valor é o homem: teses sobre a socialização. **Novos Estudos CEBRAP,** São Paulo, n. 45, p. 15-36, jul. 1996.

SHELP, D. Fábrica de misses. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1679, n. 50, p.160-161, 13 dez. 2000.

SLATER, P. **Origem e significado da Escola de Frankfurt.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

STAFFORD-CLARK, D. **O que Freud realmente disse.** Porto Alegre: Globo, 1972.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna.** Petrópolis: Vozes, 1995.

THOMPSON, J. B. **Mídia e modernidade.** Uma teoria social da mídia. 4. ed. Petrópolis: Voz, 1998.

VALLADARES, R. Nem a Funai daria jeito. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1636, n. 7, p. 142-143, 16 fev. 2000.

VALLADARES, R. Musas.com.br. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 33, ed. 1163, n. 34, 14 jun. 2000.

VILAS BOAS, S. **O estilo magazine.** O texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

ZAMORA, J. A. Teoria crítica da cultura. **Cadernos do IFAN,** Bragança Paulista/SP: EDUSF, 1992.

Bibliografia Consultada

Bibliografia Consultada

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ARAÚJO, C. A. A. A trajetória e os paradigmas da Teoria da Comunicação. In: **O modelo comunicativo da Teoria do Jornalismo.** 1996. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

BARROS, D. L. P. **Teoria do discurso.** Fundamentos semióticos. São Paulo: Atual: 1988.

BARROS, D. L. P.; FIORIN, J. L. (Orgs.) **Dialogismo, polifonia, intertextualidade em torno de Bakhtin.** São Paulo: Edusp, 1994.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido se desmancha no ar.** São Paulo: Cia das Letras, 1987.

BERNARD, J. **Perversões da utopia moderna.** Bauru: Edusc, 2000.

BERTRAND, C. J. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.

BOUGNOUX, D. **Introdução às Ciências da Comunicação.** Bauru: EDUSC, 1999.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão:** a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro:Zahar, 1997.

BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Unicamp, 1997.

BRAUDEL, F. **Escritos sobre a história.** São Paulo: Perspectiva, 1978.

BRETON, P. **A argumentação na comunicação.** Bauru: Edusc, 1999.

CEBRIAN, J. L. **A rede.** São Paulo: Summus, 1999.

COSTA, A. O.; BRUSCHINI, C. (Orgs.). **Uma questão de gênero.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992.

DE FLEUR, M. L.; ROKEACH,S.B.. **Teorias da comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DINIZ, S. G. **A violência de gênero como questão de saúde.** Disponível em: http://alternex.com.br/~saudebrasil/mulher/viogem.htm. Acesso em 31 de março de 1999.

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista.** São Paulo: Pioneira/Piblifolha, 1999.

FALCON, F. J. G. **Iluminismo.** São Paulo: Ática, 1986.

FREUD, S. Conferências introdutórias sobre a psicanálise. **Teoria geral das neuroses II.** Rio de Janeiro: Imago, 1976.

FROMM, E. **O Dogma de Cristo.** 3. ed. Rio de Janeiro:Zahar, 1967.

FROMM, E. **Meu encontro com Marx e Freud.** 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FROMM, E. **Análise do homem.** 13. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1983.

GARCIA, C. C. Ovelhas na névoa. Fragmentos de um estudo sobre as mulheres e a loucura. **Revista da Área de Ciências Humanas**. São Caetano do Sul, v.1, n.1, p.5-9, 1996.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade.** São Paulo: Unesp, 1991.

GONÇALVES, E. Pensando o gênero como categoria de análise. **Estudo de gênero**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 41-59, 1996.

HAGUETTE, T. M. **Metodologias qualitativas em Sociologia.** Petrópolis: Vozes, 1992.

IANNI, O. **A era do globalismo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KERCKHOVE, D. de. **A pele da cultura:** uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

LESBAUPIN, I.; ABREU,A. (Orgs.). **Análise de conjuntura sócio-econômica-política brasileira.** São Paulo: Centro João XXIII;IBRADES, 1997.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Termos-chave da análise do discurso.** Belo Horizonte: UFMG, 2000.

MALDONADO, M. T. **Construindo a paz – caminhos da prevenção da violência doméstica.** Disponível em: http//rebidia.org.br/gdc/gdc-mald.html. Acesso em: 13 de março de 1999.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia.** Jornalismo como produção social da segunda natureza. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

MATOS, M. I. S. de. **Por uma história de mulher.** Bauru: Edusc, 2000.

MATTELART, A. **A globalização da Comunicação.** Bauru, SP: EDUSC, 2000.

NASCIMENTO, E. M. F. S.; GREGOLIM, M. R. V. **Problemas atuais da análise do discurso.** Publicação do Curso de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa. Ano VIII, n. 1. Araraquara: Unesp, 1994. (SeriEncontro.)

OLIVEIRA, M. A. de. **Neoliberalismo e pensamento cristão.** Petrópolis: Vozes, 1994.

ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura.** 4. ed. São Paulo: Cortez, 1999.

ORLANDI, E. **Análise de discurso:** princípio & procedimentos. Campinas: Pontes, 2000.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso:** introdução à análise do discurso. São Paulo: Macker Editores, 1999.

REBELO, J. **O discurso do jornal.** Lisboa: Editorial Notícias, 2000.

RIBEIRO, J. C. **Sempre alerta.** Condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RONDELLI, E. Imagens da violência – Prática discursivas. **Tempo Social.** São Paulo, v. 10, n. 2, out. 1998.

ROSSI, C. **O que é jornalismo.** 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

SAFFIOTI, H.I.B. Prefácio da edição brasileira. In: _____ LANGLEY, R., LEVY, R. C. **Mulheres espancadas**. Fenômeno invisível. São Paulo: Hucitec, 1980.

SAFFIOTI, H.I.B. **O poder do macho.** São Paulo: Moderna, 1987.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias.** São Paulo: Experimento, 1986.

SANTOS, B de S. **Pela mão de Alice:** o social e o político na pós-modernidade. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1997.

SINGER, P. **Globalização e desemprego:** diagnóstico e alternativas. São Paulo: Contexto, 1998.

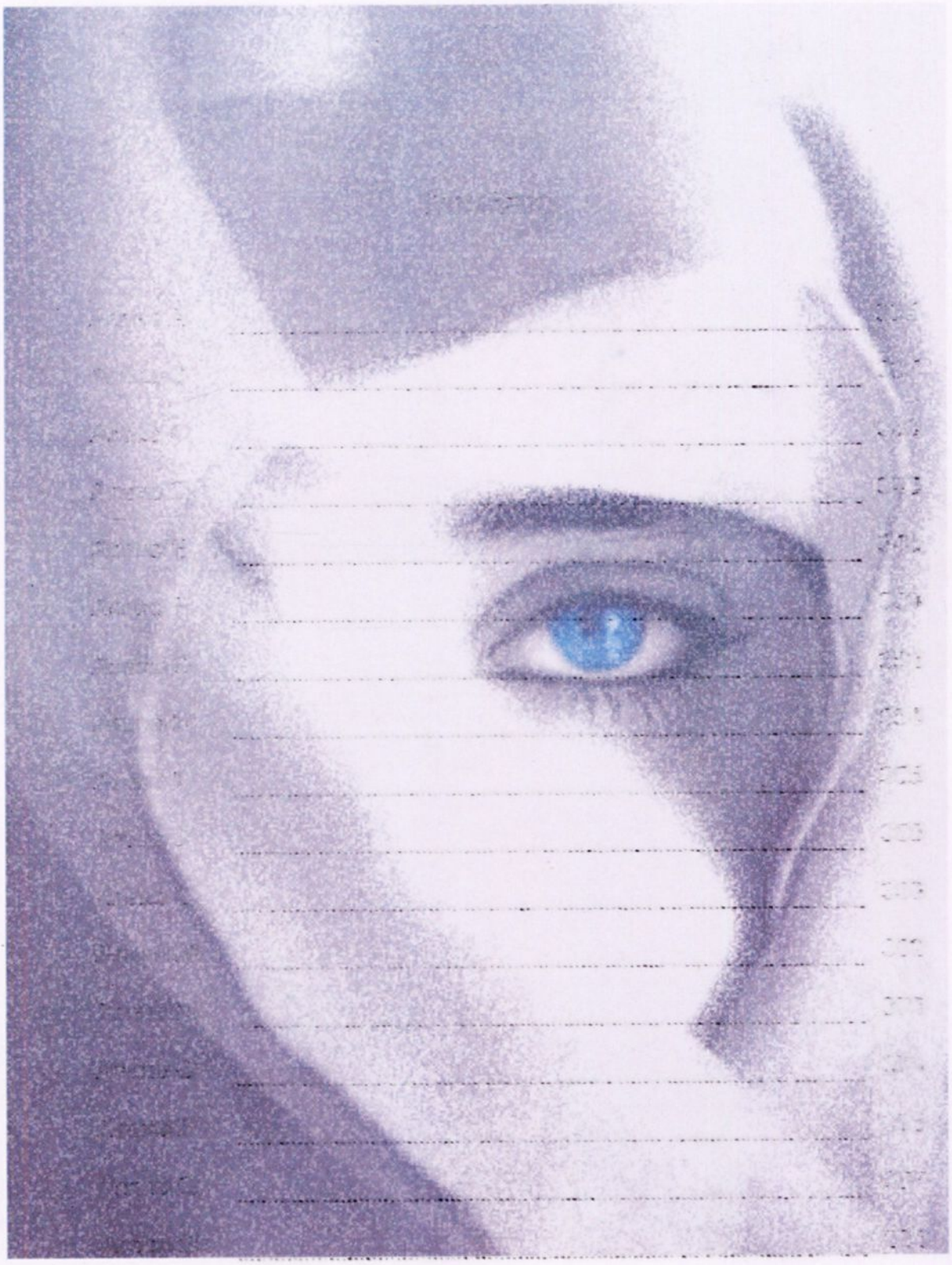
SPINK, M. J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentido no cotidiano.** Aproximações teóricas e metodológicas. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

STREY, M. N. Gênero. In: JACQUES, M. G. C. *et al.* **Psicologia social contemporânea.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOURAINE, A. **Crítica da modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1994.

WARNIER, J. P. **A mundialização da cultura.** Bauru: EDUSC, 2000.

ZUIN, A. A. S.; PUCCI, B.; OLIVEIRA, N. R. **Adorno.** O poder educativo do pensamento crítico. Petrópolis: Vozes, 2000.



Anexos

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

SUMÁRIO

Anexo A 335

Anexo B 337

Anexo C 343

Anexo D 346

Anexo E 348

Anexo F 350

Anexo G 352

Anexo H 354

Anexo I 355

Anexo J 359

Anexo L 360

Anexo M 362

Anexo N 370

Anexo O 373

Anexo P 375

Anexo Q 377

Anexo R 384

ANEXO A

FEMINISTA DE OLHO ROXO

Betty Friedan, ícone do movimento de libertação das mulheres, conta que apanhava do marido



AP

Friedan, em 1966: no começo, uma dona-de-casa insatisfeita

Falar em feminismo é falar na americana Betty Friedan, a papisa das mulheres liberadas, sócia-fundadora e guia — meio tresloucada, mas guia assim mesmo — do movimento de libertação feminina, o Women's Lib. Em 1963, Betty, na época uma pacata dona-de-casa e redatora bissexta de revistas femininas, publicou *A Mística Feminina,* livro em que expunha a insatisfação de milhões de mulheres com o papel que a vida doméstica lhes reservava. A obra, mais sua disposição para brigar por suas idéias, ajudou a detonar uma seqüência de marchas, protestos e debates inflamados que fizeram os Estados Unidos e a Europa Ocidental ferver entre o fim da década de 60 e o começo da de 70. Pois essa mesma porta-estandarte dos direitos das mulheres acaba de admitir em um recém-concluído livro de memórias que em casa, longe do circuito de festas, passeatas e programas de TV, apanhava quase todo dia do marido, Carl. "Quando o livro fez sucesso, fiquei à mercê do ciúme dos amigos, dos vizinhos e de meu próprio marido", revela ela, num trecho de *Life So Far: a Memoir,* publicado na revista *George*. Carl, publicitário bem de vida, sentiu o baque ao ser colocado na condição de "o marido de Betty". "Aí, não sei bem como, ele começou a me bater."

Mesmo famosa e atolada em compromissos do movimento feminista, Betty, mãe de três filhos, conta que nessa fase ainda se esmerava em pôr o jantar na mesa e em pendurar as camisas do marido no armário. "Gostava de ser casada", diz ela. "E aceitei a agressão porque não tive coragem de romper o casamento." Outros dois motivos a fizeram dobrar-se à rotina de olhos roxos e marcas pelo corpo. O primeiro era de ordem comercial: "Meus amigos, minha editora, minha agente, todos ficavam me dizendo: 'É tão importante para o livro que você seja uma boa esposa e mãe'". O segundo pode ser creditado na conta da psicologia. Betty e Carl mantinham uma relação neurótica: "Acho que eu também provocava as surras. O olho roxo dava a nós dois um sentimento de culpa". Só em 1969 ela pediu o divórcio, por não conseguir mais "conciliar ser surrada por meu marido e, ao mesmo tempo, con-

Sobre Carl, o ciumento:



"Durante aqueles memoráveis anos 60, fui espancada pelo meu marido. Finalmente, em 1969, criei coragem e pedi o divórcio"

Sobre Gloria, a rival:



CAMERA PRESS

"Sua beleza e glamour foram fundamentais para rebater a imagem do movimento como um ninho de feias e lésbicas"

unesp



Passeata em Los Angeles (1975): o protesto feminino ganha as ruas

vocar as mulheres a reagir contra os opressores". Avaliação tipicamente friedaniana daquele período: "Eu agia como se fosse Joana d'Arc, mas na verdade envergonhava o movimento sendo uma banana em casa". O divórcio foi assinado no México, o mais discretamente possível — para "proteger o movimento", claro.

Manobra das "irmãs" — Ao longo do trecho publicado, Friedan toca em vários assuntos que marcaram sua trajetória de militante feminista de primeira hora. Nega, por exemplo, que as freqüentes trocas de farpa com outra estrela do Women's Lib, Gloria Steinem, tivessem a ver com o fato de que Gloria era bonita e ela, feia. "Não ser bonita sempre foi uma praga da minha existência", admite. "Mas sempre vi um ponto positivo na aparência de Gloria: sua beleza e glamour foram fundamentais para rebater a imagem do movimento como um ninho de feias e lésbicas." Por que então elas brigavam? Por razões ideológicas, ora. "Nunca concordei com a *Ms.*, a revista 'feminista' criada por Gloria em 1971, cujas primeiras edições traziam palavras de ordem contra os homens. Uma delas, por exemplo, era que as mulheres não deviam fazer nada para parecer atraentes. Gloria, no entanto, namorava homens glamourosos e fazia mechas no cabelo. Ela sentava no secador com uma *Vogue* na frente do rosto para não ser reconhecida", entrega Betty. E aproveita para, assim como quem não quer nada, soltar seu veneninho: "Eu, por outro lado, nunca fui adepta do radical chique".

Depois do divórcio, Betty trocou os laçarotes, babados e laquê da dona-de-casa de subúrbio americano por sandálias, saiões, bijuterias e motivos indianos que entraram na moda graças aos hippies. Assim vestida e ultra-inspirada, participou de uma memorável entrevista aos machões explícitos do jornal *O Pasquim,* quando visitou o Brasil, em 1971. A entrevista, recheada de palavrões, teve a certa altura uma mesa chutada (por ela). Até hoje, aos 79 anos, Betty dá palestras e escreve sobre feminismo, sua atividade de há quatro décadas. No trecho publicado na *George,* ela diz que saiu da NOW (a muito influente National Organization of Women, que ajudou a fundar), em 1972, por causa de uma manobra suja das outras mandachuvas da organização, conhecidas como "irmãs". Foi nesse momento que deixou de ter aspirações políticas. Ao fazer um balanço de sua vida, Betty acha que ficou mais bonita com o passar dos anos. "Agora, na velhice, não sou tão feia quanto pensava que era na juventude." ■

Sobre a feiúra:



"Não ser bonita sempre foi uma praga da minha existência. Mas agora, na velhice, não sou mais tão horrorosa"

ANEXO B



ATÉ QUE O
OS SEPAR

Thaís Oyama e Lizia Bydlowski

Homem é homem, mulher é mulher. Feitos para se casar — e para se separar. Desde que o mundo é mundo que a humanidade pratica o casa-separa. Desde que o divórcio foi legalizado no Brasil, em 1977, e desde que o casamento ganhou cara nova e mais exigente, nas últimas décadas, brasileiros e brasileiras convivem cada vez menos com quem acham que não vale a pena. Atualmente, uma em cada quatro uniões se desfaz no país, onde o casamento para a vida toda é artigo cada vez mais raro. Levantamento que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, acaba de consolidar indica que a freqüência de uniões rompidas cresce a cada ano: em 1996, ano avaliado na última pesquisa, a quantidade de separações judiciais e divórcios foi 12% maior que em 1991.



CASAMENTO

Confrontados com velhas diferenças e novas queixas, casais se entendem cada vez menos e separam-se cada vez mais. A iniciativa, na maior parte das vezes, é da mulher

Razões para o salto não faltam. Ao contrário, os pedidos de separação cresceram, principalmente porque aumentou o número de motivos pelos quais as pessoas decidem romper. Ao analisar uma série de estudos realizados nos Estados Unidos entre os anos 50 e os 90, a dupla de pesquisadoras americanas Florence Kaslow e Lita Schwartz concluiu que, antes da década de 70, as alegações para o divórcio eram coisas bem concretas: infidelidade, dificuldades financeiras, problemas com a família do cônjuge, violência doméstica, negligência do lar — enfim, argumentos "de homem". A partir da década de 80, as queixas passaram a incluir quesitos menos palpáveis, daqueles típicos "de mulher". Atualmente, "falta de entrosamento" e "falta de comunicação com o parceiro" são respostas obrigatórias nas pesquisas. Como era de prever, as duas reclamações, que concorrem de perto com a imbatível infidelidade, partem, principalmente, das mulheres. Nos Estados Unidos, quase 60% das iniciativas de rompimento são delas; no Brasil, segundo o IBGE, em mais de 70% dos processos de separação não consensuais, justamente os mais dolorosos, a responsabilidade é feminina.



FOTOS ALFREDO FRANCO



*Dos casais separados, **12%** permanecem bons amigos; **24%** tornam-se inimigos*

Seres diferentes — Estariam as mulheres, como sempre, complicando as coisas? Para a terapeuta de casais Terezinha Féres Carneiro, professora titular do departamento de psicologia da Pontifícia Universidade Católica, a PUC, do Rio de Janeiro, a dificuldade das mulheres de se comunicar com seu parceiro e de se fazer entender por ele ocorre porque, quando o assunto é casamento (como em muitos outros, aliás), homens e mulheres não falam a mesma língua. A observação da psicóloga Terezinha ampara-se em números bem precisos. Num trabalho orientado por ela e executado pela psicóloga Andréa Seixas Magalhães, perguntou-se a vinte casais da classe média carioca "o que é casamento". A resposta de 95% das entrevistadas foi: uma relação de amor. A de 100% dos homens foi: constituição de família.

São visões diferentes, e frustrações idem. "As mulheres encaram a separação como uma conseqüência do fim do amor. Já para grande parte dos homens, o fato de a relação não ser um mar de rosas não justifica um rompimento. Bem ou mal, eles têm uma família", avalia Terezinha. A questão que ela levanta, e que acaba sendo a mola mestra da imensa maioria das separações, é velha como a humanidade e, no entanto, atualíssima: a constatação de que o sexo oposto é exatamente isso — oposto. Homens e mulheres pensam diferente, reagem diferente, têm diferentes expectativas, e, sem uma boa dose de compreensão e boa vontade mútuas, não há união que resista ao embate de *la difference*, por mais que a ela se dêem vivas.

Quais são, afinal, essas diferenças? O clássico *Homens São de Marte, Mulheres São de Vênus*, manual de auto-ajuda escrito por um homem, John Gray, e dirigido principalmente às mu-



LEO CALDAS/LUMIAR

Ana Célia: união de onze anos e suspiros de tristeza no jantar

lheres (que supostamente têm nos genes o gosto por livros de auto-ajuda), faz uma listinha básica. Primeiro, homens são concretos, oferecem soluções e não ligam para sentimentos; mulheres são abstratas, oferecem conselhos e orientações que eles não querem ouvir. Homens, quando têm problemas, afastam-se e ficam matutando sozinhos; mulheres querem sempre conversar sobre o que incomoda, a elas e a eles também. Homens precisam sentir-se necessários; mulheres necessitam ser, no termo usado no livro, "acalentadas". Homens e mulheres usam as mesmas palavras, mas com significados diferentes: eles levam tudo ao pé da letra; elas são dadas a superlativos e generalizações empregados apenas para reforçar seu ponto de vista. No quesito intimidade, homens de vez em quando precisam afastar-se; mulheres exigem contato constante, às vezes menos, às vezes mais, mas sempre exigem. Homens precisam de amor "confiante, que aceite e aprecie"; mulheres, de amor "que seja carinhoso, que entenda e respeite". Por fim, reza o manual, mulheres têm dificuldade em pedir ajuda; homens, em dá-la.

Por mais rasa e simplista que seja, a lista bate em teclas conhecidíssimas. "A mulher é intuitiva, criativa, enquanto o homem é objetivo. Trata-se de uma diferença genética, darwiniana", resume o psicanalista carioca Luiz Alberto Py. A constatação é hoje amplamente aceita, inclusive por feministas renitentes, forçadas pelos fatos a abdicar da premissa politicamente correta, mas falsa, de que meninos e meninas nascem iguaizinhos e viram o que viram por causa da forma como são educados. A educação conta, é claro, e muito. Mas as causas fundamentais da diferença estão, no caso, mais em cima. Homens, constatam os cientistas, usam mais o lado esquerdo do cérebro — o prático, racional. Mulheres, embora também freqüentem esse hemisfério, usam e abusam do outro, o direito — o da emoção, da intuição. Homem é mais veloz e mais forte, mulher é mais flexível. "Eles contam com um anabolizante natural, a testosterona, que lhes dá maior massa muscular, e também têm mais glóbulos vermelhos e maior capacidade de transportar oxigênio pelo sangue, o que significa maior resistência", explica o fisiologista Turibio Leite de Barros Neto. "Já elas se saem melhor em modalidades como dança e ginástica olímpica, que exigem movimentos flexíveis." E, surpresa, ter mais gordura, neste caso, conta ponto. "Em atividades de duração muito longa, como travessias a nado, elas têm vantagem", diz Barros.

União com qualidade — Tem mais. Mulheres, admita-se de uma vez por todas, falam mais mesmo: 25 000 palavras por dia, contra 15 000 dos homens, segundo pesquisa feita na Inglaterra. E, por ser como são, propensas a pôr dúvidas e emoções em palavras, vira e mexe usam sua capacidade de falar para "discutir a relação" — três palavrinhas que fazem os homens tremer nas bases, em geral por não terem a menor idéia do que vem a ser isso, ou do bem que isso possa produzir. Eles, por sua vez, são portas na hora de ouvir — em geral, basta um olhar mais atento das ligadíssimas esposas para perceber que o marido, no segundo mi-



FOTOS ALFREDO FRANCO

Sinais de alerta

Estudo da socióloga americana Diane Vaughan identifica as sete fases que precedem a separação

FASE 1 O segredo

A idéia da separação começa a tomar forma. O cônjuge insatisfeito dá pistas do seu descontentamento, sugerindo que o outro mude o comportamento, retome os estudos, emagreça

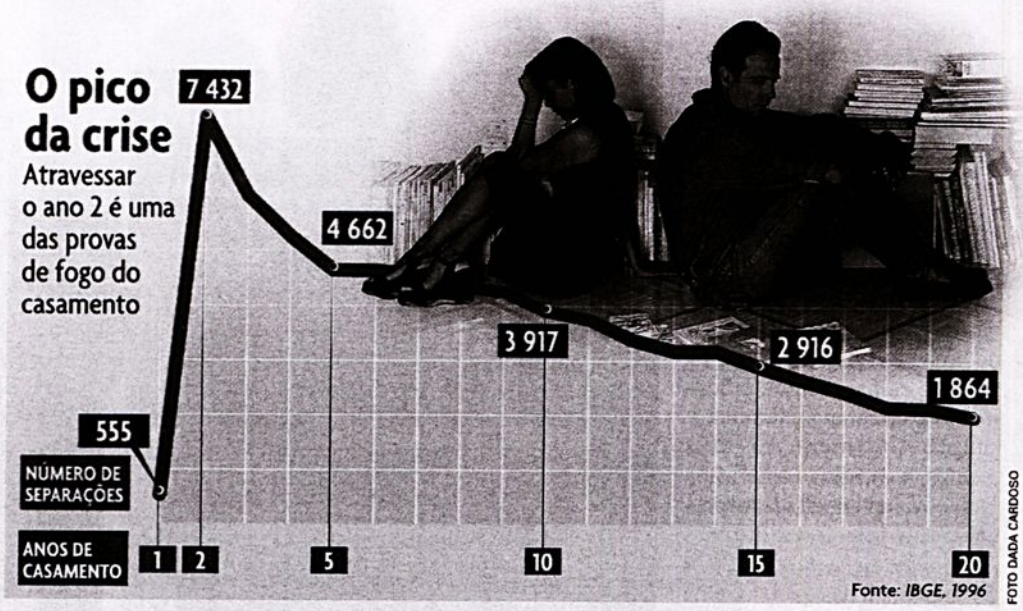
FASE 2 As queixas

O insatisfeito passa a se queixar, em casa e em público, e a comentar com todo mundo hábitos do outro que o irritam

FASE 3 A transição

O cônjuge descontente passa a evitar o outro e a negligenciar até os filhos. Começa a observar o mundo dos não-casados e faz novos amigos. Compromissos familiares viram um tormento

nuto daquela conversa séria, está longe, longe. "As mulheres têm grande necessidade de se comunicar. Elas parecem estar mais dispostas internamente a enfrentar os problemas e suas conseqüências. Já os homens se dispõem menos a entrar em contato com os mesmos problemas", confirma a psicóloga Terezinha Féres Carneiro. Juntem-se as diferenças de fabricação, digamos, com as que eles e elas vão acumulando à medida que crescem, e está feita a bolha que faz desandar a maioria dos casamentos — agora, mais do que nunca.



