



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS  
CURSO DE MESTRADO

HARLLE SILVA COSTA

A CONSTITUIÇÃO DO SENTIDO NA REVISTA *ATREVIDA*

SALVADOR  
2008

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS  
CURSO DE MESTRADO

HARLLE SILVA COSTA

A CONSTITUIÇÃO DO SENTIDO NA REVISTA *ATREVIDA*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens da Universidade do Estado da Bahia, como requisito para obtenção do título de mestre.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Jaciara Ornélia Nogueira de Oliveira

SALVADOR  
2008

FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Central da UNEB  
Bibliotecária: Jacira Almeida Mendes – CRB :5/592

Costa, Harlle Silva

A constituição do sentido na revista *Atrevida* / Harlle Silva Costa . – Salvador, 2008.  
137f.

Orientadora: Jaciara Ornélia Nogueira de Oliveira .

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias. Colegiado de Letras. Campus I. 2008.

Contém referências e anexos.

1. Lingüística. 2. Análise do discurso. 3. Mídia. I. Oliveira, Jaciara Ornélia Nogueira de. II. Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias.

CDD: 410

HARLLE SILVA COSTA

A CONSTITUIÇÃO DO SENTIDO NA REVISTA *ATREVIDA*

Dissertação apresentada à Universidade do Estado da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Linguagens.

Aprovado em 24 de abril de 2008.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Jaciara