Foi-se o tempo das certezas absolutas, em se tratando da união de homens e mulheres. "Os ritos do casamento são instituídos para assegurar a repartição das mulheres entre os homens, para disciplinar em torno delas a competição feminina, para socializar a procriação. Designando quem são os pais, acrescenta-se outra filiação à materna, a única evidente. O casamento funda relações de parentesco, funda toda a sociedade", escreveu a antropóloga Margaret Mead em 1948. Assim foi por muito tempo, e, nesse contexto, os homens dominavam e as mulheres se acomodavam. Às poucas que se atreviam a subverter essa regra restavam o estigma da "desquitada" e os olhares pouco simpáticos da vizinhança. Felizmente, evoluíram os vizinhos e evoluíram também as mulheres, hoje responsáveis por 41% da força de trabalho no Brasil. Para a família, o aumento da participação feminina no mercado trouxe pelo menos duas mudanças: o homem perdeu o status de único provedor; a mulher, a resignação. À medida que ela se tornou financeiramente mais independente, ficou também menos disposta a suportar uniões infelizes. E agora parece buscar, sobretudo, qualidade na vida a dois.

A pernambucana Ana Célia Gouveia, 42 anos, conta que durante os onze anos de casamento com o técnico em informática Luiz Henrique Lins, 41, foi-se sentindo cada vez mais insatisfeita. O marido não a deixava exercer a profissão (é formada em psicologia) mas, ao mesmo tempo, não valorizava seu trabalho como dona-de-casa. Os dois conversavam pouco e faziam sexo menos ainda. "Quando jantávamos a sós, só ouvia meus suspiros de tristeza", diz. Para Ana Célia, aquilo era o inferno. Para Lins, uma situação chata, porém normal. Quando os filhos cresceram, ela pediu a separação. "Ele não acreditou. Nem tinha percebido que o casamento acabara havia tempo. Por ele, ficaríamos naquela situação até o fim da vida", acredita.



72% *dos processos de separação litigiosa são iniciativa da mulher*

Autópsia da intimidade — Ana Célia levou dez anos para tomar a decisão, mas as estatísticas indicam que grande parte dos casamentos sucumbe bem antes disso. Os números do IBGE revelam que o pico das separações se dá no segundo ano de união. Para a doutora em psicologia Maria Luiza Munhóz, da Associação Paulista de Terapia Familiar, um cálculo simples explica o fenômeno: o primeiro ano é o tempo médio que um casal leva para se adaptar às regras do casamento e o segundo é o tempo que,

FASE 4 A incerteza
Assustado, o insatisfeito alterna sentimentos de infelicidade e culpa e seu humor oscila. O outro já percebeu a crise, mas quer acreditar que é passageira e finge ignorar a situação

FASE 5 O confronto
O descontente explode, geralmente na volta de uma viagem ou depois de alguma experiência agradável sem o cônjuge. Sente que não pertence mais "àquele mundo" e pede a separação

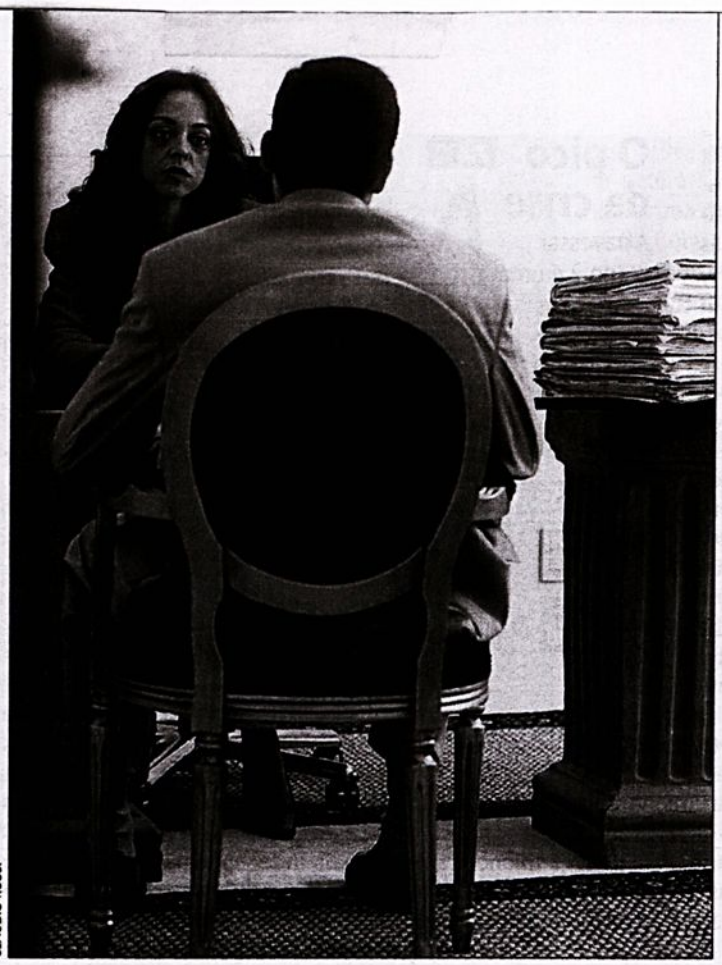
FASE 6 A reconsideração
O casal troca acusações e revira o passado. O que vai ser abandonado pede uma nova chance e dá início a tentativas de reconciliação, que vão de mudança de hábitos e aparência a chantagem emocional

FASE 7 A separação
As tentativas surtem efeito contrário: irritam mais o insatisfeito. Quem tentou a reconciliação fica confuso e em desvantagem. Quem quer romper, convencido de que ao menos tentou, sai de casa ou pede que o outro saia

Fonte: *Compilado do livro* A Separação

em geral, os cônjuges precisam para amadurecer a idéia de se separar, na eventualidade de ficar evidente que a primeira etapa fracassou.

Mas como identificar o ponto do não-retorno? É difícil, sobretudo porque as duas partes envolvidas, imersas cada uma em seu jeito de ver as coisas e culpar a outra, dificilmente conseguem examinar a situação com frieza. Aos mais atentos, a socióloga americana Diane Vaughan divide o processo em sete fases distintas *(veja quadro na pág. 122)*: a do segredo, a das queixas, a da transição, a da incerteza, a do confronto, a da reconsideração e, por último, a da separação. De tanto os casais se separarem, e se separarem mal, terapeutas e advogados, a audiência mais constante das brigas e bate-bocas, compilaram uma espécie de manual *(veja quadro na pág. ao lado)* para uma separação menos sofrida, ainda que somente do ponto de vista prático. A primeira regra, básica e essencial, é: conversem o menos possível. No ponto em que a separação é inevitável, "discutir a relação", ou mesmo discutir os termos da separação, é briga, xingamento e bateção de porta na certa. Assim sendo, sejam práticos. Contratem dois advogados, um para cada um. "Além de eliminar suspeitas de favorecimento de uma das partes, diminui a necessidade de os cônjuges se encontrarem", ensina a advogada Renata Di Pierro, com mais de 300 processos de separação no currículo, que assina um dos capítulos do livro *Casamento, Separação e Viuvez — Seus Direitos, Seus Deveres*.



CLAUDIO ROSSI

Antonio e a advogada Renata: processo de separação incluiu até ameaça de morte

Também ajuda a figura do mediador. Diferentemente do terapeuta de família que tenta salvar casamentos, mediadores de conflitos familiares (em geral, psicólogos) empenham-se em conseguir que as pessoas se separem bem. Ou, pelo menos, o mais civilizadamente possível. Na opinião do desembargador Antonio Cezar Peluso, do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, a grande vantagem da mediação é evitar que as brigas deságüem numa separação litigiosa — "de longe, a mais traumática para todos os envolvidos". A separação litigiosa só pode ser aceita se um dos parceiros provar que o outro cometeu infrações graves, como adultério, agressão física, atividade criminosa e práticas do gênero. Ou seja, a parte que dá início à ação tem de comprovar que o ex é dado a atitudes infames. Este, por sua vez, tem a vida devassada e seu pior retrato exposto em audiências dolorosas. Ao receber o pedido de separação da mulher, Antonio (o nome é fictício), 31 anos, soube que ela o traíra o tempo todo. Furioso, fez de tudo para dificultar o divórcio. "Foram dois anos de puro horror. Armamos escândalos públicos, destruímos os carros um do outro, trocamos ameaças de morte e, quatro vezes, fomos parar na polícia. Emagreci 10 quilos e entrei em depressão", diz o empresário. Seu sofrimento só não foi maior que o da filha do casal, hoje com 5 anos, que passou a dar sinais evidentes de insegurança. "Ela chorava o tempo todo e começou a se isolar dos amiguinhos na escola", lembra Antonio, que por fim abriu mão das exigências e aceitou um acordo com a ex. "Foi difícil engolir a vontade de me vingar, mas achei que já tínhamos ido longe demais."

Gratificação pessoal — Soa familiar? E é mesmo. Brigar é a sina de homens e mulheres, bichos diferentes, quando perdem a vontade de encontrar a fór-

FOTOS MAURICIO NAHAS

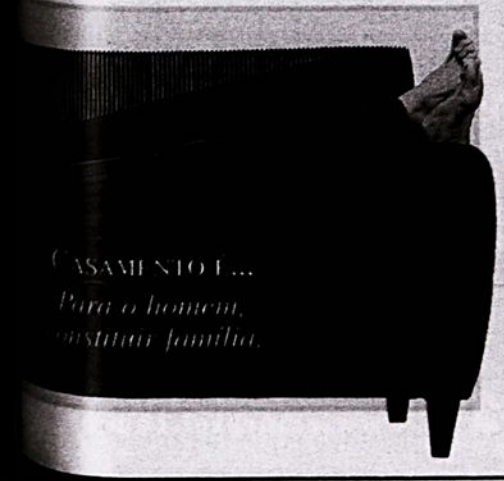




O maior número de separações acontece no **SEGUNDO ANO** *de casamento*

mula da vida em comum. Ele e ela, separados, podem até ser civilizados, mas amigos, só rarissimamente. Depois de entrevistar 98 casais separados, a psicóloga Constance Ahrons, dos Estados Unidos, traçou o panorama de como os ex se relacionam. Segundo o estudo, 24% dos casais tornam-se inimigos mortais; 26% mantêm as conversas obrigatórias, mas vivem às turras; 38% se tratam cordialmente; só 12% continuam amigos de verdade. Nada no aumento das separações e nos problemas que elas acarretam, porém, indica que eles e elas não querem mais viver juntos. Querem, sim, e continuam se casando sem parar: concretos com abstratas, falantes com calados, prepotentes com castradoras, um sempre busca o outro e, quando acha que encontrou, propõe montar casa e morar junto. "O casamento deixou de ser uma função social para se tornar uma fonte de gratificação pessoal", diz Terezinha Féres Carneiro. "Ou seja, casamento hoje em dia é tão importante que ninguém quer ter um ruim." E assim, de busca em busca, homens e mulheres continuam se encontrando. Porque, convenhamos: diferenças à parte, namorar é preciso. ■

Com reportagem de **Dina Duarte,** ***do Recife,*** **Bel Moherdaui** ***e*** **Rachel Campello,** ***de São Paulo***



Manual do divórcio

Numa separação, conflitos são quase sempre inevitáveis. Para amenizá-los, é aconselhável

TER DOIS ADVOGADOS

O casal não tem de conversar sobre o assunto e um não fica achando que o outro está sendo favorecido

TENTAR UM MEDIADOR

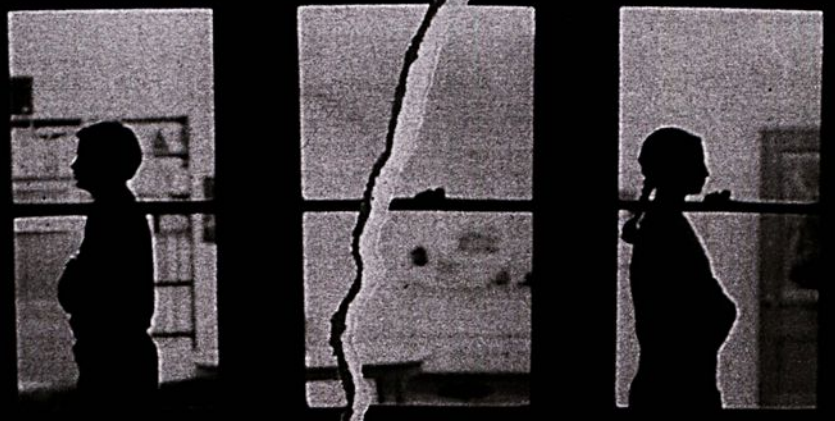
Sua função é facilitar o diálogo e ajudar o casal a chegar a um acordo sobre os termos da separação

FUGIR DO PROCESSO LITIGIOSO

Quando uma parte tem de provar que a outra errou, a exposição da intimidade é devastadora para todos

DEIXAR A COBRANÇA PARA TERCEIROS

Se o ex-cônjuge não cumpre horários de visita ou não paga pensão, um advogado pode cuidar do assunto



Fonte: Renata Di Pierro, advogada e autora do capítulo Separação Amigável, do livro Casamento, Separação e Viuvez, organizado por Carla Leonel

ANEXO C

Poder de vida e morte

Diretor de *O Estado de S. Paulo* contrata a namorada e a promove. Ela lhe dá o fora e é assassinada a tiros

Caco de Paula

O assassinato da jornalista Sandra Gomide, 32 anos, pelo diretor de redação de *O Estado de S. Paulo,* Antonio Marcos Pimenta Neves, 63 anos, apresentou tantos elementos surpreendentes que acabou se transformando num crime de repercussão nacional. Em primeiro lugar, é inquietador ver o ocupante de um dos cargos mais influentes da imprensa brasileira estampado nas páginas policiais. Também ajudou a dar ao crime os contornos de uma tragédia humana de grandes proporções a constatação de que um homem com a solidez profissional de Pimenta Neves pode dormir respeitável e acordar um assassino. O protagonista do crime é um homem obcecado e mentalmente perturbado. Essa faceta capaz de matar foi brotando de dentro de uma personalidade respeitável, disciplinada e poderosa. Toda sua força interior, de repente, foi direcionada para eliminar Sandra, sua ex-namorada e ex-subordinada. Ele a contratara, promovera e demitira depois que ela tomou a iniciativa de romper o romance, recusando todos os apelos para reatar.

O crime ocorreu na tarde de domingo, num haras em Ibiúna, a 62 quilômetros de São Paulo, onde Pimenta e Sandra costumavam cavalgar nos finais de semana. A relação entre os dois andava estremecida. Depois de um dos muitos rompimentos em seu conturbado namoro, Pimenta comentava abertamente com amigos que Sandra o traíra. Ele resolveu mandá-la embora do jornal, onde ela ocupou um dos cargos mais importantes, o de editora de economia. Logo após esse desfecho, reuniu os principais editores para dizer que o motivo da demissão não era o relacionamento pessoal, mas a incompetência da jornalista. Conhecido como um homem metódico, reprimido e controlador, Pimenta não deixaria que a história entre ele e Sandra se esgotasse na demissão da namorada. Continuou a procurá-la. Ameaçou-a por e-mails, avisando que sabia da existência de um suposto amante. Na noite do último dia 5, invadiu o apartamento dela, esbofeteou-a e exigiu de volta alguns presentes que lhe dera. Já havia alugado um apartamento defronte ao de Sandra para vigiá-la. Ela era seguida por motoristas que ele contratava.

Pimenta agia como um pêndulo. No trabalho, apresentava oscilações súbitas de humor, mas, dono de um estilo imperial, consolidado por uma carreira longa e sólida, dirigia o jornal com correção. Só muito recentemente seus patrões e os



A. BAPTISTA/DYGNA IMAGEM

UM CASO DE AMOR

O jornalista Pimenta Neves: paixão, ciúme doentio e dois tiros na ex-namorada 31 anos mais nova que ele



CHRISTINA RUFATTO

Sandra, 32 anos: dois disparos pelas costas, no ombro e no ouvido

pele de jornalista e homicida, quem deu a notícia de seu crime para os dois grandes jornais de São Paulo. Eram pouco mais de 15 horas quando ligou para a redação do *Estadão* e disse a um editor que havia atirado em Sandra. Diante da perplexidade do interlocutor, continuou:

— Verdade, ela estava falando mal do jornal.

Logo depois, telefonou para o diretor de redação da *Folha de S. Paulo,* Otávio Frias Filho. Pimenta, cuja carreira incluiu a direção da *Gazeta Mercantil* e muitos anos como assessor do Banco Mundial, em Washington, onde era habitualmente procurado por autoridades econômicas brasileiras, tinha ocupado cargos de chefia no grupo Folha nos anos 60. "O telefonema durou pouco mais de dois minutos e foi um desabafo pessoal", diz Frias. "Ele se limitou a pedir desculpas à *Folha* e ao meu pai, pelo fato de que o comportamento dele talvez pudesse repercutir na imagem do jornal onde ele já trabalhou."

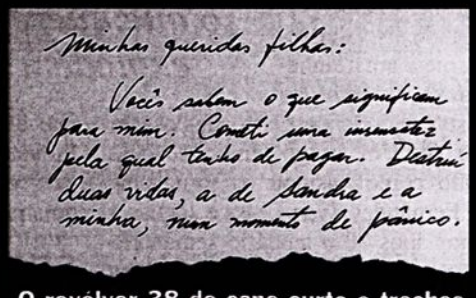
O publicitário Ênio Mainardi, velho amigo de Pimenta Neves e um dos poucos que não se afastaram dele na semana passada, cedeu um apartamento de sua propriedade para que o jornalista ficasse escondido até terça-feira. Nesse dia, ao voltar para casa, Mainardi encontrou-o caído. Havia tomado trinta comprimidos de calmante. Deixara um bilhete de suicida, endereçado às filhas

amigos mais chegados começaram a desconfiar de que o jornalista estava, psicologicamente, num beco sem saída. Nas últimas semanas, fez de Sandra sua obsessão absoluta. Chorava ao falar dela ao telefone. Não parava de criticá-la. O fim do namoro passou a ser seu único assunto. Ligava para colegas em posição de chefia na imprensa alertando-os para não contratar Sandra. Entretanto, não conseguia ficar muito tempo sem vê-la. Cortejava sua família. Na véspera do assassinato almoçou na casa da família de Sandra e a tratou de forma cordial. No domingo, tomou café da manhã com o pai dela. Por volta das 14h30 encontrou-a no haras. Segundo Pimenta Neves declarou em seu depoimento à polícia, quinta-feira passada, ele a pegou pelo braço e pediu que entrasse em seu carro. O advogado Antônio Cláudio Mariz de Oliveira, que defende Pimenta, afirma que o cliente queria saber o motivo da falta de interesse de Sandra pelo estado de saúde de uma das filhas do jornalista, operada recentemente de um câncer. Ainda de acordo com Mariz, ela teria dito que isso não lhe interessava. Pimenta Neves deu dois tiros, pelas costas, acertando um no ombro direito e outro no ouvido esquerdo da jornalista. Não há testemunhas do diálogo nem da cena final. Tudo que os funcionários do haras ouviram foram as súplicas dela ("Não, Pimenta, não! Socorro!") e os disparos. Quando chegaram, ela estava morta. Pimenta fugira.

Foi ele mesmo, simultaneamente na

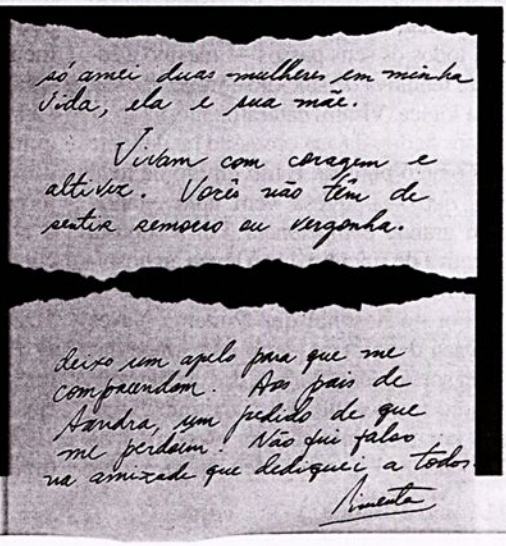
UE ACABOU EM MORTE VIOLENTA





Minhas queridas filhas:

Vocês sabem o que significam para mim. Cometi uma insensatez pela qual tenho de pagar. Destruí duas vidas, a de Sandra e a minha, num momento de pânico.



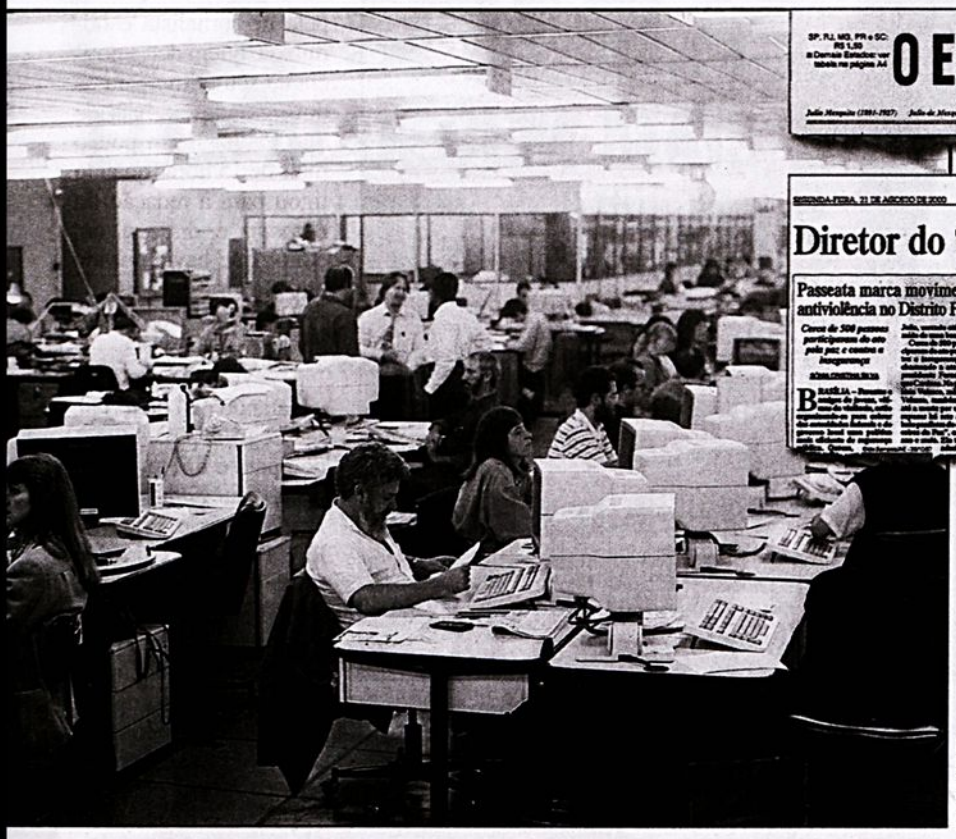
só amei duas mulheres em minha vida, ela e sua mãe.

Vivam com coragem e altivez. Vocês não têm de sentir remorso ou vergonha.

Deixo um apelo para que me compreendam. Aos pais de Sandra, um pedido de que me perdoem. Não sei falar na amizade que dediquei a todos.

Pimenta

O revólver 38 de cano curto e trechos do bilhete explicando o suicídio que não houve: marcas da tragédia



MARCOS ROSA



O ESTADO DE S. PAULO

SEGUNDA-FEIRA

CIDADES

VIOLÊNCIA

Diretor do 'Estado' é suspeito de assassinato

Passeata marca movimento antiviolência no Distrito Federal

Sandra iniciou a carreira em 1989

Pimenta Neves dirigiu vários jornais

Redação de *O Estado de S. Paulo*: "Já não tenho as especificações técnicas para exercer a função"

gêmeas. Mainardi levou-o ao Hospital Albert Einstein, de onde na sexta-feira Pimenta Neves foi transferido com escolta policial para uma clínica psiquiátrica. Por decisão de um desembargador, Pimenta pode ficar mais dez dias na clínica antes de se apresentar à polícia. O advogado contratado pela família de Sandra sustenta que não houve uma real tentativa de suicídio, e sim uma armação para evitar que o jornalista, com a prisão preventiva decretada, se apresentasse diretamente à polícia.

Antes de puxar o gatilho do revólver 38 que matou Sandra Gomide, Pimenta dera repetidos sinais de desequilíbrio emocional. Uma vez consumada a tragédia, todos os seus passos — mesmo a suposta tentativa de suicídio — obedecem a uma lógica. Visam, naturalmente, a tornar menos hedionda sua obsessão fatal diante da opinião pública. É um direito de todo réu, que sua defesa vem aproveitando com grande competência. Foi a suposta tentativa de suicídio que o levou ao hospital e, mais tarde, à clínica psiquiátrica.

Foi no hospital que Pimenta Neves deu seu depoimento à polícia, longe das delegacias e dos flashes dos fotógrafos. Alguns trechos, no entanto, foram gravados por uma minicâmara escondida da TV Globo. Ele respondeu às perguntas com seu estilo autoritário de pessoa habituada a mandar e ser obedecida. "Não é incomum pessoas assim explodirem quando não conseguem o que querem", diz o psiquiatra forense Guido Palomba. Quem conhece Pimenta há décadas lembra que ele sempre foi um soberbo. No jornal, não prestava muita atenção no que lhe diziam. Alguns editores preferiam tratar com ele pelo telefone para se assegurarem de que estavam sendo ouvidos. Às vezes, nos finais de semana, aparecia para trabalhar com roupa de montaria, botas e chapéu. Solitário, eventualmente dormia em um sofá na sua sala, de gravata e tudo. No dia seguinte, meio amarfanhado, circulava entre os jornalistas para deixar claro que passara a noite ali. Um amigo lembra-se dele contando como ensinou os jornalistas Millôr Fernandes, Ivan Lessa e Jaguar a fazer nos anos 70 o lendário semanário *O Pasquim* — ou de como, com seus conselhos, salvara seus patrões empresários de levar os negócios à falência.

> ***"Pessoas acostumadas a mandar, quando não conseguem o que querem, explodem"***

Esse era o seu estado normal. Nos últimos meses, quando ainda namorava Sandra, mostrava-se mais irritadiço e mal-humorado. Além da doença da filha, contava que sentia freqüentes dores de cabeça e tinha dificuldade para ler desde que sofrera um ferimento no nervo do olho direito durante uma cavalgada. Submeteu-se a 62 sessões de tratamento a laser, mas continuou com um grave problema de pressão alta no globo ocular. Um dos amigos de Pimenta lembra que, em 1980, o filósofo francês Louis Althusser matou a mulher seis meses depois de realizar uma cirurgia que o deixou em estado de prostração mental, incapacitado de ler. Althusser oscilava momentos de agitação e grande produtividade com fases de depressão profunda. Como Althusser, Pimenta vinha apresentando um comportamento ciclotímico. Quando alguém ia despachar com ele, só falava de Sandra. Não aceitava a separação. No final de julho, pediu demissão ao diretor responsável do *Estadão*, Ruy Mesquita. Afirmou que não tinha mais "as especificações técnicas para o exercício da função". Mesquita não aceitou o pedido e sugeriu que ele fizesse um tratamento médico. Pimenta Neves acatou a sugestão e foi a dez sessões no consultório de um psiquiatra. Elas não evitaram a tragédia. ■

***Com reportagem de* Lúcia Monteiro**

Acompanhe em VEJA on-line *as notícias atualizadas sobre o caso do jornalista. O endereço é* **www.veja.com.br**

unesp

ANEXO D

SEM ELAS, ELES ADOECEM MAIS E VIVEM MENOS



A constatação agora é científica: por trás de um homem saudável, há sempre uma mulher zelosa. Os solitários tendem a descuidar da própria saúde

Cristina Poles

Você não agüenta mais o zelo excessivo de sua dileta companheira? É adepto do provérbio do rei Salomão, segundo o qual essas pequenas cobranças são tão enervantes quanto goteira em dias de chuva? Levante as mãos para os céus e agradeça. O homem que tem uma mulher para chamar de sua é mais saudável que o solteiro, divorciado ou viúvo. A probabilidade de ele cair em depressão, abusar do álcool e das drogas, sofrer um acidente de carro ou cometer suicídio é menor. Entre os solitários, dobram os riscos de morte por infarto e hipertensão. Quadruplicam os óbitos por câncer de garganta e aumentam em sete vezes os casos fatais de pneumonia. Pode parecer conversa de solteirona desesperada para chegar ao altar. Não é. Estudos sérios têm demonstrado que o casamento (feliz, óbvio) faz um bem danado à saúde. E que os benefícios da vida a dois costumam ser maiores para eles do que para elas. A proteção vem sob a forma do lembrete da consulta médica, da importância de uma dieta equilibrada, do cuidado ao volante... Essa apoquentação é um santo remédio. Outro efeito maior da companhia feminina é baixar a ansiedade no parceiro, deixá-lo mais relaxado, contente e, portanto, saudável.

Há duas semanas, o professor americano Ross Stolzenberg, da Universidade de Chicago, levou ao encontro anual da Associação Americana de Sociologia o resultado da última pesquisa sobre o assunto. Depois de acompanhar 1 500 casais, durante três anos, Stolzenberg constatou: os riscos de um homem adoecer são quase 30% maiores se a mulher dele trabalha mais de quarenta horas por semana. A razão é simples: com um batente mais duro, fica difícil para ela controlar o estilo de vida do maridão. E, conseqüentemente, este passa a abusar das coisas erradas, tais como comidas gordurosas, bebida, cigarro e até.... Melhor deixar para lá. No entanto, não faz a menor diferença para uma mulher se sua cara-metade se esfalfa além da conta. Ao menos no que se refere à saúde. "Nessa área, eles realmente são mais dependentes que elas", sentencia Stolzenberg. Quando se trata de um solteiro, então, o quadro é pior. O médico David Larson, presidente do Instituto Nacional de Pesquisa em Cuidados de Saúde, dos Estados Unidos, chega ao ponto de comparar: um solitário não-fumante

"Por causa de minha mulher, eu me tornei muito mais saudável. Parei de fumar e de comer carne, aderi à ioga, reservo tempo para lazer e não acordo mais de ressaca."

Sérgio Palmiro Serra, designer gráfico, 38 anos, com a mulher, Cristiane



unesp



FOTOS RICARDO BENICHIO

corre os mesmos riscos de um casado fumante habituado a consumir um maço de cigarros por dia.

Sem a eterna vigilância feminina (para a qual o casamento pode ser um preço caro demais, emendaria um engraçadinho), os marmanjos perdem mesmo o instinto de sobrevivência. Passam a levar um cotidiano tão desregulado quanto relógio comprado em camelô. Aos 37 anos, o compositor paulista Edson Zampronha admite que só atinge seu peso ideal quando namora firme. "Ao compartilhar o dia-a-dia com uma namorada, minha vida fica mais regrada", reconhece. Sozinho, Zampronha não tem horário para dormir nem para comer. Nessas fases (ele passa por uma dessas agora), a geladeira é um deserto. Há momentos em que não tem nada além de água e pão preto. Alguma leitora se habilita a endireitar o sujeito?

> "Como moro sozinho, a minha vida acaba sendo desregrada: trabalho até de madrugada, durmo só umas cinco horas por noite e é comum almoçar apenas um sanduíche. Só quando estou com namorada séria atinjo o peso ideal. Se ela me manda comer, obedeço."
>
> **Edson Zampronha, compositor, 37 anos**

Não se trata, é claro, de defender o retorno das mulheres à mera condição de esposas amantíssimas de seus machos provedores. A revolução feminina iniciada na década de 60 não tem mais volta. Os dados dessas pesquisas, no fundo, só comprovam quanto as mulheres são decisivas para a manutenção da ordem e do equilíbrio dentro das mais diversas sociedades. E quase sempre tendo de enfrentar a dupla jornada. Sim, porque é um equívoco pensar que só começaram a trabalhar fora nas últimas décadas. O que aconteceu foi que elas romperam as fronteiras que as separavam das profissões bem remuneradas e socialmente valorizadas. Estudos mostram que, já na Pré-História, as mulheres eram muito mais que meras coadjuvantes. Além de cuidar da prole e da fabricação de artefatos, também saíam para caçar e ajudavam a defender o território de seu clã.

Por natureza, a mulher é mais gregária. É ela quem organiza os contatos intrafamiliares e com os amigos — atividades que, descontados os encontros com a sogra, reduzem o stress de seus companheiros. Sozinho, o homem tende a se fechar e a se afastar dos círculos sociais tidos como saudáveis. Como já definiu o sociólogo americano David Popenoe, "a vida familiar é uma coerção civilizadora considerável para os homens". O designer gráfico paulista Sérgio Palmiro Serra assina embaixo. Aos 38 anos, dez meses atrás ele se casou com Cristiane, atriz de teatro. Antes do casório, Serrano fumava dois maços de cigarro por dia, cultivava hábitos sedentários, só fazia refeições à base de comida congelada, bebia diariamente e trabalhava madrugada adentro. Hoje, é um novo homem. "Graças à minha mulher, larguei o cigarro, bebo raramente, só trabalho durante o dia, faço ioga e tirei de minha dieta todo tipo de carne", conta. Nessa toada, quando chegar aos 48 anos, as chances de Serra viver até os 65 serão de quase 90%. Se continuasse solteiro, a probabilidade de isso acontecer baixaria para 60%. As estatísticas são da demógrafa americana Linda Waite, da Universidade de Chicago. Então, meu amigo, fica combinado o seguinte: o casamento acabou? Viva o casamento! ■

Solidão que dói

Homens solteiros, divorciados ou viúvos tendem a sofrer mais problemas de saúde que os casados

Entre os homens sozinhos os riscos de morte por...		AUMENTAM	
	hipertensão		2 vezes
	problemas cardíacos		2 vezes
	câncer na garganta		4 vezes
	pneumonia		7 vezes

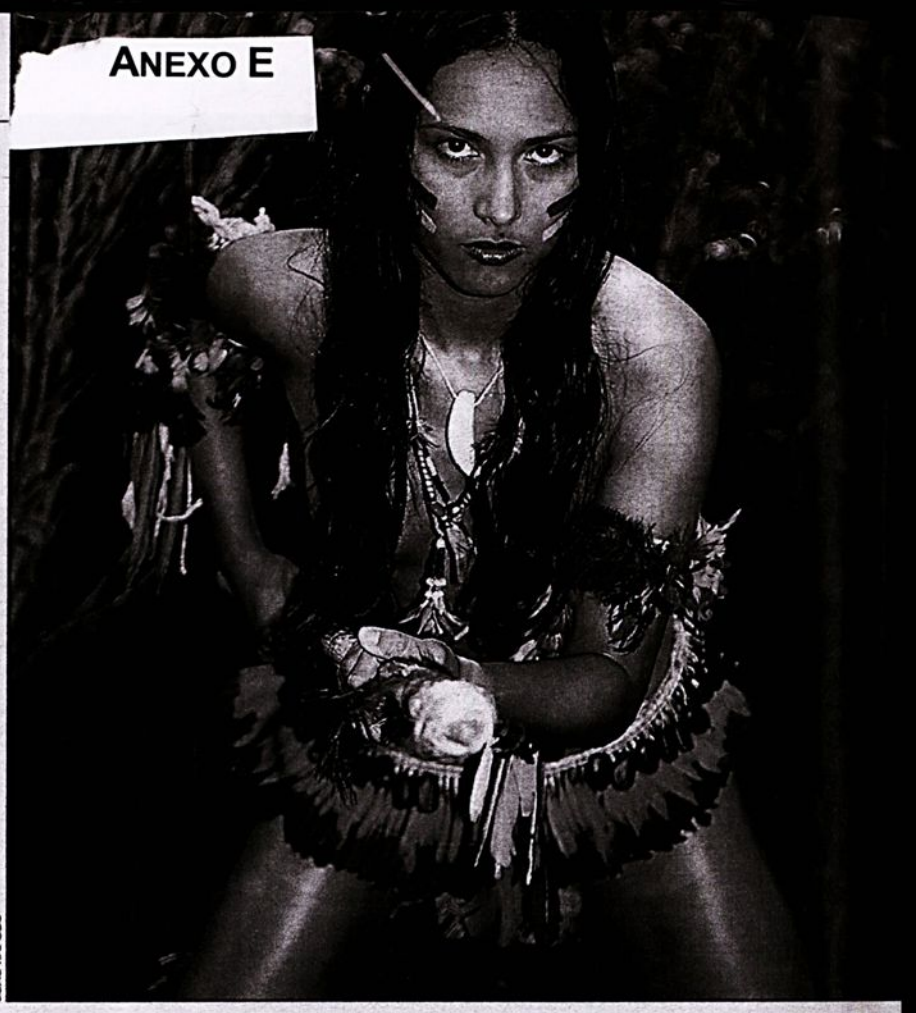
Fontes: *Universidade de Chicago e Instituto Nacional de Pesquisa em Cuidados de Saúde, dos Estados Unidos*

ANEXO E

Televisão

NEM A FUNAI DARIA JEITO

Shirley Rocha, a Aigo do *O+*, é demitida da Bandeirantes



JOÃO RAPOSO

Ricardo Valladares

A escultural morena Shirley Cristina Rocha tinha tudo para ser a sucessora de Feiticeira e Tiazinha. No papel da índia Aigo, atração do programa *O+*, que substituiu o de Luciano Huck, a silvícola de butique elevava a audiência de 3 para 7 pontos. Registre-se que, no auge, Suzana Alves, a Tiazinha, chegava no máximo aos 6 pontos, e que Joana Prado, a Feiticeira, só consegue aumentar o ibope do *O+* até 5. Aigo devia parte de seu sucesso a um par de belíssimos atributos: era a única que fazia topless no ar. Na exuberância de seus 23 anos, a moça apresentava-se vestida somente de tanga e penas. O sonho acabou na terça-feira passada. Shirley, que ganhava 2 500 reais por mês da Rede Bandeirantes, foi demitida. O motivo: as brigas entre o apresentador Otaviano Costa e o empresário e namorado de Aigo, Heveniuton Amaral, de 42 anos, que queria interferir no programa. Não foram poucas as vezes em que os dois bateram boca, em altos brados, nos corredores da emissora. Heveniuton chegou a registrar um boletim de ocorrência contra Otaviano em uma ocasião em que ambos quase chegaram às vias de fato. "Shirley é uma boa garota. O problema é que ela está mal assessorada", acusa o apresentador do *O+*. "Otaviano e a Feiticeira, que tinham ciúme de Aigo, nos perseguem desde que chegamos à Bandeirantes", devolve o empresário.

Heveniuton começou a irritar a produção do *O+* quando, no terceiro dia de sua contratada no programa, pleiteou um aumento de salário dizendo que ela havia recebido um convite da produção de Luciano Huck na Rede Globo. Era mentira e pegou mal. "Eu nem conheço essa menina, nunca falei

Ricas. Até quando?

Suzana Alves, a Tiazinha, está cortando gastos. Desde que virou um nome nacional, ela não parou de esbanjar. Comprou um apartamento de 960 000 reais em São Paulo, tem doze funcionários e vive se dando "presentinhos" — o último foi um carro de 130 000 reais. A fonte para cobrir esses gastos, porém, já não verte tanta água. Seus shows diminuíram de vinte para seis por mês em média, o que representa uma queda nos rendimentos, embora o cachê tenha aumentado de 3 000 para 8 000 reais. Para que ela não fique inadimplente, seu empresário, Eriberto Monteiro, determinou que Suzana Alves abrisse mão da decoração de 300 000 reais que encomendara para seu apartamento e parasse de comprar vestidos de 15 000 reais. Como a apresentadora ainda deve embolsar um bom cachê quando sair de novo na *Playboy*, e mantém seu salário mais merchandising em cerca de 40 000 por mês na Bandeirantes, as contas podem se equilibrar. Já Joana Prado, a Feiticeira, ri à toa. A edição da *Playboy* que a trouxe na capa, lançada em dezembro, foi a mais vendida da história da revista, com mais de 1,2 milhão de exemplares. Feiticeira acaba de comprar uma cobertura em São Paulo no valor de 400 000 reais.

unesp

Hey: briga re seu presário e presentador eviou-lhe arreira

com ela", irrita-se Luciano. Como Suzana Alves, Shirley Rocha vem de uma família humilde. Filha de um marceneiro de Cuiabá, já trabalhou em lavanderia, feira livre, lojas e lanhonetes. A personagem Aigo é invenção de seu empresário, que a descobriu quando ela foi pedir emprego como recepcionista num evento, há quatro anos. Heveniuton comprou para ela alguns cocares e flechas e criou suas "coreografias". Encarnando o papel, Shirley ganhava uns trocados — 500 reais por apresentação — fazendo shows em rodeios e pequenas casas noturnas. Projetada em escala nacional graças ao programa *O+*, Aigo chegou a usufruir algumas benesses da fama. Seu cachê subiu para 5 000 reais por apresentação. Vai sair no Carnaval deste ano numa escola de samba do Rio de Janeiro. Ela continuará no ar até o próximo mês em programas gravados, mas seu futuro é incerto. Mesmo dona de uma plástica invejável (1,75 metro, 58 quilos e 83 centímetros de busto), é duvidoso que consiga um bom contrato para posar para uma grande publicação masculina. Pelo simples motivo de que sua nudez não seria inédita, como as de Tiazinha e Feiticeira. Já apareceu sem roupa antes, na revista *Sexy*, para a qual deu uma entrevista para lá de picante. ■



As musas: uma está no auge, a outra, na descendente

PAULO JARES

DIOGO MAINARDI

Futebol e nazismo

Participei de uma mesa-redonda sobre futebol na TV italiana. Foi a experiência profissional mais deprimente da minha vida. Nunca imaginei que fosse me rebaixar a tanto. Mesa-redonda na Itália é igual a mesa-redonda no Brasil: análises técnicas sobre as partidas do domingo anterior, queixas contra juízes e uma infinidade de intervalos comerciais para anunciar lojas de material de construção e alarmes antifurto para automóveis. Tratando-se de um programa da TV italiana, é claro que não poderia faltar a apresentadora sensual com o vestido decotado e cabelos oxigenados. O meu único consolo é que, como em qualquer lugar do mundo, mesa-redonda sobre futebol dá traço de audiência. Ou seja, ninguém teria tomado conhecimento do meu vexame se eu não tivesse resolvido alardeá-lo aqui em VEJA.

O fato é que só aceitei comparecer ao programa porque um dos convidados era o jogador brasileiro Adaílton, centroavante do time do Verona. E pensei que uma conversa com um jogador brasileiro poderia render um bom artigo, considerando os eventos da semana passada. Antes de tudo, talvez seja oportuno lembrar quais foram esses eventos. Durante uma partida em Roma, os torcedores do time da Lazio expuseram uma enorme faixa com a frase "Honra ao Tigre Arkan", em homenagem ao paramilitar sérvio que ajudou a praticar a chamada "limpeza étnica" na Bósnia, indiciado por crimes de guerra pelo Tribunal de Haia e assassinado em Belgrado pouco tempo atrás. A homenagem a Arkan, ocorrida na mesma semana em que o partido do neonazista Joerg Haider subia ao poder na Áustria, provocou um certo alarme na Itália. O governo decidiu reagir de maneira firme, autorizando os juízes a interromper as partidas em caso de manifestações racistas nos estádios.

Adaílton nunca tinha ouvido falar em Arkan, mas me contou que se assusta todas as vezes que encontra os torcedores mais fanáticos do Verona, com suas cabeças raspadas e suásticas no ombro. É provável que os veroneses sejam os torcedores mais extremistas da Itália. Alguns anos atrás, levando às últimas conseqüências a contraposição entre norte e sul do país, ergueram uma faixa em que manifestavam o desejo de que as lavas do Vesúvio destruíssem Nápoles. Adaílton, sendo branco, jamais sofreu discriminações por parte dos torcedores. Mas outro jogador brasileiro, Zé Maria, foi recusado pela torcida local porque é mulato. Algo semelhante aconteceu na Udinese, quando grupelhos de torcedores nazistas conseguiram impedir que o clube contratasse um atacante israelense.



Em geral, tendo a minimizar esses episódios de intolerância. Parece-me exagero sair gritando que a Europa está à beira de um surto de nacionalismo genocida. É desagradável que tanta gente vote em Haider, por exemplo, mas é necessário considerar que a Áustria não conta grande coisa no panorama europeu. Até que ponto, porém, é correto minimizar esses fenômenos? Não tenho a menor idéia. O meu novo amigo Adaílton também não soube me responder.

ILUSTRAÇÃO A. SETTI

ANEXO F

Las Tiazonas

Na Argentina, os símbolos sexuais têm mais de 40 e são vedetes do teatro de revista

Raul Juste Lores, *de Buenos Aires*

Nem modelo, nem atriz, nem atriz-e-modelo. Na Argentina, quem arrebata corações e mentes são exuberantes vedetes de seios muito fartos, lábios muito carnudos, formas muito bem torneadas e guarda-roupa à base de plumas, paetês e salto 15. Todas já chegaram aos 40 e todas, sem exceção, mentem a idade. A rainha do momento, Graciela Alfano, eleita a mulher mais sexy do país em pesquisa promovida pelo jornal *Clarín*, tem 48 anos, mas admite no máximo 43 — de má vontade. "Sou uma lolita", diz Graciela, mãe de três filhos, de 24, 16 e 12 anos. "Sou mais jovem que meus filhos, parei o tempo. Posso ou não posso?", pergunta, com a segurança de quem ainda preenche de maneira impecável qualquer biquíni minúsculo.

Graciela foi garota-propaganda, modelo, fez filmes e novelas, mas só estourou mesmo em dezembro passado, quando pela primeira vez se cobriu, por assim dizer, de plumas, calçou as sandálias de salto agulha e pisou no palco do teatro de revista. Seu espetáculo *E o Turco Levou...* (alusão ao ex-presidente e admirador Carlos Menem) atraiu 100 000 espectadores no primeiro mês. "Agora, todos me admiram", encanta-se Graciela, que, para manter a forma, já lipoaspirou nádegas e pernas, pôs colágeno nos lábios e 280 centímetros cúbicos de silicone nos seios. "Mexo com a sexualidade dos homens na platéia, não sou uma carmelita descalça. Mas sou uma vedete diferente, com corpo harmonioso. Não uma grandalhona, como outras por aí", gaba-se.

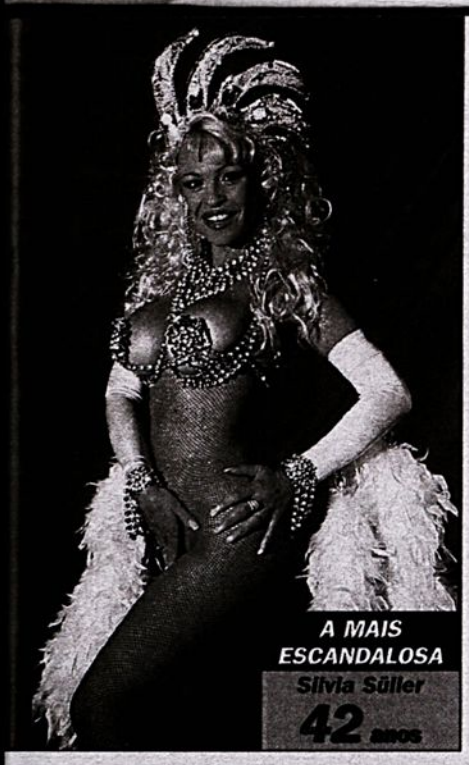
Menem, o fã — O recado tem alvo preciso: Moria Casán, 52 anos, 1,74 metro, considerada a maior vedete argentina em atividade. Seu espetáculo no ano passado, *Tetanic*, bateu o recorde de um 1 milhão de especta-



A DE MENEM
Yuyito González
40 anos



A MAIS COBICADA
Graciela Alfano
48 anos



A MAIS ESCANDALOSA
Silvia Süller
42 anos



A MAIS POPULAR
Moria Casán
52 anos

dores. "Moria é a Marilyn Monroe argentina: sensual, provocadora, a número 1. As poltronas tremem quando ela aparece", exagera o produtor Pepe Parada, experiente criador de grandes vedetes. Além de teatro, Moria faz novela e, nas noites de segunda, apresenta ao vivo o mais polêmico e picante talk-show da TV local, *A Noite de Moria*. Num programa memorável, recebeu o marido, o ex-marido, a filha dela, os filhos deles, numa espécie de catarse familiar em que todos falaram de tudo e Moria, com lágrimas nos olhos, perguntou ao ex: "Querido, onde foi que erramos?". Em outro, convidou a arquiinimiga Graciela Alfano e, entre indiretas e alfinetadas ("Como você se sente por nunca ter emplacado um sucesso?, quis saber Moria. "Você tem de voltar a comer, Moria. Essas suas dietas vão lhe matar", aconselhou Graciela), foram vistas por 6 milhões de argentinos. No final, apoteótico, as duas protagonizaram um muy caliente beijo na boca.

Mas a rainha indiscutível da televisão argentina, com um programa diário em horário nobre de concursos e entrevistas, é a ex-vedete Susana Giménez, 58 anos, dona de uma alentada lista de namorados e de uma respeitabilíssima conta bancária. Entre 1974 e 1978, manteve uma tumultuada relação, movida a tapas e pontapés, com o ex-campeão mundial de boxe Carlos Monzón. Vingou-se no ex-marido Huberto Roviralta, de quem cortou o rosto com um bem-lançado cinzeiro. Este, por sua vez, teve sua compensação: embolsou 10 milhões de dólares no divórcio. Muito contribuiu nos últimos anos para a celebridade das vedetes argentinas um de seus mais ardentes fãs, o ex-presidente Menem. A exuberante Yuyito González, 40 anos, 1,80 metro, posou nua para uma revista espanhola sob o título "A amante de Menem", mas desconversa. "Nego-me a envolver um presidente quando falo de vida pessoal. Sou uma mulher muito discreta", diz Yuyito. Mas não é de ferro: no embalo do tal romance, deu dezenas de entrevistas e aproveitou para lançar um disco dançante.

Fórmula antiga — Especialista em escândalos, e assumida, é Silvia Süller, 42 anos, 110 centímetros de busto, a garota terrível do rebolado argentino. "Falo o que todos calam, sou leite fervendo", proclama Silvia, que discorre abertamente sobre a prostituição em seu meio. "Eu mesma só faço sexo se me dão dinheiro ou presentinhos", informa. Suas colegas negam que namorem por interesse. Não precisam disso, afirmam. A fórmula do teatro de revista argentino é a mesma há quarenta anos: um humorista conta piadas, bailarinas fazem topless (às vezes, striptease total), um casal dança tango e tcharan — entra a estrela principal, que dança, canta (ou dubla) e "contracena" com homens extasiados da platéia. O espetáculo custa, em média, 300 000 dólares. O ingresso, de 15 a 30 dólares. A estrela leva 10% a 15% da bilheteria. Uma diva do calibre de Moria Casán, só com o megassucesso *Tetanic*, arrebanhou 1,5 milhão de dólares em um ano. Somem-se a isso os programas de televisão e os contratos de publicidade, e está formado o sonho das jovens argentinas de um dia, quem sabe, virar vedete de teatro de revista. ■



A DIVA
Susana Giménez
58 anos

FOTOS PERFIL

unesp

ANEXO G

Beleza

Operação secreta

Depois dos seios, mulheres vão ao vale do silicone para aumentar o bumbum

Bel Moherdaui

Os seios se valorizaram, é certo, mas na terra do culto ao tchan não podia ser diferente: na surdina, sem contar para ninguém, as mulheres estão descobrindo, e colocando em uso, a cirurgia plástica que aplica próteses de silicone para aumentar as nádegas. Os médicos calculam que o número de pacientes da operação para empinar o derrière quintuplicou desde que a cirurgia começou a ser feita no Brasil na década de 80. "Há cinco anos, eu atendia três consultas por mês. Hoje coloco prótese de silicone no glúteo de oito pacientes a cada mês", contabiliza o cirurgião plástico Raul Gonzalez, de São Paulo. Que ninguém se iluda: a prótese aumenta e arrebita, mas não ergue o que a idade e a gravidade fizeram desabar. "Pelo grande volume de silicone colocado, toda a região se distende um pouco. Assim, se a flacidez for incipiente, ela melhora. Mas, se for muita, é necessária outra técnica de correção", explica o cirurgião paulista Luiz Carlos Martins, presidente da Associação Brasileira de Cirurgia Plástica Estética, que em 1994 fazia dez cirurgias do gênero por ano e hoje realiza dez por mês. Por outra técnica entenda-se lipoescultura e lifting (retirada de gordura e pele), que são mais invasivas e deixam cicatrizes maiores, mas despontam como a única opção para quem passou dos 40 anos.

A plástica para aumentar o glúteo consiste na colocação de duas próteses de silicone ovais ou arredondadas, uma em cada protuberância dorsal, a partir de uma incisão vertical de 5 a 7 centímetros feita dentro do sulco entre as nádegas, de forma a camuflar a cicatriz. As técnicas mais comuns situam a prótese dentro ou logo atrás do chamado músculo máximo, o mais externo da região *(veja quadro)*. O tamanho ideal depende das proporções do corpo de cada pessoa e é recomendado pelo cirurgião. As pacientes em geral acatam a sugestão, embora uma ou outra insista em extrapolar. "Bumbum bonito é aquele que tem formas arredondadas, não importa a posição em que a mulher esteja", ensina Gonzalez.

"Outro mundo" — Enquanto a prótese de mama contém, em média, 180 mililitros de silicone, a de nádegas tem um volume-padrão de 270 (quase uma xícara e meia de chá), mas pode chegar a 420 mililitros, dependendo da técnica usada e das proporções da receptora. E de suas ambições, é claro. O silicone é mais espesso que o da prótese de mama, e a película externa que o envolve, mais resistente. "A prótese de mama tem a consistência macia de uma glândula mamária. Já a do glúteo tem consistência de músculo", diz o cirurgião plástico Nicola Menichelli Netto, de São Paulo. E como é viver com duas bolsas de considerável tamanho numa área sempre tão solicitada, seja em movimento, seja em estado estático? Dizem as usuárias que, como as próteses são instaladas acima da área usada para sentar, passada a dor inicial, elas não interferem em na-

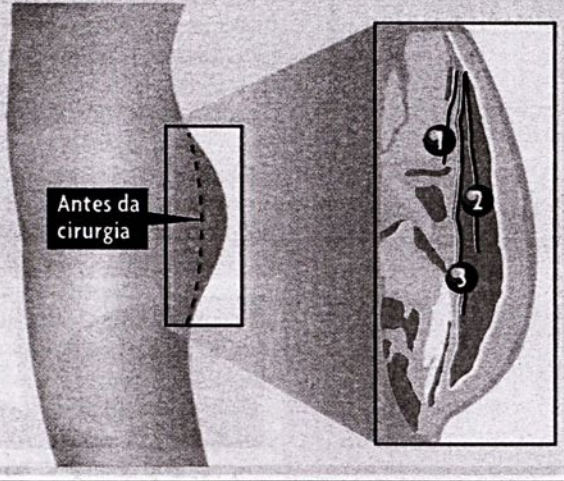


A modelo Nana pós-cirurgia: 300 mililitros de cada lado

CLAUDIO ROSSI

Tchan de dançarina

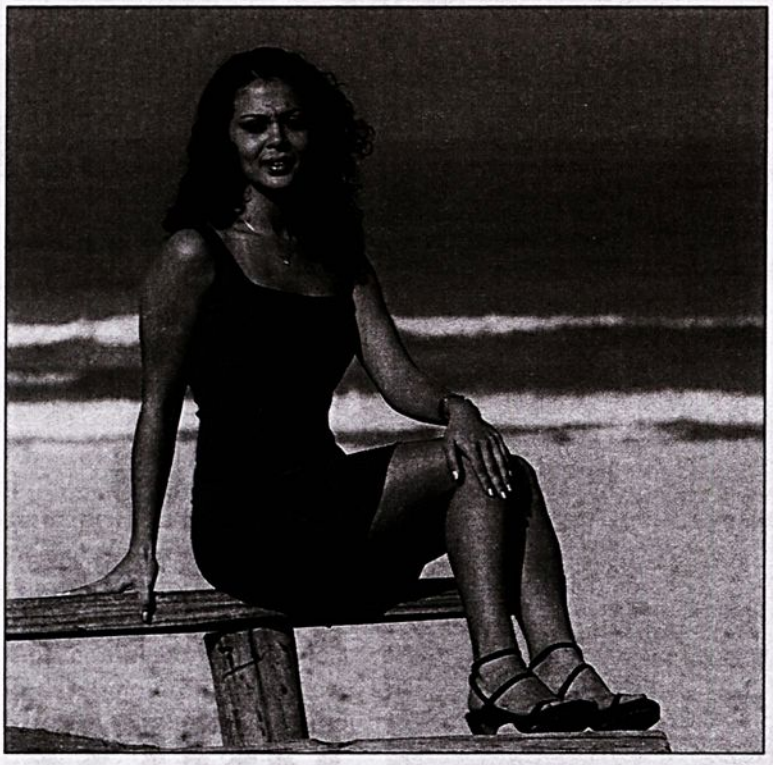
A prótese de silicone em formato oval ou redondo é colocada na parte superior do bumbum (uma de cada lado), para não interferir nos movimentos. O ponto de colocação pode ser entre dois músculos ❶, dentro de um músculo ❷ ou dentro da membrana que recobre o músculo ❸. A cirurgia dura de uma a três horas e a recuperação, duas semanas



da. Pode-se fazer qualquer tipo de ginástica, nadar ou andar de bicicleta normalmente, garantem os médicos.

Ao contrário dos seios siliconados, que quem tem faz questão de exibir, a cirurgia de nádegas é ultra-sigilosa — há mulheres que não contam nem para a família. "Não queria ninguém olhando, passando a mão", desconversa uma das que aderiram à operação secreta. Quem, no entanto, abre a guarda e se dispõe a falar sobre o assunto só tem elogios a fazer. "Meu marido dizia que meu bumbum era feio. Fiz a cirurgia e ficou uma coisa do outro mundo", comemora a empresária paulista Salete Aparecida, de 36 anos, que colocou 270 mililitros de silicone de cada lado. "Adorei o resultado. Tive um pouquinho de dor, mas nada insuportável", diz a modelo baiana Nana Cabral, de 26 anos, que notou um aumento no número de cantadas que recebe quando passa na rua depois que implantou a calipígica quantidade de 300 mililitros de silicone em cada nádega. "Brasileiro é fanático por bumbum", constata, feliz da vida.

Injeções proibidas — A cirurgia é feita em hospital, com anestesia peridural. Dura de uma a três horas e normalmente a paciente fica internada dois dias. O pós-operatório pode ser bastante doloroso, mas o incômodo maior passa em três dias. Em duas semanas já se pode dormir em qualquer posição e trabalhar. Sentar confortavelmente, esparramada na poltrona, só um mês depois. "Há duas semanas andei a cavalo e não senti nada", conta a endocrinologista Rosana Elisa Regatieri, de 30 anos, que fez a cirurgia há pouco mais de dois meses e colocou 240 mililitros de silicone de cada lado. Um cuidado peculiar que as pacientes devem tomar depois de colocar a prótese é com as injeções. Na nádega, não é recomendado. Dependendo de onde for feita a aplicação, a agulha pode perfurar a prótese. Vazar, o fabricante garante que o silicone não vaza. Mas o remédio também não fará efeito, já que ficará confinado dentro da bolsa. ■



REGINALDO TEIXEIRA

Damiana: buço, axilas e pernas no mesmo tratamento

Sem sacrifício

Homens e mulheres aderem à depilação a laser

Tem gente levando a sério a máxima de que o melhor é cortar o mal pela raiz. O mal, no caso, são os pêlos indesejáveis, e o corte se faz a laser, o raio que saiu da ficção científica direto para as cirurgias e intervenções estéticas. Em comparação com a torturante cera, a depilação a laser é infinitamente menos dolorida e dura bem mais, de seis meses a um ano. Confrontada com a eletrólise, técnica de remoção de pêlos por longo prazo, é muito mais rápida e segura — o tratamento à base de agulhas e correntes elétricas chega a durar dois anos, enquanto o método a laser exige, em média, cinco sessões (uma por mês). Com essas vantagens comparativas, a procura pelo laser dobrou nos últimos dois anos. Entre as mulheres, buço e virilhas (cinco minutos cada sessão) são as áreas mais depiladas. Já os homens (20% do público em algumas clínicas) querem prioritariamente se livrar da barba, principalmente na área logo acima do colarinho (dez minutos a sessão), a mais sujeita a irritações.

O laser como método de depilação começou a ser usado há seis anos e hoje existe meia dúzia de aparelhos, usados de acordo com as características de pele e pêlo do paciente. A carioca Damiana Cruz, estudante de direito de 21 anos, descobriu o laser há três meses e está fazendo aplicações no buço, nas virilhas e nas pernas inteiras. "Tenho muito pêlo e minha pele ficava irritadíssima com cera", diz, animada, depois de três sessões. Nem todo mundo, porém, pode candidatar-se. Na depilação a laser, é a melanina (a substância que dá cor ao pêlo e à pele) que transporta a luz até a raiz, para destruí-la e fazer o fio cair. Por causa disso, peles escuras, que contêm muita melanina, podem ser afetadas pelo raio e ficar manchadas. Em contrapartida, pêlos muito claros, por falta de pigmentação, não sofrem a reação desejada. Outra restrição é o preço salgado do tratamento. Cada sessão para regiões como buço e axilas custa entre 250 e 400 reais; a perna inteira incinera 1 000 reais a cada sessão de três horas. A quem se animar, uma recomendação: faça no inverno. Depois da aplicação, deve-se fugir do sol por pelo menos quinze dias, para não correr o risco de ganhar manchas na pele tratada. ■

Manual básico

A depilação a laser tem vantagens, mas também exige cuidados:

Vale a pena porque

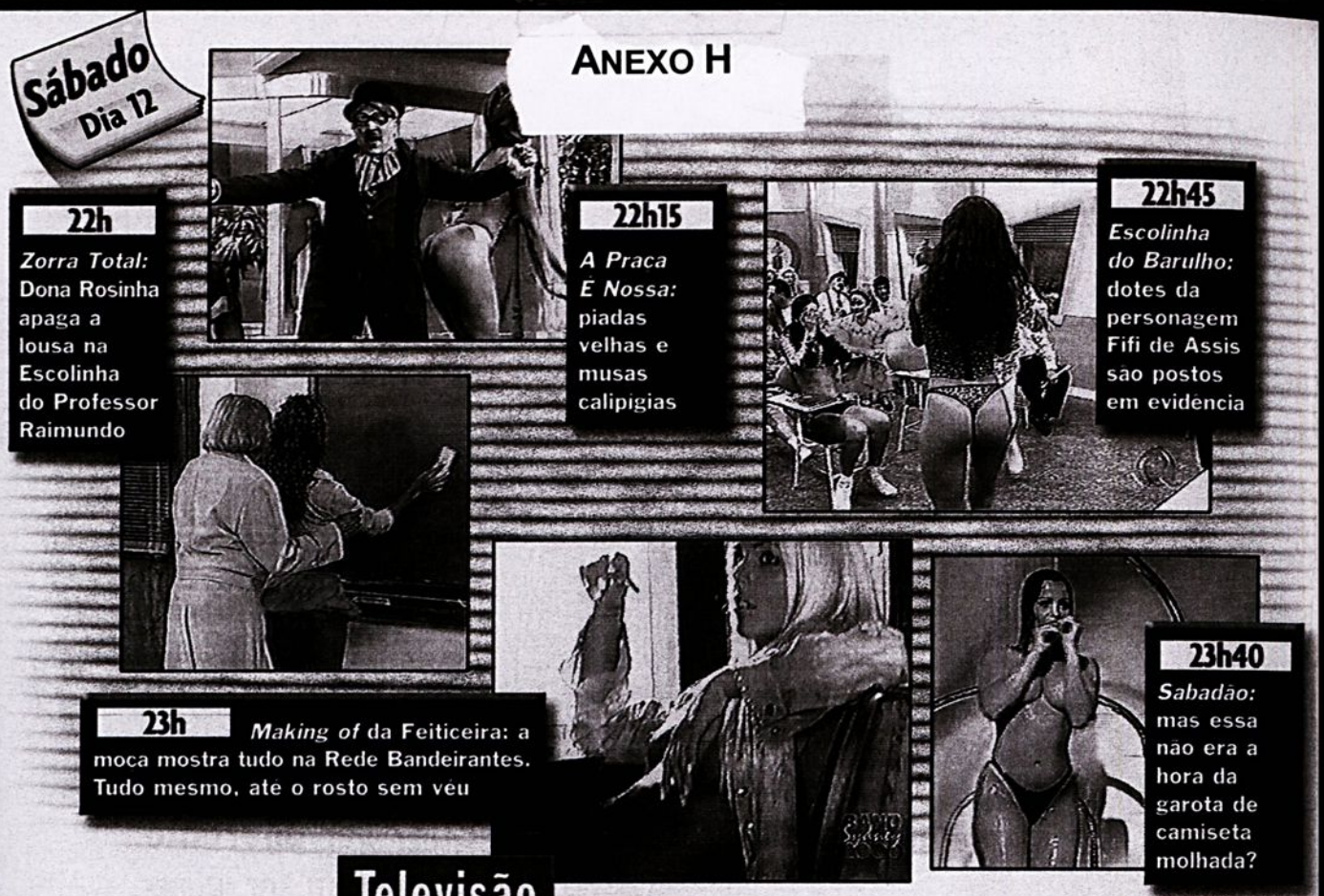
- dura de seis meses a um ano
- dói muito menos que eletrólise e cera
- não produz pêlos encravados
- não inflama

Mas atenção

- não remove pêlos claros
- não funciona na pele negra
- exige 15 dias fora do sol
- é cara

unesp

ANEXO H



Televisão

Sábado popozudo

Nunca se viu tanto traseiro e seio de fora no dia mais desprezado pelos espectadores

Já se tornou tradição: as noites de sábado são tristes na televisão brasileira. Como a audiência é mais baixa nesse dia e nessa faixa de horário do que no restante da semana, as grandes redes aproveitam para colocar no ar o que há de mais rasteiro em sua programação: filmes de segunda categoria, humorísticos reciclados e shows baratos. Nos últimos tempos, porém, um outro produto tem se destacado no sabadão televisivo — as popozudas. Em qualquer canal que se sintonize, as musas calipígias lá estão, com seus volumes a preencher a tela e a fantasia dos distintos (e desocupados) espectadores. A exibição de traseiros femininos não é uma novidade, mas ela nunca foi tão explícita, tão explorada pelas câmaras. Também jamais se viu tanto seio de fora na televisão aberta. Com exceção do período carnavalesco, é evidente.

Nos humorísticos da Globo *(Zorra Total)*, do SBT *(A Praça É Nossa)* e da Record *(Escolinha do Barulho)*, a quantidade das piadas engraçadas é inversamente proporcional ao número de moças bem fornidas. Na Bandeirantes, a principal atração do último dia 12 foi o *making of* do ensaio fotográfico da Feiticeira para a *Playboy*. Exatamente como na revista, a exuberante Joana Prado tirou o véu — e tudo o mais — em um programa inteiramente dedicado a ela. Já Sérgio Mallandro, da Gazeta, é do tipo que gosta de acessórios. Ele instalou um touro mecânico em seu cenário. Sobre o brinquedo, mulheres em trajes sumários são jogadas para cima e para baixo, proporcionando visões panorâmicas de suas vergonhas — ou da falta destas. Em semelhante contexto, as garotas de camiseta molhada de Gugu Liberato têm o impacto de uma pintura acadêmica.

Tem-se a impressão de que o público desse tipo de programa é apenas masculino. Dá até para ver o marmanjo babando na frente da TV, enquanto a patroa cochila ao lado no sofá — e toca mudar de canal rapidinho, quando ela ameaça abrir os olhos. No entanto, o presidente da agência de propaganda Neogama, Alexandre Gama, afirma que as coisas estão mudando. "Hoje em dia, as mulheres também se ligam nessas atrações, nem que seja para falar mal das garotas que mostram seus atributos", diz ele. Não deixa de ser uma tese interessante para você, leitor homem, justificar o interesse pelas imagens lúbricas que, com o perdão do verbo, abundam diante de seus olhos. "Olhe só que horror, querida!", eis uma frase a ser usada em tais situações. Embora não tenha hora para acabar, avançando madrugada adentro, o sábado das popozudas tem hora certa para começar: depois do término da novela das 8 da Rede Globo. Nesse momento, a audiência da emissora costuma cair abruptamente em até 10 pontos e todas as concorrentes lançam a rede para colher o seu punhado de público. "Não adianta reclamar", diz Homero Salles, diretor do humorístico *Escolinha do Barulho*. "Nada segura um espectador perdido como uma mulher bonita, de preferência sem roupa." ■

ANEXO I



Sabrina: sob medida para quem é contra tirar a roupa em público

ANDRE SCHILIRÓ

Internet

Desinibidas virtuais

Até as beldades mais resistentes se soltam nos sites especializados em fotos sensuais e provocantes

Marcelo Camacho

Em seus trabalhos para a televisão, a atriz Gabriela Duarte sempre passou para o público uma imagem de moça de família, toda certinha e comportada. Nunca encarnou uma personagem mais ousada e atrevida, que deixasse aflorar sua sensualidade — coisa que até sua mãe, Regina Duarte, já fez. Como a Gabriela das cenas na TV é exatamente a Gabriela da vida privada, fica mais surpreendente ainda o ensaio fotográfico que a atriz protagonizou recentemente a convite de um site da internet. Ao lado do namorado, o modelo Fábio Ghirardelli, ela aparece enrolada em lençóis, ameaçando tirar a calcinha, dando e recebendo beijos apaixonados. Uma loucura. Não se trata, propriamente, de novidade — diz a lenda que o primeiro conteúdo a circular na web foi um teste; o segundo, uma piada; o terceiro, uma teoria conspiratória; o quarto, uma mulher pelada. Mas é interessante contabilizar como beldades que não se despem em outros meios se sentem à vontade para deixar cair o manto diáfano da fantasia em um pontocom. O poder desinibidor da web não perdoa nem as carecas: Carolina Dieckmann, cabeça raspada a zero por causa de seu papel em *Laços de Família,* é a mais recente estrela de um site desses. Tudo muito artístico, é claro. "A internet está cheia de sites de sexo explícito. Nosso diferencial é que investimos em fotos sem apelação, mas que mexem com a curiosidade das pessoas", diz Paulo Rebello, gerente de marketing de O Site, no qual Gabriela e Fábio aparecem.

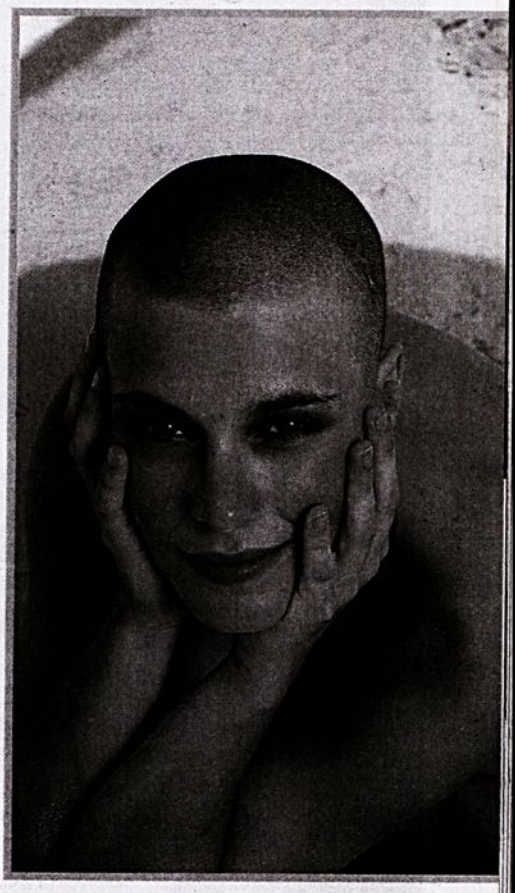
A concorrência é fenomenal: calcula-se na casa de milhões o número de sites no mundo cujo principal atrativo são pessoas com pouca ou nenhuma roupa, e "sexo" é a segunda expressão mais pesquisada na rede (a primeira é "MP3"). Mas com certeza não faltará marmanjo interessado em ver com pouca roupa quem nunca tirou tudo: Taís Araújo sem a parte de cima do biquíni (mas com os seios cobertos pelos braços), Susana Werner só de calcinha (de costas), a modelo Gianne Albertoni de blusa molha-

unesp



Gianne: cliques em dia chuvoso acentuaram os, digamos, contornos

KLAUS MITTELDORF

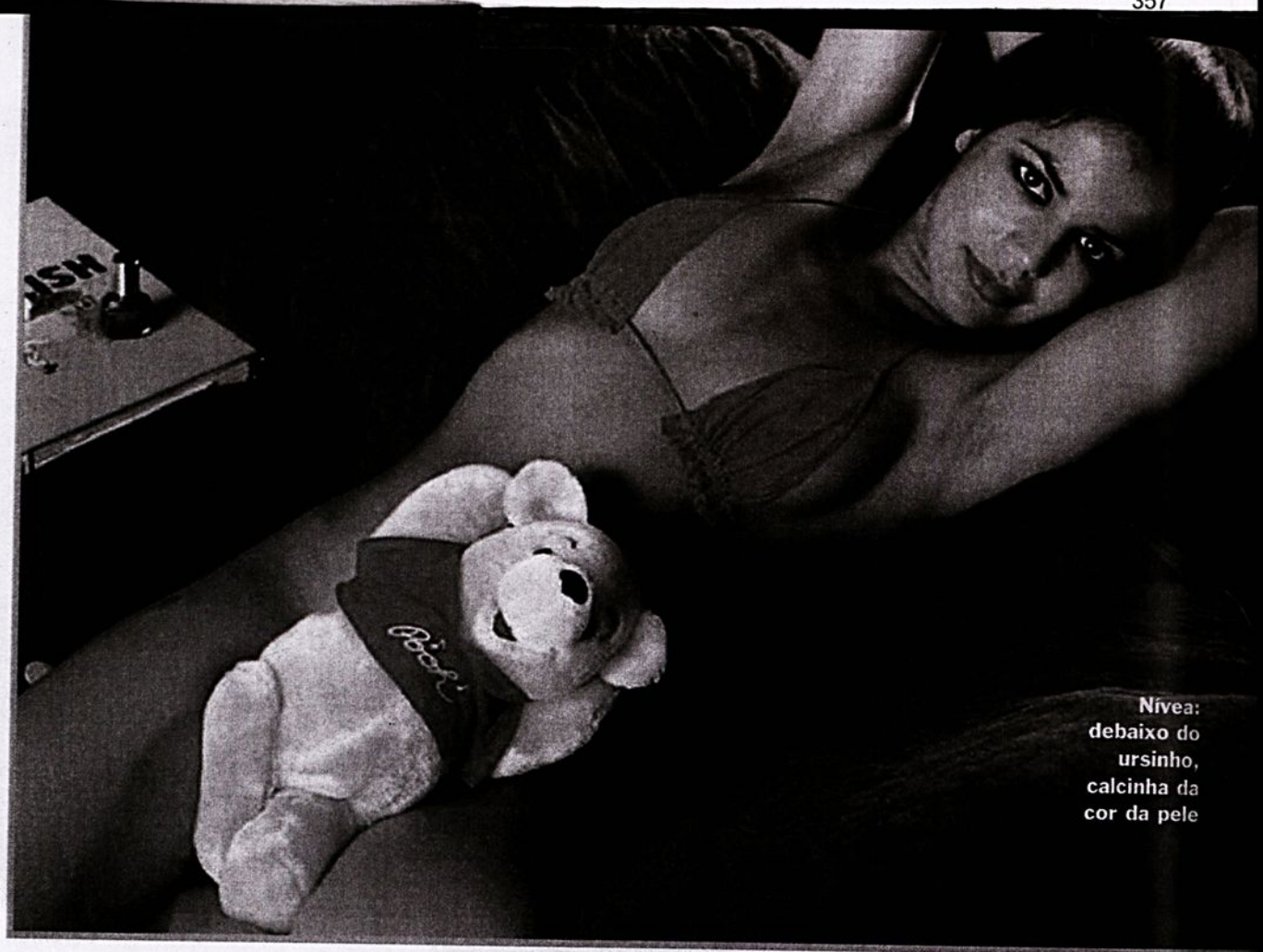


MARCELOTABACH

Carolina: até a careca virou apelo para as poses sedutoras

da, a apresentadora Sabrina Parlatore de biquíni. Por que essa turma resolveu mostrar-se na internet? "Morro de vergonha de posar nua. Mas aparecer num ensaio sensual de biquíni é muito diferente", justifica Sabrina. "Elas acham que a rede de computadores tem um público mais selecionado, formador de opinião", avalia Sandra Pecis, diretora de conteúdo do portal Terra, que, além de fotografar moças, também tem investido em fotos sensuais de rapazes — o primeiro foi Paulo Zulu, só de cueca, enrolado em lençóis. "Com um trabalho para a internet, sei que minha foto não vai aparecer pendurada numa parede de borracharia", concorda Susana Werner, estrela de um ousado ensaio do site Morango, que, em catorze dias no ar, teve 15 milhões de acessos. E, naturalmente, não faria feio em nenhuma borracharia.

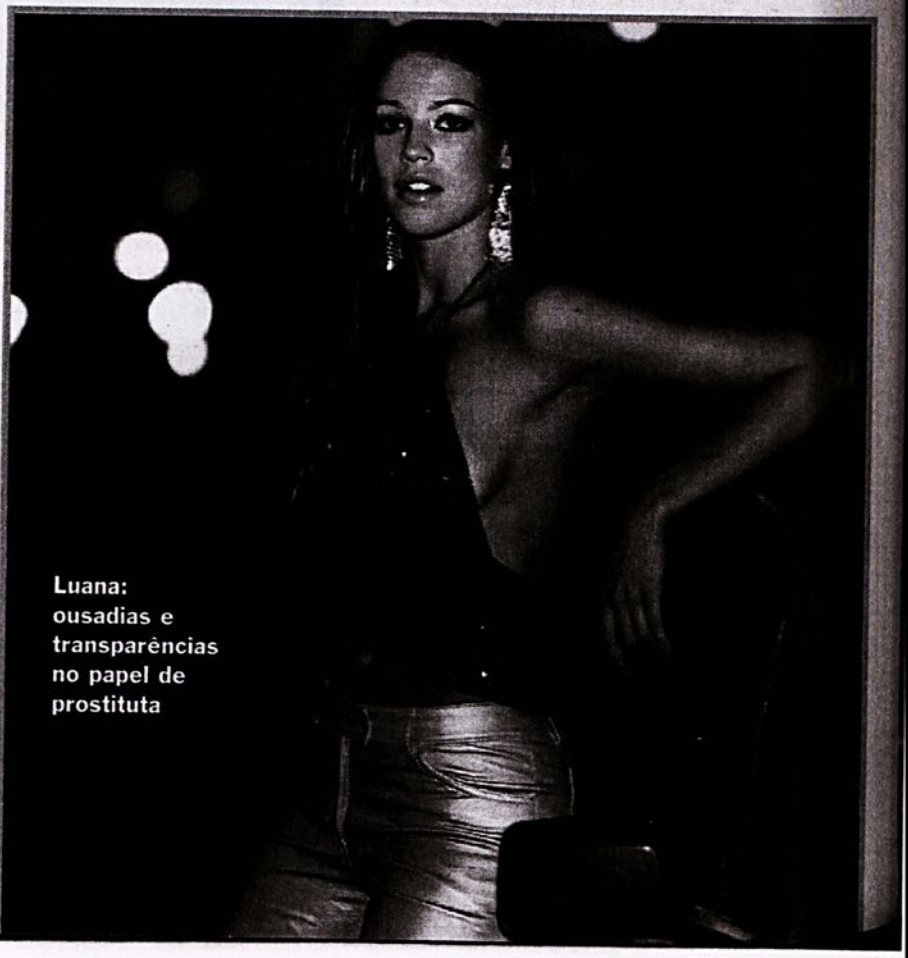
Fantasias — Outra convertida, depois de alardear que ninguém jamais a veria totalmente nua em revista masculina, foi a atriz Luana Piovani, que topou fazer pose de prostituta e ir para a boca-



Nívea: debaixo do ursinho, calcinha da cor da pele

J.R. DURAN

do-lixo paulistana enfeitar o site Morango. Nudez não tem, mas sobram ousadias e transparências. Rendeu-se também ao apelo da net a cantora Ivete Sangalo, que põe a seminudez na conta das "fantasias realizadas". "Não tenho a menor vontade de fazer fotos nua", diz Ivete. "Mas queria fazer um trabalho em que aparecesse bela e sensual." Convidada pelo portal Zip.Net, ela posou para as lentes do badalado fotógrafo J.R. Duran e, em quinze dias de exibição, sua página foi acessada 11 milhões de vezes. "Foi divertido", avalia. Quando a fantasia não fala mais alto, soa a poderosa voz do cachê. Susana Werner admite com louvável sinceridade que foi esse o motivo pelo qual mostrou em primeiríssima edição ("Nem minha mãe conhecia!") sua tatuagem logo acima do bumbum no Morango. "Fiz pelo dinheiro. Era a quantia que faltava para comprar meu apartamento", diz ela, que ganhou cerca de 40 000 reais pelo trabalho, há seis meses. Hoje, os cachês estão em queda. A tabela para famosas chega no máximo a 25 000 reais. Modelos menos cotados embolsam em torno dos 15 000 reais.



Luana: ousadias e transparências no papel de prostituta

ANDRE SCHILIRÓ

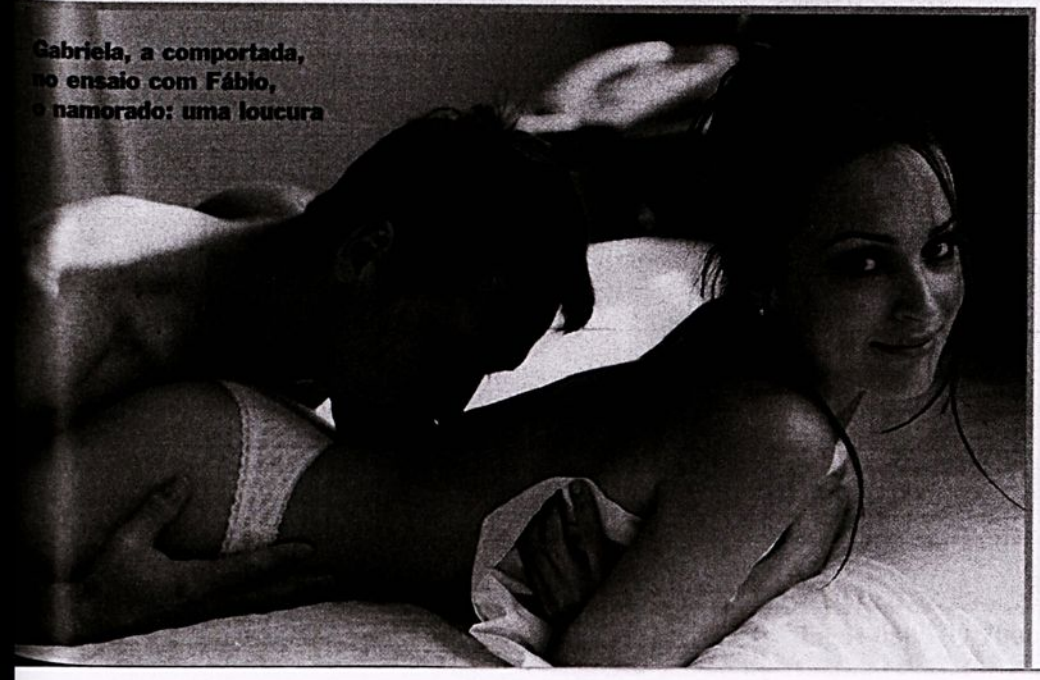


Susana e sua tatuagem: cachê ajudou a comprar o novo apartamento

ANDRE SCHILIRÓ

Pode ser cachê pequeno para as moças mais cotadas, mas é um bom dinheiro para os garotos. "Fazendo um ensaio sensual para a internet ganhei mais que muitos rapazes que posaram nus por aí", compara André Segatti, ator do infantil *A Turma do Didi,* da Globo, que aparece enrolado na toalha e de shortinho molhado no portal Zip.Net. "Fiquei muito feliz com o resultado. Até as crianças podem ver", acredita. Às vezes o resultado vai além do esperado. Aconteceu com a modelo Gianne Albertoni, fotografada para o Terra. "Choveu no dia do ensaio", lembra ela, que, sem a opção de um dia de sol, se deixou clicar debaixo d'água e na piscina. As fotos em que aparece de blusa molhada realçando os seios fizeram o maior sucesso. "Levei um susto quando vi. Não sabia que iam ficar daquele jeito", jura Gianne. Já a atriz Nívea Stelmann, que posou para o Zip.Net, sabia direitinho o que estava fazendo. Em seu ensaio, há uma seqüência de fotos em que ela está apenas com a parte de cima do biquíni. Embaixo, somente um estratégico ursinho de pelúcia. "Mas estou de calcinha cor da pele. Só cortei um pedacinho da tira lateral", garante.

Globais exclusivas — Há já alguns meses que Nívea — a Guinevère da novela global *Uga Uga* — posou para o Zip.Net. Hoje, talvez, não conseguiria. "Agora estamos tendo problemas com as meninas da Globo. Tentamos fotografar a Angélica, a Deborah Secco, a Giovanna Antonelli, mas, por questões de contrato com a emissora, elas não puderam fazer", lamenta Christiano Dutra, diretor do Morango. O motivo da crise é a chegada do portal Globo.com ao departamento de ensaios sensuais. É nele que Carolina aparece na praia, sempre linda, de cabeça raspada. Depois dela, estão programados os ensaios de Patrícia Diniz, a Pipa do programa *No Limite,* e Vera Fischer. Com o elenco que tem à disposição, o site deve ser daqueles de fazer teclado de computador pegar fogo. ■



Gabriela, a comportada, no ensaio com Fábio, o namorado: uma loucura

ANEXO J

Televisão

Musas.com.br

Mulheres bonitas aumentam a interatividade de alguns programas

Os diretores dos programas de TV nos quais o público participa através da internet descobriram o óbvio: mulher bonita faz a interatividade crescer. Isso é particularmente verdadeiro quando a audiência é predominantemente masculina, como ocorre no *Super Técnico,* exibido na Bandeirantes, nas noites de domingo. Desde que o programa começou a contar com a participação da curvilínea Luize Altenhofen, 1,70 metro, 90 centímetros de busto e 92 de quadris, o número de e-mails recebidos duplicou. A idéia de incluir uma deusa entre coroas amarfanhados, como costumam ser os técnicos de futebol, veio da televisão italiana (lá também as mesas-redondas futebolísticas são uma praga). A loira é escalada para fazer as perguntas espinhosas, pois ninguém tem coragem de dar a ela uma resposta torta. Para Luize, aparecer no *Super Técnico* é um bom negócio para a sua carreira de modelo. Em apenas um mês de exposição na TV, ela dobrou seu cachê. Sua atuação no programa lhe rende um salário mensal de 5 000 reais.

As outras musas da interatividade são âncoras de noticiários sobre cultura pop. Mais de 70% dos e-mails endereçados ao programa *Contato,* da MTV, trazem perguntas pessoais à apresentadora Marina Person. "Já perguntaram até se eu tinha botado silicone nos seios só porque estava usando um sutiã com recheio", diverte-se ela. Marina, que é formada em cinema, já tem até um fã-clube na internet. Graças à plástica e ao carisma, Fernanda Lima, do *Interligado,* da Rede TV!, teve seu espaço aumentado no programa. Além de apresentar clipes musicais, ela agora também faz pequenas entrevistas e responde a dúvidas do público. Fernanda, que recebe 15 000 reais por mês na emissora, pretende investir na carreira de apresentadora e por isso está fazendo curso de jornalismo. Grande parte das mensagens que as três apresentadoras recebem contém cantadas. Algumas são bem grosseiras. Cerca de metade dos e-mails que chegam para Luize Altenhofen não pode ser lida no ar. As três musas não se apertam e ainda encorajam os fãs, declarando-se solteiras. Apenas Luize admite estar com "uma pessoa", mas se apressa em dizer que "não é nada sério". Internautas do Brasil inteiro, animai-vos! ■

Ricardo Valladares



Fernanda Lima: e ela quer ser jornalista...



Luize Altenhofen: pois é, ela tem uma "pessoa". Mas "não é nada sério"

ANEXO L

ASSIM É DEMAIS

Indiferentes ao risco e, às vezes, ao bom gosto, as mulheres caminham nas alturas



FOTOS FABIO MANGABEIRA

Bel Moherdaui

Os sapatos ganharam, nos últimos anos, centímetros, formas e cores a mais. São sandálias, escarpins, botas e até tênis com saltos de todos os estilos: quadrados, triangulares, tipo agulha, de couro, madeira, borracha, acrílico, tecido ou espelhados, em cores pastel, fortes ou fluorescentes, que podem chegar a alturas desconcertantes (média: 15 centímetros). Alguns são bonitos, elegantes. Outros são exagerados, espalhafatosos. Todos têm de ser usados com muita cautela — ou, em alguns casos, não ser usados nunca, a não ser por pessoas que chocam, sabem que chocam e gostam disso. "São sapatos para chamar a atenção e arrasar corações", explica o estilista de calçados Fernando Pires, de São Paulo. Lançado, como boa parte da modernidade atual na moda, pela tribo dos clubbers, o estilo extravagante faz sucesso na Europa, nos Estados Unidos e no Japão, onde adolescente fashion só sai de casa se equilibrando sobre plataformas de 30 centímetros de altura *(veja quadro)*. "Precisa ser de circo para conseguir andar com um desses", brinca Pires.



Por aqui, as plataformas — aquele bloco quase inteiriço que acompanha a sola, que Carmen Miranda imortalizou e as drag queens não dispensam — atiçam imaginações, muitas vezes na direção do mau caminho. Há que ter ousadia demais, ou autocrítica de menos, para se aventurar sobre uma plataforma com um buraco no meio ou inteira de acrílico transparente. Da mesma forma, lotam as coleções de inverno saltos finos e grossos — todos, sempre, altíssimos. "O salto alto vai ser o mais procurado porque a mulher quer ficar cada vez mais feminina e sensual", explica o estilista Luiz Fernando Rocha, da Ferri Calçados. Está bem, senhor Rocha, mas fica difícil entender o que tem a ver a feminilidade com algumas monstruosidades que andam batendo na calçada por aí. Não se trata de modinha inocente. Além do risco que um salto muito alto representa para o bom gosto, equilibrar-se nas alturas também é perigoso para a saúde, como não se cansam de alertar os médicos.

Passível de multa — O problema mais comum são as torções, que podem provocar lesão de ligamentos e até fraturas. Também é freqüente o surgimento de calos e dores na planta do pé, na pantur-



rilha, nos joelhos e nas costas. No fim de dezembro, a consultora financeira Adriana Salles de Almeida, 31 anos, do Rio de Janeiro, andava na rua com seu salto 10 quando pisou de mau jeito, torceu o pé e, quando viu, tinha uma fratura exposta para tratar. "Deu até para ouvir o estalo", lembra. Precisou de cirurgia e pinos para consertar o estrago e está de molho até maio. Adriana se emendou? Que nada. "Estou com saudade dos meus saltos", suspira. Segundo a ortopedista Cibele Réssio, da Universidade Federal de São Paulo, Unifesp, o sapato ideal para suportar o peso do corpo deve ter menos de 3 centímetros de salto. "A melhor opção é o tênis, que se apóia sobre uma sola inteiriça", diz. Mas Cibele confessa: é adepta fiel do salto alto. Segundo ela, algumas dicas para amenizar os riscos são alternar sapatos (e altura do salto) durante o dia, alongar de vez em quando a musculatura da panturrilha e dar preferência aos calçados de ponta quadrada ou redonda.

Nada disso ajuda quando o sapato enrosca ou escorrega nos pedais e a madame bate o carro — acidente comum em tempos de salto alto. No Brasil, o atual Código de Trânsito proíbe o uso de calçados que não se firmem no pé ou comprometam o uso dos pedais (traduzindo: tamancos em geral, saltos altos na maior parte, plataformas em particular). Usá-los é considerado infração média, passível de multa de 85 reais e perda de 4 pontos na carteira de habilitação. "A Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo não fiscaliza esse tipo de infração, mas a mulher que usar salto para dirigir está sujeita a ser multada", diz o engenheiro de tráfego Luiz de Carvalho Montans, funcionário do órgão. A advogada paulista Stela Blay, de 57 anos, usuária contumaz de salto 10, há dez anos enroscou o sapato entre os pedais, bateu e acabou com o carro. Não levou multa alguma, mas garante: "Aprendi a lição". Agora, Stela só usa salto 5. ■



Japonesas: superplataformas

REUTERS

Mortes por causa do salto alto

No Japão, plataformas de 20 a 30 centímetros de altura já causaram até mortes. No ano passado, em Tóquio, uma professora caiu de seu salto 13 e bateu a cabeça. Ainda saiu andando, mas, horas depois, teve um desmaio e morreu no hospital, supostamente em conseqüência da queda. Em novembro, em Osaka, outra jovem japonesa prendeu o sapato nos pedais, não conseguiu controlar o carro e acabou atropelando e matando um pedestre. O último acidente foi há três semanas, em Kochi, no sul do país: mais uma adepta das plataformas teve problema com os pedais do carro e provocou um acidente que deixou dois mortos e um ferido. Por essas e outras, a prefeitura de Osaka anunciou que vai proibir as jovens de dirigir usando salto plataforma.

ANEXO M

Especial

NA I
BE

Cristina Poles, Monica Gailewitch
e Sandra Boccia

OSCAR CABRAL



DADE DA LEZA

Como os avanços científicos vêm ajudando as mulheres a chegar à maturidade com a aparência, o vigor e a saúde da juventude

Luiza, Mara Lúcia, Fátima, Cristiana, Claudia e Luma passaram dos 35 anos. Como toda uma geração atual de mulheres que se cuidam com as mais modernas técnicas da estética e recursos da medicina, elas não têm a menor saudade do corpo que exibiam aos 20 anos. A palavra é delas:

— Fisicamente estou melhor do que antes e psicologicamente me sinto mais segura — atesta a ex-modelo e empresária Luiza Brunet, 37 anos, dois filhos, uma de 12 anos e outro de 9 meses.

— Aproveito a experiência dos 40 anos com um corpo de 20 — orgulha-se Fátima Simonsen, de 39 anos, mãe de duas meninas, a mais velha de 11 e a caçula de 8.

Até pouco tempo atrás, seria inimaginável ouvir uma mulher falar com tanto entusiasmo, sem uma ponta de dissimulação, sobre a chegada à idade madura. "Hoje, a mulher madura não faz mais parte do arquivo morto", diz o psiquiatra Claudio Novaes Soares, pesquisador da Universidade Harvard, nos Estados Unidos. Pode ser Luiza, pode ser Fátima, qualquer uma que chegue à idade delas, com a mesma jovialidade, é o espelho do avanço dos costumes e da ciência, que encaminhou soluções práticas para a proteção e o tratamento do corpo feminino. Foi preciso muito tempo para que a medicina desvendasse as peculiaridades do sexo feminino. Até o século XIX, do ponto de vista dos médicos, as mulheres não passavam de um par de ovários ligados a um ser humano, conforme a clássica definição do antropólogo e pesquisador alemão Rudolf Virchow (1821-1902), pioneiro do estudo das doenças pelo exame das células. Somente a partir dos anos 20 os cientistas explicaram de uma vez por todas como funciona o ciclo menstrual. Por muito tempo, acreditou-se que a ovulação acontecia durante a menstruação — tal qual ocorre entre os animais.

Com a derrubada definitiva dessa tese, abriu-se o caminho para o entendimento mais preciso da reprodução humana, que culminou no desenvolvimento da pílula anticoncepcional. A pílula mudou mais a vida das mulheres do que o sufrágio universal e a minissaia. Os estudiosos sustentam que foi só a partir dessa descoberta que a medicina bifurcou-se, criando o ramo especializado na fisiologia feminina, que começa agora a dar seus resultados mais evidentes. Desde então, as pesquisas científicas sobre o comportamento, a saúde e a psicologia feminina se multiplicaram. A possibilidade de envelhecer com beleza e saúde é uma conquista recente na história das mulheres. Com poucas exceções, as mães das jovens adultas de hoje eram consideradas aposentadas para a beleza e para o sexo ali pelos 40 anos. Por assim dizer, estavam fora do mercado a partir dessa faixa etária, muitas vezes bem antes. Os inimigos eram facilmente identificáveis. Pele do rosto ressecada ou estufada por bolsas de gordura. Flacidez nas nádegas e nas coxas, além de celulite em demasia. Peitos e braços amatronados (pelo volume excessivo ou pelo relaxamento dos tecidos). Isso era o que se via por fora. Por dentro também se

Luiza Brunet — 37 anos, empresária

	1982	2000
Sol	A qualquer hora do dia, com óleo de bronzear	Antes das 10 horas e depois das 16 horas, sempre com chapéu, óculos escuros e filtro solar fator 60
Atividade física	Musculação todos os dias	Aeróbica, musculação e alongamento em dias alternados
Alimentação	Abusava de doces e frituras	Dieta balanceada, rica em verduras, vegetais e frutas
Cigarro	Cinco por dia	Nenhum
Cirurgia plástica	Prótese de silicone nas mamas	



OSCAR CABRAL

processava um envelhecimento que, para os padrões de hoje, era prematuro.

Os métodos de diagnóstico e tratamento de doenças tipicamente femininas passaram a ocupar um papel central. Descobriu-se, como regra geral, que é preciso atuar precocemente sobre o organismo. Até o início dos anos 90, a mamografia, por exemplo, só era indicada depois dos 45 anos. "Hoje, o tempo ideal para o diagnóstico foi adiantado em dez anos", alerta o ginecologista João Carlos Mantese, de São Paulo. O acompanhamento de perda de massa óssea para a detecção precoce da osteoporose agora também foi antecipado: a partir dos 40 anos. O controle da pressão arterial e dos níveis de colesterol no sangue para prevenir doenças do coração também é uma nova arma em favor das mulheres. Até dez anos atrás, era preocupação majoritariamente masculina.



ARMANDO GONÇALVES

Luma, em 1990 e hoje: da flacidez escondida sob a meia às pernas torneadas

Rugas, flacidez, gordura localizada, celulite. Infertilidade, tensão pré-menstrual, osteoporose, câncer de mama e de útero, menopausa. Os fantasmas a ameaçar o bem-estar e a beleza femininas são muitos. As armas para retardar o envelhecimento e evitar as doenças típicas da idade estão atualmente ao alcance de um número maior de mulheres do que em qualquer outra época da história. As clínicas de estética espalham-se por todo o país oferecendo tratamentos refinados que antes eram caros e inacessíveis. O sonho dourado de toda mulher nos anos 70 e 80 era passar uma temporada na clínica da doutora Anna Aslan, uma misteriosa geriatra romena que atendia milionários, estrelas de cinema e chefes de Estado em seu xanadu em Bucareste. Uma semana na clínica Aslan, que chegou a ter no seu corpo médico o cirurgião sul-africano Christian Barnard, pioneiro dos transplantes de coração, custava 10 000 dólares. Só o tratamento. A hospedagem e a viagem aérea tornavam o custo de consultar-se na clínica um luxo acessível a poucos mortais.

Pois bem, a qualidade dos tratamentos que se pode obter atualmente em uma clínica estética de boa reputa-

Luma de Oliveira — 35 anos, empresária

	1985	2000
Sol	Proteção apenas com pasta d'água	Uma hora por dia de sol, com filtro solar fator 50
Atividade física	Esporadicamente	Três horas diárias de ginástica, cinco vezes por semana
Alimentação	Nenhum cuidado	Sucos e cereais no café da manhã, salada, massa e proteínas no almoço e salada e proteínas no jantar
Cirurgia plástica	Lipoaspiração na barriga, plástica no nariz e prótese de silicone nas mamas	



ANA ELISA ORIENTE

Cristiana: fisionomia mais jovem hoje do que há quinze anos graças a mudanças de hábito

ção e com médicos geriatras em qualquer grande cidade brasileira dá de goleada nos ungüentos à base de embrião de carneiro com que a médica romena lambuzava o rosto e o corpo dos poderosos no passado. O que não faltam são consumidoras. Em 1999, os cremes e as loções antienvelhecimento movimentaram 466 milhões de reais — um salto de quase 30% em relação ao ano anterior. Foram feitas mais de 300 000 operações plásticas nos hospitais brasileiros no mesmo período. Um crescimento de quase 500% em dez anos.

Os tratamentos e os cremes atuais são tão potentes que sua formulação saiu do reino da cosmética para o da medicina. O FDA, organismo governamental americano, que dá a garantia de segurança para remédios e alimentos vendidos nos Estados Unidos, passou

CLAUDIO ROSSI

Cristiana Arcangeli 38 anos, empresária

	1985	2000
Sol	A qualquer hora, por muito tempo, sem proteção	Protetor solar fator 60 no rosto e 20 no corpo
Atividade física	Aulas de balé esporadicamente	Uma hora e meia de aeróbica e musculação por dia
Alimentação	Muita massa e doces	Muita proteína (sobretudo clara de ovo e carne magra), quase nenhuma gordura e evita doces e bebidas alcoólicas



recentemente a se ocupar de cosméticos. O FDA criou o Office of Women's Health, uma divisão inteira dedicada exclusivamente a cuidar de questões ligadas aos tratamentos médicos e estéticos oferecidos às mulheres. A Associação Médica das Mulheres Americanas reúne milhares de profissionais especialistas em questões femininas. Criada há dois anos, a entidade já concentra um enorme banco de dados de pesquisas sobre a mulher madura. "Exames rotineiros podem detectar doenças em seu estágio inicial. Dietas saudáveis e exercícios moderados e regulares podem prevenir problemas de saúde e melhorar a aparência e saúde das mulheres maduras", escreveu a médica Judith Ahronheim, num artigo sobre o atual estágio das pesquisas.

Viva o bisturi: o corpo de Mara aos 43 anos dá de 10 na silhueta que ela ostentava aos 28

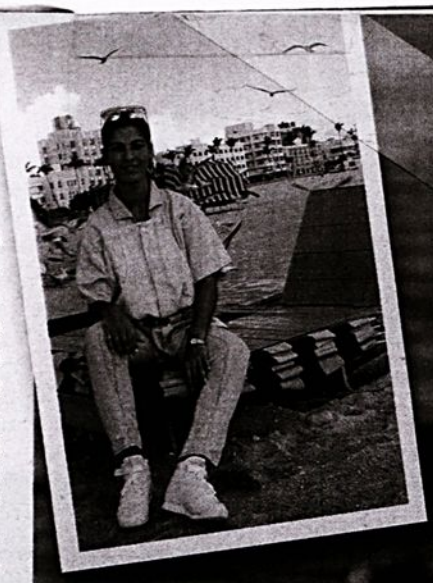
A formulação da frase acima é simples. Seus resultados práticos são formidáveis. "O importante é intercalar as atividades e diversificar os movimentos", ensina o personal trainer Mauro Guiselini, de São Paulo. Luiza Brunet que o diga. Anos atrás, ela imaginava que só conseguiria um corpo bem esculpido se abusasse da musculação. "Puxava ferro", como se diz no jargão das academias, diariamente — pesos de 50 quilos nos exercícios para as pernas. Hoje, não. Combina a musculação com aeróbica e alongamento. Depois de duas gestações, aos 37 anos, a silhueta dela é mais equilibrada e sua saúde mais sólida que no passado.

OSCAR CABRAL/ARQUIVO PESSOAL

Mara Lúcia Sarayba — 43 anos, empresária

	1985	2000
Sol	Sempre, sem nenhuma proteção	Eventualmente, com protetor solar fator 30
Atividade física	Nenhuma	Uma hora de caminhada três vezes por semana, bicicleta e dança
Alimentação	Muita carne vermelha e doces	Frutas e verduras
Remédio para emagrecer	Nenhum	Xenical e Reductil
Cirurgia plástica	Lipoaspiração na barriga, retirada de bolsas de gordura embaixo dos olhos, cirurgia para remover pele flácida da barriga	

unesp



Ao engravidar pela primeira vez, em 1985, a empresária Cristiana Arcangeli foi alertada que fazer atividades físicas durante a gestação era um perigo. No máximo, uma sessão de ioga aqui, outra de relaxamento ali. Resultado: quando Bianca nasceu, a mãe estava 12 quilos acima do peso. Foram necessários seis meses para voltar à forma. No final da década de 90, pesquisadores americanos jogaram uma pá de cal no velho mito. A prática regular de ginástica durante a gravidez não é apenas hábito seguro, mas recomendado. Quatro horas semanais de atividade aeróbica, com moderação, evitam o parto prematuro ao aprimorar o tônus muscular e o sistema imunológico. Quem olha para Cristiana hoje não diz que há cinco meses ela deu à luz Isabela. A empresária está enxutérrima: barriga durinha, braços e pernas com músculos delineados. Como? Exercitando-se (moderadamente, é bom repetir) até o sétimo mês de gravidez. Hoje, aos 38 anos, sente-se, e parece realmente, mais bonita e mais bem disposta que aos 23.

Claudia deu adeus às formas retas e à pele sem viço: ginástica disciplinada

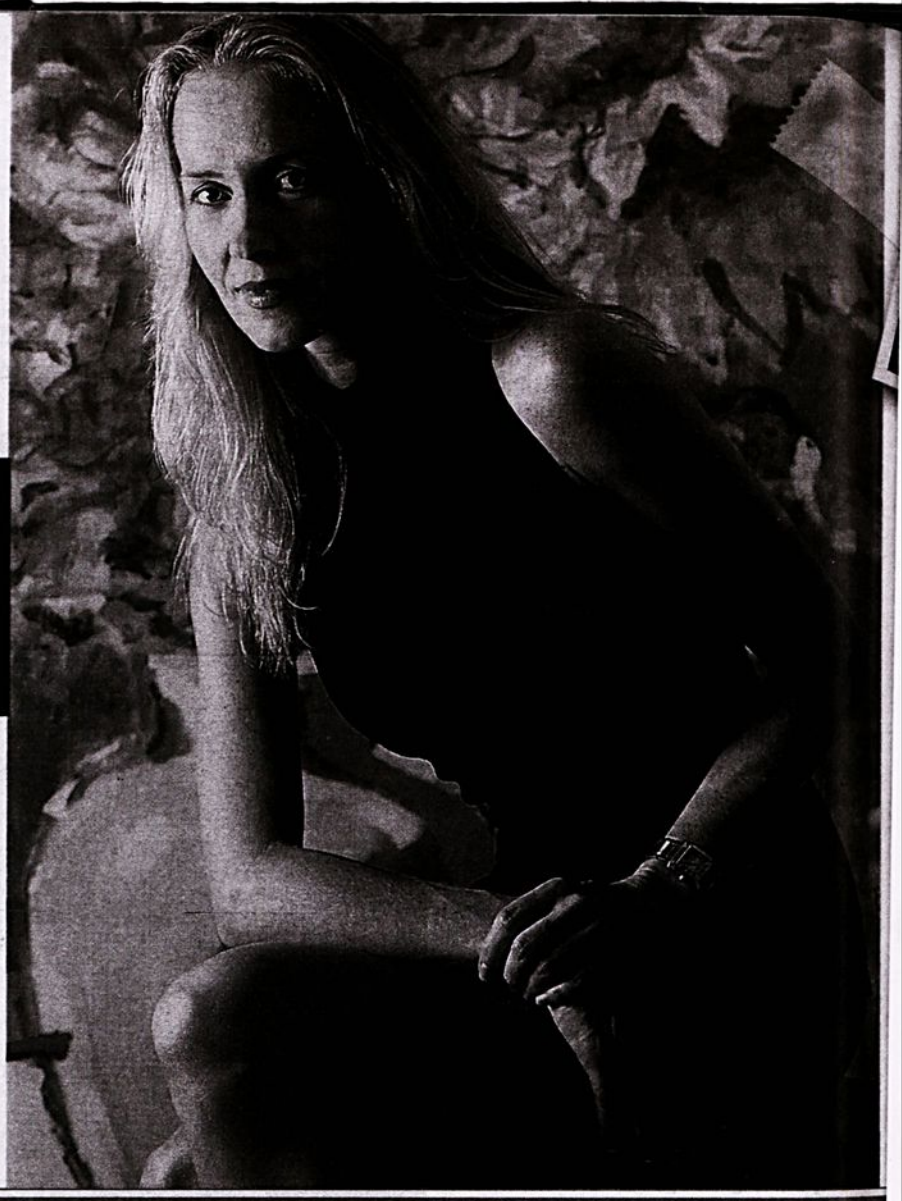
As mulheres mudam o jeito de olhar para si mesmas. "Elas estão se sentindo mais atraentes e confiantes", diz o psicólogo Angelo Monesi. A libido masculina atinge o ápice por volta dos 20 anos. A feminina, por volta dos 35. Só isso já é uma vantagem espetacular para o campo das mulheres. "A revolução sexual, na década de 60, foi apenas o pontapé inicial na libertação

SELMY YASSUDA/ARQUIVO PESSOAL

Claudia Slopper 40 anos, advogada

	1984	2000
Atividade física	Dança três vezes por semana	Três horas diárias de ginástica, sob a orientação de um personal trainer
Cigarro	Um maço e meio por dia	Nenhum
Alimentação	Não tomava café da manhã e quando se achava gorda, passava dias à base de líquido	Dieta balanceada e bebe 4 litros de água por dia

feminina", afirma a psicóloga Amparo Caridade, da Universidade Católica de Pernambuco. "Agora é a hora da explosão da feminilidade." As jovens senhoras sabem disso. "Foi-se o tempo em que só a mulher jovem era bonita e atraente", diz a advogada carioca Claudia Slopper, 40 anos, um filho de 24 e outro de 21. Dona de curvas voluptuosas, Claudia vira o centro dos olhares masculinos por onde passa.



ANTONIO MILENA

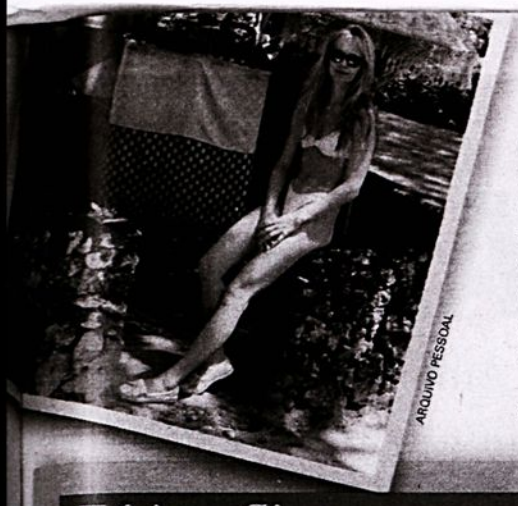
De mocinha franzina a mulherão: Fátima ganhou um novo perfil graças à musculação

Com os avanços na criação de outras técnicas e no aperfeiçoamento dos instrumentos, as cirurgias estéticas tornaram-se menos invasivas e mais seguras. Em 1980, a lipoaspiração ampliou os limites da plástica. Passou a ser possível retocar cinturas, culotes e nádegas sem as cicatrizes deixadas pelas cirurgias tradicionais. Na época, a gordura ainda era aspirada com cânulas de grosso calibre — 1,2 centímetro de diâmetro. Os resultados, não raras vezes, pioravam a situação. Hoje, além de agulhas bem mais finas, surgiram outras técnicas, como a lipoaspiração ultra-sônica. As ondas emitidas pelo aparelho destroem as células gordurosas, reduzindo o sangramento e a agressão ao organismo do paciente. Novas pró-

Em evolução

As mudanças nos tratamentos da saúde e da estética feminina

	Rugas		Seios	Gordura localizada	Ginástica
ANTES	**Ácido retinóico** Composto de vitamina A ácida, suaviza as rugas ao esfoliar a pele e estimular a produção de colágeno e elastina, substâncias responsáveis pela firmeza e elasticidade da pele. Utilizado em altas concentrações, o produto provocava vermelhidão e descamação da pele	**Peeling a laser** Com o laser de CO_2, a escamação da pele do rosto era profunda e extremamente agressiva	Os primeiros implantes de silicone, feitos à base das chamadas próteses lisas, durante o processo de cicatrização interno, comprimiam a cápsula de silicone provocando o endurecimento das mamas	No início da década de 80, o pós-operatório de uma lipoaspiração era dolorido. Muitas vezes, a região lipoaspirada ficava irregular	Quanto mais, melhor. Se, no dia seguinte, o corpo doesse, era sinal de que a ginástica estava sendo bem-feita
DEPOIS	Baixou-se a concentração do ácido sem que o produto final perdesse a capacidade de regeneração da pele. Adeus ao rosto vermelho e descascado	Sem queimar, os feixes de luz do laser de Nd:Yag reativam as fibras de colágeno do tecido, fazendo com que a pele nova nasça firme e rejuvenescida	As próteses mais modernas são texturizadas ou cobertas com esponja de poliuretano, o que reduz os riscos de endurecimento da mama	A lipoaspiração é feita com cânulas mais finas, o que reduz o risco de sangramento e permite a retirada mais uniforme de gordura, evitando deformações	Dor é sinônimo de que o organismo ultrapassou os limites ou de que o exercício foi malfeito. Os músculos precisam de descanso



ARQUIVO PESSOAL

teses de silicone, texturizadas ou cobertas com esponja de poliuretano, reduzem o processo de cicatrização interno. "Com isso, o risco de endurecimento das mamas caiu de 40% para 4% dos casos", afirma Luiz Carlos Garcia, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Aos 35 anos, a ex-modelo e empresária Luma de Oliveira é prova esfuziante desses avanços. Em 1996, depois do nascimento do segundo filho, lipoaspirou as gordurinhas extras da barriga. No ano seguinte, afilou o nariz. No outro, avolumou os seios — o tamanho do sutiã foi do 38 para o 40. Além das intervenções cirúrgicas, há dois anos Luma decidiu suar de verdade. Três horas de ginástica por dia — corrida na esteira, musculação e 400 abdominais. Resultado: 58 quilos distribuídos em 1,74 metro de altura. Ela hoje está apenas 2 quilos acima do que apontava a balança quando começou a carreira, aos 16 anos. A simples aritmética nesse caso significa pouco. Uma das grandes descobertas em busca da silhueta alinhada é a certeza de que o peso em si não é um indicador muito confiável. Músculo pesa mais que gordura. Por isso, apesar de mais pesada, a Luma rainha da bateria da Viradouro deste Carnaval não tem aquela barriguinha saliente e molenga da Luma musa da Caprichosos de Pilares do Carnaval de 1990. Tem mais. As pernas bem esculpidas de agora dispensam as meias usadas para disfarçar a celulite e flacidez das pernas da Luma de 25 anos de idade. Naquela época ela tinha a juventude do lado dela, mas o arsenal médico e estético a favor da beleza ainda era um tanto arcaico. ■

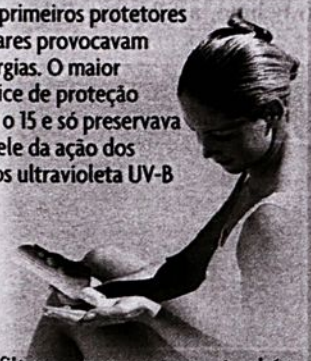
Com reportagem de **Silvia Rogar**, *do Rio de Janeiro*

Fátima Simonsen — 39 anos, pintora

	1989	2000
Sol	Sem nenhuma proteção	Evita ao máximo
Atividade física	Jogava tênis de vez em quando	Depois de cinco anos fazendo seis horas de ginástica localizada e musculação por dia, agora joga tênis três vezes por semana e corre uma hora e meia por dia
Alimentação	Comia de tudo, depois fazia dietas para perder os quilos extras	Muita fruta, verdura, carboidratos e carne branca. Aboliu a carne vermelha. Toma 3 litros de água por dia
Pele	Lavava o rosto com sabonete e usava óleo Johnson's como hidratante	Depois de usar ácido retinóico por um ano, atualmente aplica uma ampola de vitamina E no rosto por dia
Cigarro	Um maço por dia	Nenhum
Cirurgia plástica	Prótese de silicone nas mamas	

Bronzeamento

Os primeiros protetores solares provocavam alergias. O maior índice de proteção era o 15 e só preservava a pele da ação dos raios ultravioleta UV-B



Os filtros solares protegem também contra os raios UV-A, responsáveis pelo envelhecimento precoce da pele e pelo tipo mais letal de câncer cutâneo, o melanoma. Os produtos estão mais fluidos, fáceis de espalhar. Os índices de proteção chegam ao fator 60

Remédios para emagrecer

As anfetaminas cortam a fome mas têm um grave efeito colateral, o risco de dependência química



A sibutramina (nomes comerciais Reductil e Plenty) aumenta a sensação de saciedade, sem os efeitos adversos das anfetaminas. O orlistat (Xenical) atua apenas no intestino, reduzindo em 30% o total de gordura ingerido

Osteoporose

A doença só podia ser diagnosticada por radiografia, o que impossibilitava o descobrimento da osteoporose em estágio inicial

Uma espécie de ultra-sonografia do osso é capaz de detectar a perda de massa óssea precocemente. O exame é indicado para as mulheres a partir dos 40 anos — e não mais apenas depois da menopausa

Câncer de mama

A precariedade tecnológica dificultava o diagnóstico de tumores em pacientes mais jovens. A doença tendia a ser descoberta quando era tarde demais, em uma época em que a extirpação total da mama era o único recurso



As mamografias são indicadas a partir dos 35 anos. Com maior precisão de imagem, detectam lesões cancerosas não palpáveis, as chamadas microcalcificações. Removidas de imediato, as chances de cura beiram os 100%

CLAUDIO PEDROSO / EDUARDO POZELLA / FERNANDO LEMOS/STRAMA / LAURA BOSCO/SYGMA / J. MIRANDA / ANTONIO MILENA

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

ANEXO N

AS GAÚCHAS SÃO

Gisele, Alessandra, Jeísa e Shirley... Como o Rio Grande do Sul se tornou uma máquina de produzir top models

Rodrigo Vieira da Cunha

Gisele Bündchen, 19 anos, seios perfeitos e modelo do ano escolhida pela revista *Vogue*. Shirley Mallmann, 22 anos, olhos azuis de tirar o fôlego e modelo do costureiro Jean-Paul Gaultier. Alessandra Ambrósio, 18 anos, cabelos castanhos que brilharam na campanha internacional da loja Guess. Jeísa Chiminazzo, 14 anos, rosto de menina da campanha da grife Philosophy. Além da beleza indiscutível, todas essas feras das passarelas internacionais têm outra característica em comum: nasceram no Rio Grande do Sul, o Estado que se tornou o maior celeiro de beldades do país. O Brasil tem cerca de 4 000 modelos em atividade. Aproximadamente 20% desse total nasceu no Rio Grande do Sul. Considerada apenas a lista das seis maiores agências do país, a chamada elite do mercado da moda, 29% das profissionais são gaúchas — mais do que qualquer outro Estado. "As modelos gaúchas realmente estão num momento espetacular", diz Rose Daguano, gerente-geral da Associação Brasileira de Agências de Manequins e Modelos.

Gisele Bündchen: sucesso da número 1 motiva outras meninas gaúchas

DANIEL SIMON/GAMMA

Seria injusto afirmar que as mais belas mulheres do Brasil são do Rio Grande do Sul. É uma questão de gosto e isso, como já é sabido, não se discute. Mas existem algumas razões para que as modelos gaúchas sejam maioria no mercado. primeira é que o padrão internacion de beleza mais aceito hoje se encai como uma luva nas características sicas das mulheres dos pampas. N editoriais de moda e nas passarel domina o estilo europeu, de mulher com quase 1,80 metro de altura, pe clara e olhos azuis ou verdes. E is não falta no Rio Grande do Sul, Est do onde a população é formada p descendentes de imigrantes alemãe italianos e poloneses. Outro fator q explica a proliferação de modelos Rio Grande do Sul é a determinaçã Geralmente vindas de famílias humi des e sem muitas perspectivas de crescimento na vida, elas se inspiram nos exemplos de

Alessan Ambró gauch na campa da Gu



EMAIS

sucesso e tomam a carreira de modelo como um norte para o sucesso profissional. E levam o assunto a sério. Muitas vezes com sacrifício. Deixam para trás a família e se mudam para cidades e até países estranhos e quase sempre vivem em repúblicas, com o dinheiro contado. E, diferentemente do que acontece com certas modelos, elas não fazem frescura, biquinhos. Acordam cedo e evitam festas estafantes. "As gaúchas vêm para vencer", diz Eli Hadid Wahbe, dono da agência Mega. "Elas têm muita raça e mostram um profissionalismo acima da média."

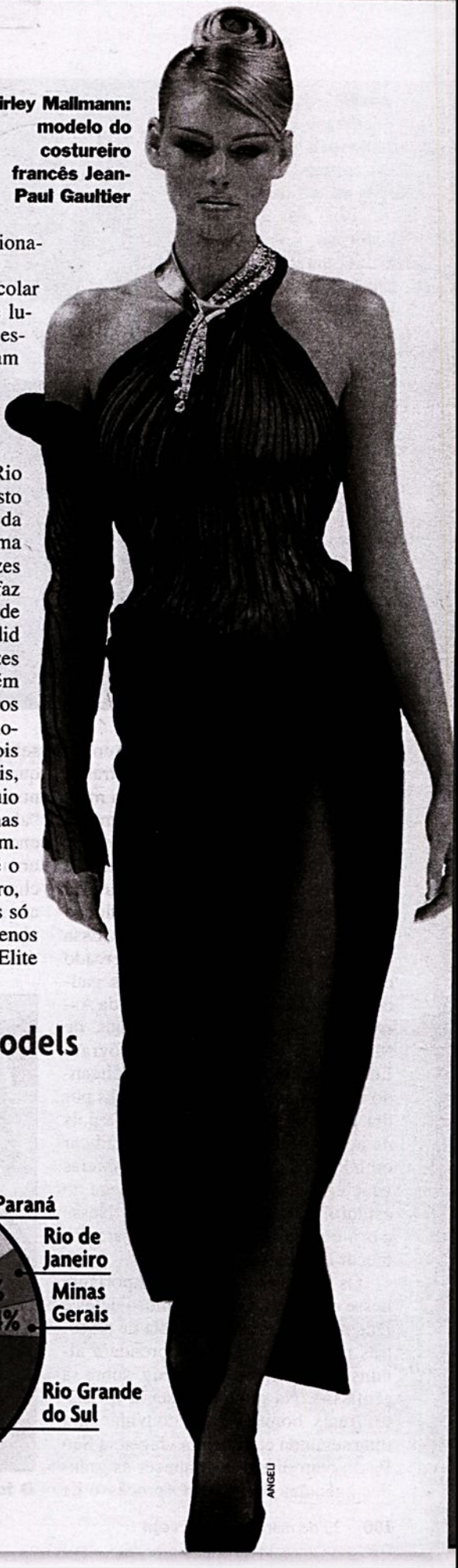
ísa Chiminazzo, 4 anos: a mais vem entre as velações do Sul



ANTONIO MILENA

As chances de uma gaúcha decolar nas passarelas são tão boas — e lucrativas — que as agências e os escritórios caça-talentos montaram um esquema de ataque às moçoilas no Estado. A filial gaúcha da Elite mobiliza regularmente um pequeno exército de 25 pessoas para vasculhar o interior do Rio Grande do Sul em busca do rosto novo. Zeca de Abreu, diretor da agência paulista Marilyn, costuma voar até Porto Alegre quatro vezes por ano (o dobro das visitas que faz a outras regiões) para conferir de perto algumas promessas. Eli Hadid Wahbe, da Mega, viaja duas vezes por ano, somente para o Sul. Além do interesse especial dos brasileiros pelas gaúchas, agentes internacionais já descobriram o filão. Há dois anos, enviados de agências de Paris, Milão, Nova York, Londres e Tóquio costumavam parar em São Paulo nas visitas periódicas de garimpagem. Agora, eles esticam a viagem até o Rio Grande do Sul. Em dezembro, os japoneses fizeram três seleções só com modelos gaúchas e os chilenos estão hoje com três modelos da Elite de Porto Alegre.

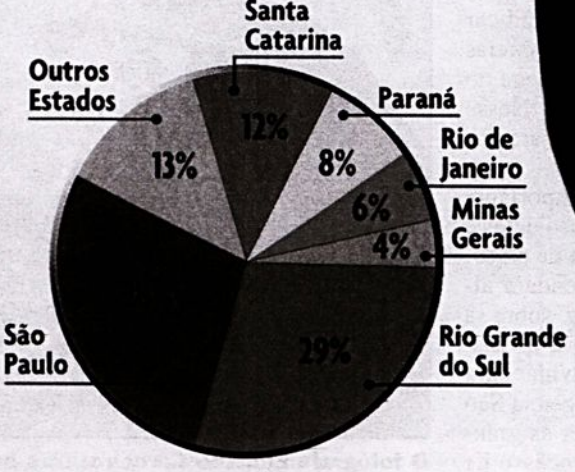
Shirley Mallmann: modelo do costureiro francês Jean-Paul Gaultier



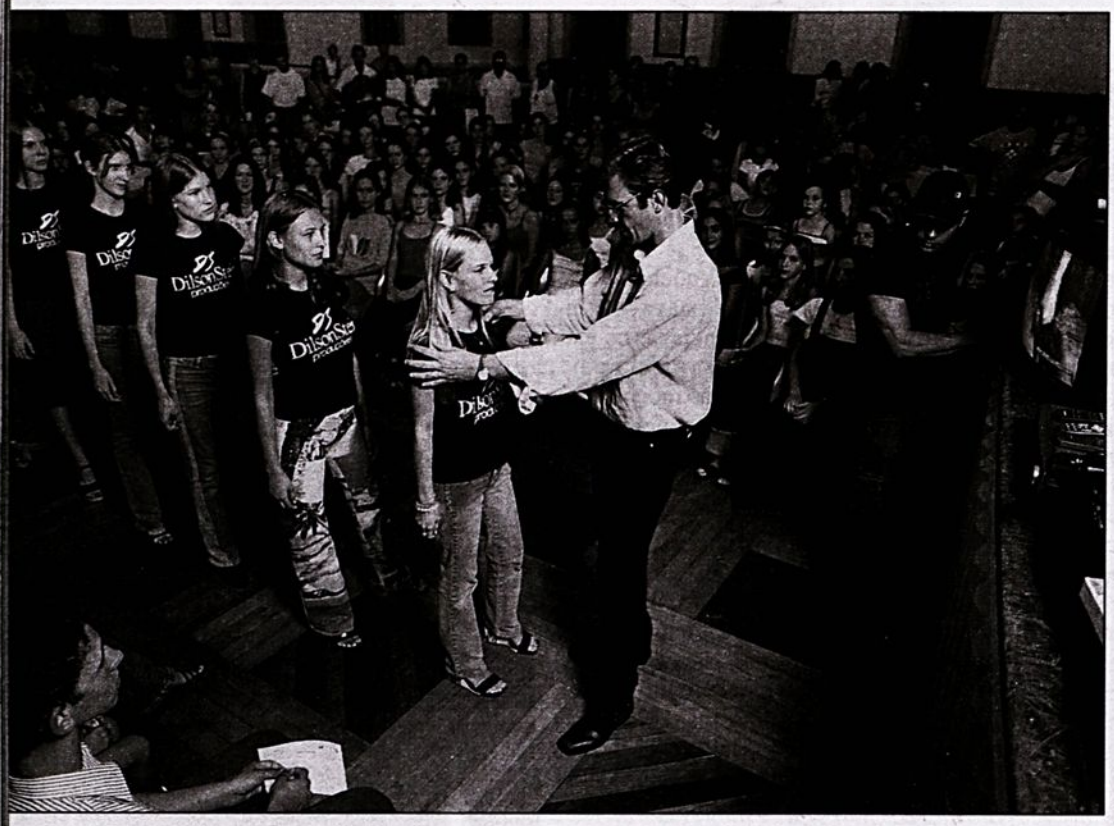
ANGELI

A origem das top models

As modelos gaúchas são maioria no casting das grandes agências do país



Fontes: *Ford, Mega, Next, Marilyn, L'Equipe e Success*



O olheiro Dílson Stein: orgulho de ter descoberto 100 talentos, entre eles, Gisele Bündchen

O esquema das agências conta com uma série de anônimos trabalhando na busca por uma menina mais bonita. Há uma extensa rede formada por pessoas que atuam como olheiros, escolas que dão cursos de modelos e incontáveis concursos de beleza. Há uma verdadeira linha de produção com sede no Rio Grande do Sul. Essa estrutura chega a despejar no mercado cerca de oitenta novas modelos gaúchas a cada ano, segundo dados da Associação Brasileira de Agências de Manequins e Modelos. O fotógrafo Eduardo Carneiro, há seis anos clicando moda, faz em média três books por dia para aspirantes a modelo. Depois de acabar o trabalho, ele pode indicar ou não a moça para uma das agências gaúchas. Quem tem sorte já chega ao estúdio com a recomendação. Nesse caso, é só ter o book na mão para começar a trabalhar.

Os olheiros são parte importante nesse esquema. O mais famoso deles é Dílson Stein. Ex-modelo, ele dá palestras para que as jovens aprendam alguns ensinamentos básicos sobre a profissão. Na platéia, observa os rostos mais bonitos e as convida para uma segunda etapa: uma viagem a São Paulo com direito a conhecer as grandes agências do ramo. O processo de seleção é altamente rigoroso, pior do que o vestibular. De acordo com seus números, Stein deu palestras a 15 000 "alunas". Dessas, 100 meninas foram encaminhadas às grandes agências — uma em 150. Uma de suas descobertas chama-se Alessandra Ambrósio, 18 anos, estrela mundial da nova campanha da Guess. Seu maior orgulho é ter detectado numa dessas palestras a presença de Gisele Bündchen. Convidada a viajar para São Paulo, Gisele acabou apresentada à fama e à fortuna. Para Stein, o estouro da top model rendeu dividendos. Mais valorizado no mercado, passou a dar cursos em Salvador e São Paulo e sua agenda vive lotada.

O prestígio das mulheres gaúchas não vem de hoje. Em 1963, a miss Universo, Ieda Maria Vargas, saiu do Brasil. Na década de 80, uma loirinha chamada Xuxa Meneghel conquistou o país. Na década passada, Shirley Mallmann tornou-se a primeira brasileira a entrar no seleto grupo das supermodels internacionais. Todas lá da terrinha, tchê. Mas foi no embalo do sucesso da top das tops Gisele Bündchen que as bonitinhas dos pampas se animaram para valer. Elas querem alcançar o estrelato e, quem sabe um dia, poder faturar 7 500 dólares por uma simples voltinha na passarela. ■



O fotógrafo Eduardo Carneiro: três books por dia

ANEXO O

O padrão nórdico

No país que já pertenceu às morenas, a loirice virou um estilo, um jeito de vencer na vida

Quem viu Xuxa e Hebe Camargo frente a frente em um recente programa da Rede Globo levou um susto. Emolduradas pelos cabelos loiríssimos, elas estavam iguaizinhas — descontadas, é claro, certas reentrâncias. A imagem das duas apresentadoras resume um fenômeno: entre as artistas, ser loira virou definitivamente um estilo, um jeito de aparecer e vencer na carreira. E como são as artistas que, em geral, influenciam a metade feminina da população brasileira, pode-se ter uma idéia de como o modelo vem sendo clonado à exaustão. As loiras televisivas se dividem em grupos com características distintas. O primeiro é o das loiras para consumo infantil. Suas representantes são Angélica, Eliana, Jackeline Petkovic, todas na casa dos 20 anos. Elas têm cabelo comprido, quase não utilizam maquiagem e estão invariavelmente de barriguinha de fora. Na mesma faixa de idade, há as que se enquadram na categoria vamp, como Adriane Galisteu e Carla Perez. Bem mais extrovertidas do que as demais, usam roupas coladas e decotes profundos. O terceiro grupo é composto de loiras, digamos, clássicas. Ainda que a contragosto, a belíssima Xuxa faz parte dessa turma. Sabe como é, apesar de todo aquele silicone, ela já está com 37 anos e não mostra o mesmo viço de quando era a preferida de Pelé. Loiras clássicas cortam o cabelo mais para o curto e disciplinam o penteado à custa de gel ou laquê. A maquiagem é carregada, para disfarçar as marcas do tempo, e as fendas e decotes mais deixam entrever do que revelam. Em certos casos, prometem o impossível, num caso típico de propaganda enganosa. Pertencem a esse pelotão, entre outras, Ana Maria Braga, Cléo Brandão e, evidentemente, Hebe Camargo.

Ser loira em um país de morenas é uma maneira de sobressair e também de atender ao gosto da tigrada do sexo oposto (gosto colonizado, enfatizaria um mal-humorado). O curioso é que, apesar da preferência nacional pelo padrão nórdico, muitas mulheres só têm coragem de tingir os cabelos, emulando as artistas de televisão, quando os primeiros fios brancos aparecem. Tanto que um engraçadinho já disse que as brasileiras não ficam velhas, ficam loiras. Mas é precipitado dizer que a loirice artificial, não importam as razões que levam a ela, é uma deformação terceiro-mundista. Também nos países avançados o fato se verifica — e de há muito. Loira, afinal de contas, é um ser especial desde que o cinema assim decretou. A pioneira foi a atriz Jean Harlow (cabelo original: castanho), que na década de 30 mesmerizava os homens com seu tom platinado e sua piteira fatal. O arquétipo, Marilyn Monroe (cabelo original: castanho escuro), protagonista do filme *Os Homens Preferem as Loiras*. Embora na maioria das vezes eles se casem é com as morenas, Marilyn fez a alegria dos fabricantes de tinturas, servindo de ins-



CIDA SOUZA



MARIO LLAGUNO



CIDA SOUZA

O tipo vamp: roupas coladas ao corpo e muita desinibição na categoria liderada por Adriane Galisteu e Carla Perez



CARLOS IVAN/AG. O GLOBO



VLADIMIR FERNANDEZ

As clássicas: cabelo mais curto e fendas que só prometem no padrão de Ana Maria, Hebe, Xuxa e Cléo

piração para zilhões de mulheres nos anos 50. Foi nessa época que Hebe aderiu à água oxigenada, depois de uma viagem aos Estados Unidos. "Vi aquelas loiras maravilhosas e pensei: por que não ficar como elas?", conta, orgulhosa de ter introduzido a moda em território nacional. Hebe foi variando o tom até chegar ao atual, retocado a cada duas semanas — a manutenção média da moçada que consome de um a dois tubos de tintura para conservar o dourado capilar.

Bate aí na madeira — Ser loira não é fácil. Mesmo quem nasceu clarinha, como Angélica e Jackeline, reforça a loirice com xampus tonalizantes. E depois que a cantora Madonna (cabelo original: castanho escuro) inventou que não basta ser loira, tem de ser forte, as visitas regulares ao cabeleireiro têm de ser intercaladas com muita malhação. Muuuiiita. Por razões insondáveis, é até possível ser morena e cheinha. Mas loura e gordota? Nunca, jamais, bate aí na madeira. Basta verificar, numa pesquisa informal, o número de loiras que suam a camisa nas academias. Para todas, as medidas ideais são as de Adriane Galisteu. "Para emagrecer, o negócio é ter dedicação. E isso nem sempre é simples ou prazeroso", diz ela. Adriane perdeu 14 quilos à base de sopinhas ralas e sessões diárias de exercícios esfalfantes. Quem quiser manter o corpinho de loira televisiva come cada vez menos à medida que os anos passam. Aos 50 anos, o regime de fome prevê o mesmo que para uma criança de 10 anos: 1 200 calorias por dia. O tempo que se economiza nas refeições pode ser gasto na ginástica. Não menos que duas horas de exercícios diários, cinco vezes por semana. "Três vezes já dá condicionamento físico, mas é preciso mais para esculpir o corpo", afirma Luiz Sene, personal trainer de Eliana e da também platinada Sheila Mello. Agora dá para entender por que, para ser loira, não é imprescindível cultivar a massa cinzenta. Cadê o tempo para estudar? ■



FOTOS ELINA GERMER, CIDA SOUZA E J.M. RICARDO

As loiras para consumo infantil: a barriguinha de fora é uma constante em Eliana, Jackeline e Angélica

ANEXO P

FÁBRICA DE MISSES

O bisturi vira arma para vencer concursos e há médicos que nem cobram pelas operações

Diogo Schelp

Ainda vai chegar o dia em que os organizadores de concursos de beleza entregarão duas faixas: a de mulher mais perfeita e a de melhor cirurgião plástico. Pelos métodos que vêm sendo usados na preparação de algumas candidatas a miss, ninguém vai espantar-se. No Rio Grande do Sul, o Estado que forneceu a vencedora de sete dos 53 concursos de miss Brasil já realizados, a candidata Juliana Borges, de 22 anos, olhos esverdeados, 1,80 metro de altura e 1,20 de comprimento de pernas, acha que tudo isso é pouco para alcançar o título na próxima edição, que se realizará em 18 de março de 2001. Ela está fazendo um recondicionamento cirúrgico em vários pontos do corpo. Nas contas de seu cirurgião plástico, Almir Moojen Nácul, de Porto Alegre, são dezesseis intervenções, considerando separadamente, por exemplo, cada um dos lados da cintura. "Nunca uma candidata topou mudar tanta coisa", diz, orgulhoso, o empresário de Juliana, Evandro Hazzy.



PAULO FRANKENAG. RBS

Hazzy: "Tenho um acordo com o médico"

Quando foi eleita miss Rio Grande do Sul, em outubro deste ano, Juliana pensava apenas em aumentar os seios e engrossar os lábios. Na primeira consulta com Nácul, o empresário e o médico fizeram uma lista um pouco maior de itens. Explicaram para ela que seu rosto era muito comprido, enquanto o padrão estético das misses é de feições arredondadas. "Pode parecer que não há nada para ser melhorado", diz Nácul. "Mas sempre é possível deixar o conjunto mais harmônico." Nos dias seguintes, Hazzy voltou a defender as cirurgias. Deixou claro que ela não precisaria pagar nada além do silicone. Feito em pacote, um conjunto de operações como o dela custa por volta de 15 000 reais. "Tenho um acordo com o doutor Nácul", explica o empresário. "Ele opera as misses sem nenhum custo." Hazzy quer criar no Rio Grande do Sul uma fábrica de misses nos moldes da que existe na Venezuela, o país campeão em número de misses Universo, o máximo a que uma mulher pode chegar em provas de beleza.

A razão de Nácul para trabalhar de graça passa a ser compreensível quando explicada por outra modelo gaúcha. Segundo Karen Köhler, de 20 anos, que também recebe de Hazzy a orientação sobre sua carreira, o médico

Como o corpo dela vai mudar

ORELHAS
- Cirurgias para aproximá-las da cabeça

ROSTO
- Preenchimento da curva do nariz para eliminar uma cavidade sobre o osso
- Pela técnica conhecida como bioplastique, injeção de uma substância no lábio superior para engrossá-lo
- A mesma técnica, que estimula a produção de colágeno, será usada para deixar o queixo menos saliente
- A bioplastique servirá ainda para ressaltar as duas linhas da mandíbula
- Também as maçãs do rosto sofrem uma intervenção para ficar mais evidentes

SEIOS
- Recebem 125 mililitros de silicone para que a medida aumente de 90 para 95 centímetros

ABDOME
- Lipoaspiração na barriga para deixá-la mais lisa
- Lipoescultura nas laterais da cintura para reduzir a medida de 65 centímetros para perto de 60

NÁDEGAS
- Lipoescultura para arredondá-las

Juliana Borges: plástica em dezesseis partes do corpo, por conselho do médico e do empresário



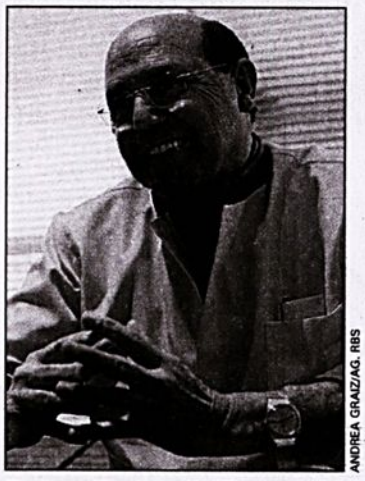
Karen não teve de pagar o serviço: era só ir aos jornais e à TV e falar do cirurgião

FOTOS LIANE NEVES

ganha em publicidade na imprensa em vez de faturar cobrando diretamente pelas "melhorias" cirúrgicas. Karen, que foi Garota Verão 1998, está fazendo com ele oito modificações, uma delas para ganhar 4 centímetros de busto. Em vez de pagar em dinheiro pelo serviço, ela aparece nos jornais e na televisão falando de Nácul. O médico nega que haja esse tipo de acordo. "A única coisa que não cobro são os meus honorários", ele afirma. Segundo Nácul, o pagamento dos assistentes e o material são cobrados. Entidades médicas condenam negócios entre profissionais e pacientes para o pagamento de honorários.

As maiores rivais das gaúchas no concurso de miss Brasil são as mineiras. Mas lá também há muitas candidatas que turbinam seus dotes naturais. O cirurgião plástico Célio José de Oliveira, da cidade de Contagem, há seis anos prepara as garotas para concursos. "Comecei com Renata Bessa, que era candidata a miss Minas Gerais", conta Oliveira. "Quando ela ganhou, em 1995, ganhamos junto com ela, porque ficamos conhecidos entre as candidatas", diz. Hoje, ele participa do concurso também como juiz. Segundo o cirurgião, as garotas normalmente pagam por seus serviços. "Mas, em alguns casos, as vencedoras podem ser premiadas com um tratamento estético ou uma cirurgia", conta. O código de ética médica veda explicitamente que um profissional ceda seus serviços como prêmio em algum concurso. Procurado para tratar dos aspectos éticos do comportamento dos colegas, o presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, Luiz Carlos Celi Garcia, diz que só se manifestaria se houvesse uma denúncia formal em algum Conselho Regional de Medicina.

Na semana passada, a gaúcha Juliana Borges estava em sua cidade natal, Santa Maria, recuperando-se da primeira fase das plásticas, envolvendo orelhas, lipos e prótese nos seios. Tinha uma faixa na cabeça e um colete por baixo da roupa, como curativos das intervenções. A bateria seguinte está marcada para esta semana. A experiente miss Brasil de 1986, Deise Nunes, acha que as colegas mais jovens estão tomando decisões prematuras. "Deviam esperar um pouco mais e analisar as vantagens de fazer tantas cirurgias", ela avalia. "Uma coisa é a Venezuela, onde ser miss é uma carreira. Outra é o Brasil, onde uma miss é facilmente esquecida no ano seguinte." ■



O cirurgião Nácul: "Sempre há algo que pode ser melhorado"

ANDREA GRAIZ/AG. RBS

ELAS VENCERAM

As mulheres superam o preconceito, cultivam músculos robustos, corpos bem definidos e ameaçam a supremacia dos homens no esporte

Maurício Cardoso
***Fotos de* Claudio Edinger**

Pela primeira vez na história, a delegação brasileira que viaja em setembro para as Olimpíadas de Sydney terá quase tantas mulheres quanto homens. Em que pese algum contratempo até o dia do embarque, o time verde-amarelo deverá contar com noventa mulheres e 110 homens. A porção feminina do esporte brasileiro já supera as médias de participação das últimas Olimpíadas, realizadas em Atlanta. Naquela época o contingente feminino já havia sido recorde. De cada três brasileiros que vestiram o uniforme nacional em Atlanta, um era mulher. Agora, o time feminino representa 45% do total. E não é só uma questão de números, mas também de qualidade. Os jogadores de basquete masculino, por exemplo, nem vão a Sydney, enquanto as mulheres têm potencial para chegar ao pódio. As chances femininas no vôlei são melhores do que as masculinas. No vôlei de praia nem se fala — elas podem repetir a façanha de Atlanta, quando conquistaram duas medalhas.

Interessante fenômeno este das atletas olímpicas. Ele é a manifestação de vanguarda de uma situação que as mulheres de hoje vivem com intensidade em outras esferas. Nesse particular, as brasileiras não são uma exceção nem como mulheres, nem como esportistas. Os 3 bilhões de mulheres do planeta estão gradativamen-

Brasileiras e brasileiros
A participação de atletas do Brasil nas Olimpíadas



CLAUDIO EDINGER



"Gosto de competir com os homens porque eles me estimulam. Eles ficam loucos quando perdem."

MAURREN HIGA MAGGI,
campeã de atletismo

FOTOS CLAUDIO EDINGER



DIVULGAÇÃO

"Eu me pinto e passo batom, porque beleza é fundamental e ajuda a conseguir patrocínio."

CARLA MORENO,
23 anos, triatleta

te aumentando sua participação na vida social, política e econômica. Há mulheres governando países, dirigindo grandes empresas, fazendo pesquisas, pilotando aviões. Elas já são maioria nas universidades, ocupam cada vez mais postos de trabalho e são as responsáveis pelas compras da família. O Brasil tem mais mulheres com 2º grau completo do que homens. De cada dez trabalhadores de todos os níveis, quatro vestem saias. O esporte, conseqüentemente, faz parte dessa revolução. Até uma década atrás, mulheres esportistas eram olhadas de soslaio. Afinal, julgavam os preconceituosos de sempre, como conciliar atributos tão distintos quanto a condição feminina e a força atlética? A emancipação feminina mudou essa perspectiva. "Musculosas e suadas, as mulheres são aceitas como mulheres hoje em dia. É uma coisa natural. Há alguns anos era inaceitável", diz a americana Lindsay Davenport, a número 1 do ranking mundial de tênis. Para ilustrar essa transformação, VEJA encomendou um ensaio ao fotógrafo Claudio Edinger com seis das mais destacadas atletas olímpicas brasileiras. O resultado, surpreendente, pode ser apreciado nesta reportagem.

As campeãs que estão entrando em campo hoje fazem parte da primeira geração das filhas de pais que valorizam o esporte e os cuidados com o corpo. A paulista Carla Moreno, uma das integrantes da equipe olímpica de triatlo, por exemplo, começou a fazer esporte com 5 anos, acompanhando a mãe na academia de ginástica. Aos 23 anos, Carla é uma profissional bem-sucedida e ajuda os pais nas despesas de casa, em São Carlos, no interior de São Paulo. "Sou de uma família moderna, pratico um esporte moderno e não tive de enfrentar grandes resistências para me impor no esporte por ser mulher", diz ela.

Não faz muito tempo que o mundo passou a encarar a mulher esportista com naturalidade. Agora, com o ocaso das modelos de fisionomia famélica e a súbita valorização na moda de rostos e



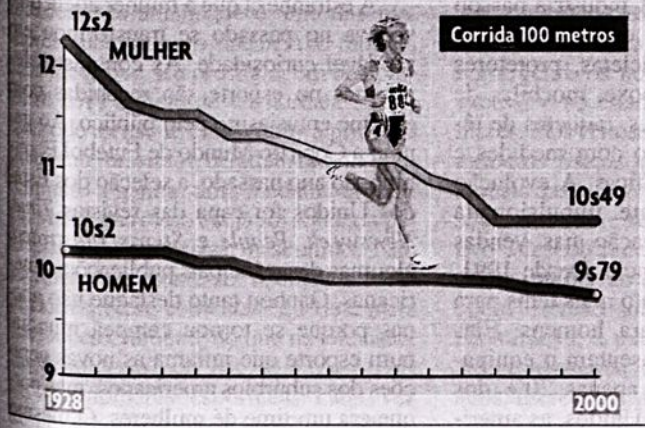
REUTERS

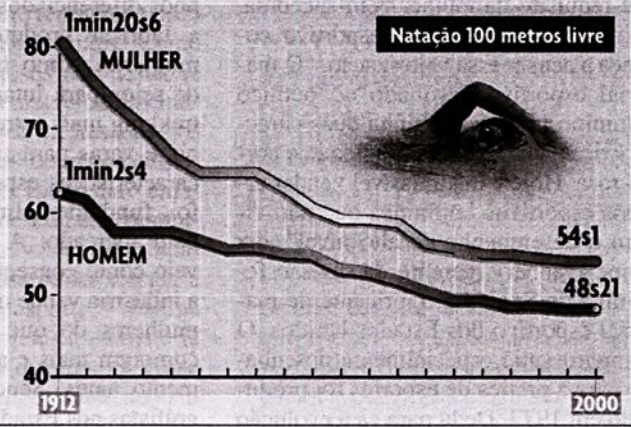
"Quando meu filho nasceu, meu marido assumiu também o papel de mãe."

VIRNA,
28 anos,
jogadora de vôlei

O limite de cada um

A diferença de desempenho entre homens e mulheres diminuiu, mas tende a se estabilizar





FOTOS CLAUDIO EDINGER



"Chamaram as modelos para embelezar o futebol, mas na hora de jogar as feinhas é que resolvem."

SISSI,
32 anos, jogadora de futebol

corpos que parecem vender saúde, o visual esportivo passou a ser quase um pré-requisito da mulher bem-sucedida. A indústria de material esportivo começa a acusar essa valorização. "O material esportivo destinado ao público feminino no passado tinha duas características: era de baixa qualidade e cor-de-rosa. Hoje é inadmissível vender artigos esportivos femininos que não visem o desempenho de alto nível", diz Anne Flannery, gerente da divisão feminina da Spalding, fabricante de material esportivo dos Estados Unidos. O primeiro sutiã especialmente desenhado para a prática de esportes foi produzido em 1977. De lá para cá a evolução foi tremenda. Hoje, até o calçado esportivo feminino tem medidas e desenhos diferenciados. A indústria passou a fabricar produtos específicos para mulheres, como bicicletas, protetores de seios para lutar boxe, mochilas de trekking mais estreitas, raquetes de tênis e varas para salto com medidas e características específicas. A evolução foi fundamentalmente impulsionada pelo mercado. A reação nas vendas veio como conseqüência. Desde 1991, a indústria vende muito mais tênis para mulheres do que para homens. Elas compram mais e aposentam o equipamento antes. Sendo apenas 20% dos golfistas nos Estados Unidos, as americanas adquirem 50% de todos os produtos destinados a esse esporte.

A estranheza que a mulher atleta provocava no passado se transformou em saudável curiosidade. As conquistas femininas no esporte são recebidas com enorme entusiasmo pelo público. Ao ganhar a Copa do Mundo de Futebol Feminino, no ano passado, a seleção dos Estados Unidos foi capa das revistas *Time, Newsweek, People* e *Sports Illustrated*, algumas das principais publicações americanas. Ganhou tanto destaque não apenas porque se tornou campeã mundial num esporte que inflama as novas gerações dos subúrbios americanos, mas porque era um time de mulheres. O mesmo



"No início, sentia vergonha de fazer musculação. Hoje adoro meus músculos."

DANIELLE ZANGRANDO, 20 anos, judoca

PUBLICAÇÃO

fenômeno pode ser detectado no Brasil. Maurren Higa Maggi, a melhor atleta brasileira da atualidade e uma das melhores saltadoras em distância do mundo, reconhece que seu prestígio, em boa parte, se deve ao fato de ser mulher. Maurren pode tornar-se em Sydney a primeira praticante brasileira de atletismo do sexo feminino a ganhar uma medalha olímpica. Mas antes disso ela já foi sondada para posar para revistas masculinas. Não aceitou, mas sente-se lisonjeada. "As pessoas sempre comentam que sou mais bonita pessoalmente do que na televisão. Eu gosto disso", diz ela.

As mulheres esportistas cada vez despertam mais atenção. O sociólogo australiano Murray Phillips fez um estudo sobre a maneira como a imprensa de seu país cobre o esporte feminino e tirou conclusões muito interessantes. Como regra geral, os noticiosos dão destaque excessivo ao estado emocional das mulheres. "Os leitores são informados dos atributos físicos e das condições emocionais das atletas com muito mais ênfase do que sobre seu desempenho esportivo", descobriu Murray. "A sensibilidade da mulher ao stress nunca escapa a quem escreve sobre esporte." Martina Navratilova, a maior tenista da história até se aposentar das quadras há cinco anos, escreveu um artigo, publicado em 1996, em que demonstrava sua irritação

A divisão do esporte

Dos 296 eventos programados para Sydney

166 são masculinos

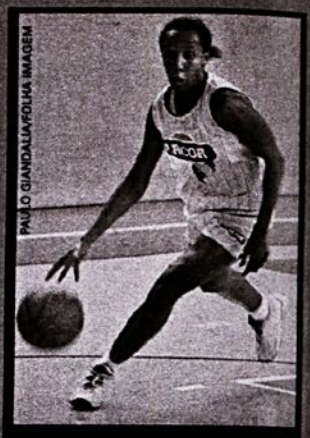
118 são femininos

12 são mistos

- Em boxe e luta livre só concorrem homens
- Em ginástica rítmica e nado sincronizado só disputam mulheres
- Em eventos mistos, na prática, só competem homens. Apenas no hipismo as mulheres concorrem em igualdade de condições

unesp

CLAUDIO EDINGER



PAULO GIANDALIA/FOLHA IMAGEM

"Um namorado deu o ultimato: esporte ou ele. Preferi o esporte. Foi a escolha certa."

JANETH ARCAIN,
31 anos,
jogadora de basquete

com a diferença de tratamento. "Se um grande tenista homem chorar na quadra, será descrito como histérico ou se dirá que ele está num de seus maus dias?", perguntou Martina. "Por que sempre que um jogador atua mal se diz que ele 'jogou como uma moça'? Por que toda mulher atleta é vista como homossexual e todo homem atleta é presumidamente heterossexual?"

"Não gosto desse tipo de comparações. Homens e mulheres são diferentes dentro e fora das quadras. Ponto final", diz Janeth Arcain, 31 anos, a tricampeã da liga americana e melhor jogadora do basquete brasileiro em atividade. As brasileiras do futebol terminaram a última Copa do Mundo em terceiro lugar e vão a Sydney sonhando em ganhar uma medalha. A atacante Sissi, que terminou a Copa como artilheira, foi eleita a segunda melhor jogadora do mundo. Mas de volta ao Brasil, continuou tendo de jogar futebol de salão para completar seu salário de 4 000 reais por mês. A maior dificuldade que enfrenta, no entanto, é a língua de serpente. "A primeira pergunta que me fazem é se tenho namorado. Para os jogadores essa é uma questão que aparece depois. Por quê?", pergunta ela. Sissi prefere ver futebol a assistir novela na televisão e corta o cabelo curtinho, como homem. "Sexualidade é coisa íntima sobre a qual não tenho de dar satisfação."

No Brasil, o futebol ainda é o reduto masculino por excelência. Isso não é machismo típico de brasileiro. Como regra geral, o esporte mais popular de um país é reserva de mercado dos homens. Nos Estados Unidos, o futebol feminino é uma febre nacional, mas o basquete das mulheres é uma diversão que encanta uma parcela muito pequena da população. Não por outra razão, o futebol feminino, embora já seja o esporte mais praticado pelas alunas dos colégios de classe média das grandes cidades, no Brasil ainda é curiosidade de minorias. Por outro lado, o basquete de mulheres já gerou atletas que se tornaram ídolos de alcance nacional. ■

unesp



O

NO

O importante não é apenas vencer, mas também ter presença, estilo, vender uma imagem de glória

Dorrit Harazim

A medalha de bronze pendurada no pescoço da ginasta russa Ekaterina Lobaznikouk quase lhe batia nas pernas, na semana passada, durante a premiação da prova de salto no cavalo. Pudera: a atleta mede apenas 1,41 metro, pesa 40 quilos e parece ter no máximo 13 anos de idade — na verdade, tem 17. Como a maioria de suas adversárias e companheiras de equipe, Ekaterina parece de borracha, não de carne, músculos, veias, ossos e sangue. Desde sempre tem sido assim. Só que essas atletas em miniatura, que têm público cativo em todas as Olimpíadas, davam a impressão, pela primeira vez, de estar completamente deslocadas nos Jogos de Sydney. Jamais seus topetes e franjas endurecidos de laquê, chuca-chucas e presilhas no cabelo, maquiagem que se desmancha no choro e roupas de competição saídas de um guarda-roupa Barbie pareceram tão anacrônicos. Quase uma aberração. Isso porque, nestes Jogos Olímpicos do ano 2000, celebrou-se como nunca a mulher atleta plena, orgulhosa de seus músculos, vaidosa de seu corpo. Nem todas eram bronzeadas como no vôlei de praia, belas como no time de vôlei da Itália ou torneadas como as estreantes olímpicas do salto com vara — modalidade do atletismo até então vetada a mulheres. Contudo, para a grande maioria das 4 254 mulheres que representaram 42% do total de com-

SYGMA

TUDO EM CIMA

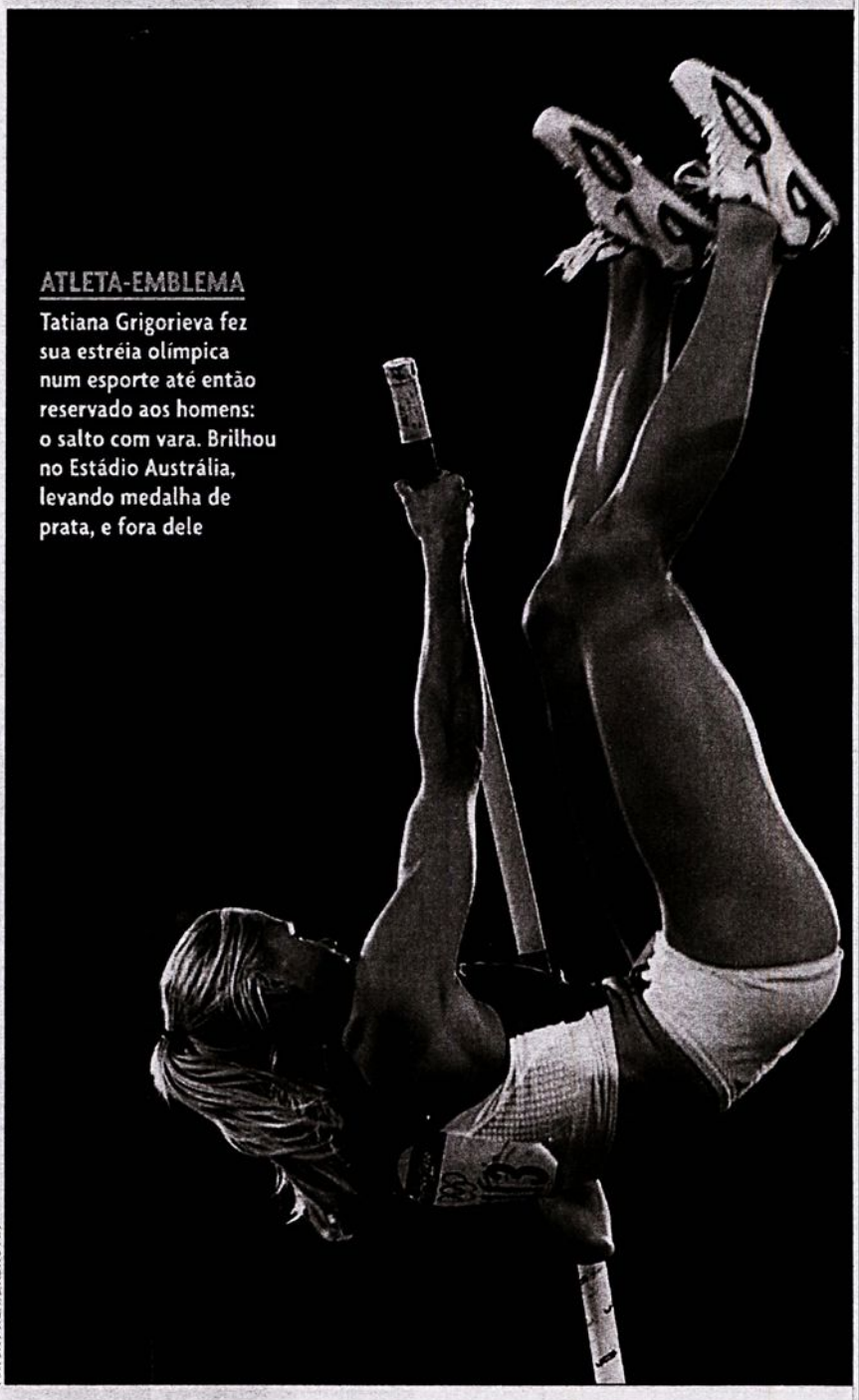
Nos Jogos de Sydney, apenas dois esportes ainda não tiveram competições para mulheres: o boxe e as lutas. Nos demais, a mulher atleta compareceu com tudo em cima

unesp

CORPO OLIMPO

petidores em Sydney, ser atleta, hoje, também é ter arrojo, ostentar saúde e, por que não, ser sedutora, sensual. Em suma, poder e gostar de ser mulherão. Enquanto isso, no tablado de ginástica do Super Dome, meninas-atletas capazes de feitos extraordinários como saltar no cavalo numa velocidade de 25 quilômetros por hora represavam qualquer alegria por estar ali, por ser atletas. Até mesmo quando içadas ao topo do pódio, a celebração parecia atrofiada se comparada aos arroubos nas pistas, nas quadras, nas piscinas. Para uma ginasta olímpica, o termômetro de seu desempenho continua sendo o olhar de condenação ou o abraço de urso do técnico.

Já para a atleta-emblema destas Olimpíadas, a aprovação vem, primeiro, dela mesma. Depois, contagia o mundo. Foi assim que Tatiana Grigorieva surgiu nos céus do Estádio Austrália na noite de segunda-feira, incandescendo os telões voltados para um público de 110 000 pessoas. Vestindo as cores da Austrália, que combinavam com o azul-esverdeado de seus olhos eslavos, Tatiana, nascida em São Petersburgo, na Rússia, arrasou no salto com vara. A prova em si já é singular: exige velocidade de corredor de 100 metros, habilidade atlética de ginasta, coordenação do salto em distância e coragem para se catapultar de ponta-cabeça e superar uma barra situada a mais de 4 metros de altura. A cada vez que a silhueta esguia e bronzeada de Tatiana se colocava em marcha (no salto com vara o atleta pode fazer três tentativas para saltar a uma nova altura), o estádio aplaudia a cadência das passadas e urrava. A cada vez que o telão focava seu rosto intenso, emoldurado por uma penca de cabelos loiros, a sedução era absoluta. "Quero mostrar que uma mulher que compete no esporte pode ser uma mulher linda e que sabe se cuidar", diria a atleta mais tarde. Mostrou, ganhando medalha de prata com um salto de 4,55 metros. Agora chegou a vez de embolsar contratos de publicidade e patrocínios polpudos. Suas primeiras palavras para o agente que cuida de sua imagem foram roubadas de Tom Cruise no filme *Jerry Magui-*



ANTONY WEATE/NEWS PIX

ATLETA-EMBLEMA
Tatiana Grigorieva fez sua estréia olímpica num esporte até então reservado aos homens: o salto com vara. Brilhou no Estádio Austrália, levando medalha de prata, e fora dele



VANTAGEM DUPLA

Os macaquinhos colantes usados pelo time brasileiro de basquete tornam as jogadoras mais atraentes e dificultam os habituais puxões de roupa das adversárias. A Austrália foi o primeiro país a adotá-los

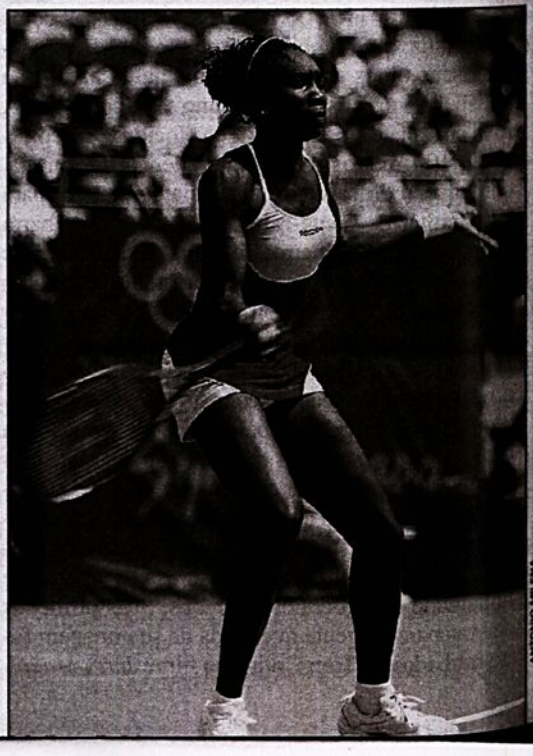
OURO E BRILHO

A americana Venus Williams reinou sozinha nas quadras de Sydney. Além de conquistar a medalha de ouro, lotou a arena com seu estilo exuberante e arrojado de ser mulher

re: "Me mostre o dinheiro". Aos 24 anos, Tatiana já mostrou mais do que a tatuagem que ornamenta sua anca direita . Ela pode ser admirada em sete fotos em preto-e-branco da edição especial (esgotada) da revista *Black&White,* que retrata a nudez de 21 atletas da equipe olímpica da Austrália. Tatiana é a atleta-emblema também por ter o nome envolvido em doping. Dois dias após seu triunfo, circulavam rumores de que seu teste feito em Sydney tenha dado positivo *(veja a reportagem seguinte).*

Durante as duas semanas de uma Olimpíada, atletas de elite — ou os que conseguem capturar a atenção e seduzir platéias, independentemente de resultados — se transformam em supermodelos e têm à disposição uma passarela única, de 3,5 bilhões de telespectadores. A velocista americana Florence Griffith-Joyner, ao eletrizar as pistas de Seul em 1988 com seus colantes sensuais, unhas pintadas de escarlate e recorde mundial até hoje inigualado (10,49s nos 100 metros rasos), foi pioneira do gênero. Para alegria do público e contentamento dos patrocinadores, ela fez escola. Hoje, tanto atletas mulheres como homens fazem do corpo seu cartão de visita. E de forma francamente mais erotizada. "Há tantos atletas competindo que se depender só de esforço e vontade de vencer você não vai ser diferente dos demais", analisa Kim Skildum-Reid, consultor de patrocínio corporativo. "É preciso sobressair."

Neste ano, para brindar a estréia olímpica das mulheres no levantamento de peso, a federação internacional presenteou cada uma das doze competidoras — além de todas as mulheres da platéia — com um cravo vermelho. Cafona? Pode ser, mas ninguém reclamou. Participando pela primeira vez das provas de pentatlo moderno, tae-kwon-do e arremesso de martelo, além do salto com vara e levan-



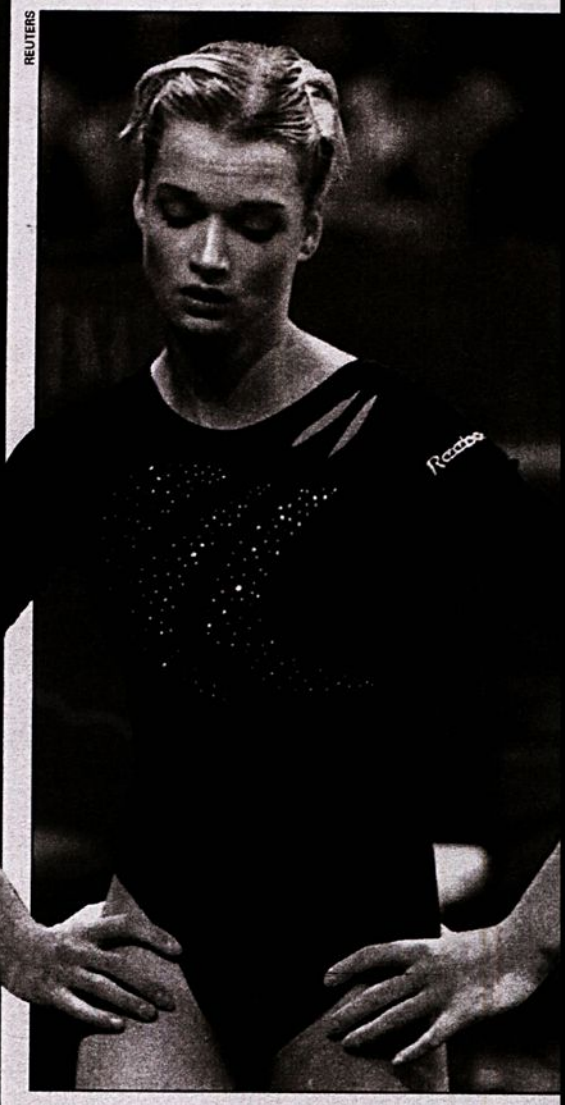
tamento de peso, a mulher atleta permanece excluída apenas do boxe e das lutas. Vai longe o tempo em que o lançamento em 1982, pela Reebok, do primeiro tênis específico para a anatomia do pé feminino parecia uma operação arriscada, por falta de mercado. Em Sydney, os fabricantes de material esportivo fizeram a festa — e a alegria do público. Não houve quem não comparasse os macaquinhos colantes das jogadoras de basquete do Brasil com os shortões largados e compridos, à la NBA, da equipe canadense. Um delegado da Austrália que dava entrevista coletiva sobre combate a drogas no esporte viu-se em apuros quando indagado a respeito do VPL. Imaginando tratar-se de alguma nova substância de doping, declarou não estar apto a responder por não ser do departamento médico da equipe. Na verdade, a pergunta da jornalista australiana se referia à "visible panty line", VPL, ou "marca da calcinha visível", que atormentou as atletas do país-sede desde que receberam suas sungas de competição — eram amarelo-claras na parte traseira e se tornavam transparentes com o suor. "Normalmente não uso nada embaixo da sunga", explicava a corredora Anne Cross, dos 5 000 metros, "mas vou ter de repensar." "Felizmente sou uma velocista e vou tratar de sair correndo da pista o mais depressa possível", concordava Melinda Gainsford-Taylor, a estrela dos 200 metros. "Pelo menos ninguém vai deixar de nos notar", concluía uma companheira de equipe.

A celebração do chute muscular da zagueira americana Brandi Chastain, dona de abdominais sarados e endurecidos como um casco de tartaruga, não pode ser aplicada a qualquer modalidade olímpica, é claro. Mas, mesmo na ginástica, os Jogos de Sydney terão demonstrado que é possível sair do anonimato rompendo com o mimetismo imposto pelas características daquele esporte. Pairando uma cabeça acima das demais competidoras, a diva russa Svetlana Khorkina desafiou a inevitabilidade de tantas carreiras que florescem e murcham ainda na adolescência. Na ginástica, maturidade é sinônimo de limitação, uma vez que o aparecimento de seios e nádegas provoca um realinhamento no centro de gravidade do corpo da mulher e dificulta as evoluções giroscópicas das atletas. Svetlana tem 21 anos, boca carnuda, olhar de veludo, perigoso, e pernas de modelo. Só se apresenta de negro ou de branco, sem maiores lantejoulas. O corte de cabelo à la garçonne, repartido no meio, e a linguagem do corpo sugerem uma sensualidade contida, pronta para irromper. Ganhou duas medalhas de prata e um ouro, menos do que a romena Simona Amanar. Mas foi a única a seduzir fotógrafos do mundo inteiro. "Quero ser reconhecida a meia milha de distância", declarou Svetlana à NBC. Assim foi. ■

A DIVA RUSSA

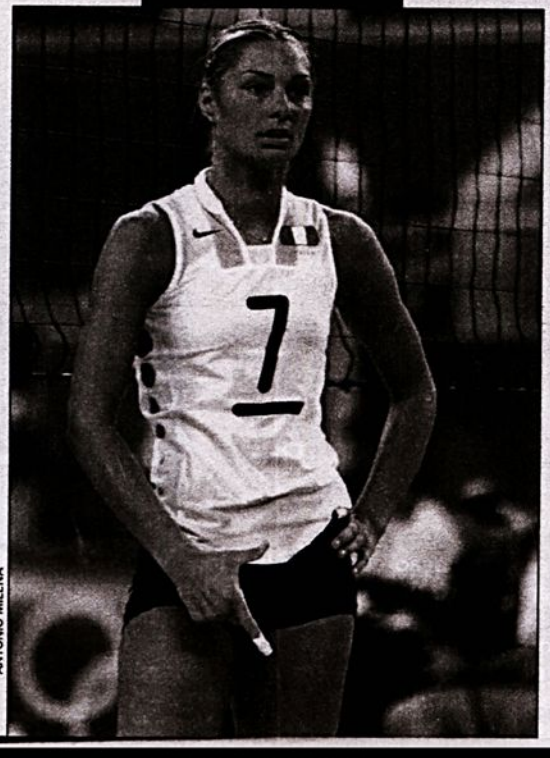
Temperamental e bela, a ginasta russa Svetlana Khorkina se distanciou do universo de atletas mirins. No lugar do habitual estilo atlético-infantil, ganhou um ouro e duas pratas aos 21 anos, medindo 1,64 metro e apostando no estilo sensual

REUTERS



VENDENDO SAÚDE

O time de vôlei da Itália, com Maurizia Cacciatori à frente, foi um dos mais fotografados em Sydney. A dupla australiana vencedora do vôlei de praia esbanjou saúde, força atlética e alegria



ANTONIO MILENA



ANTONIO MILENA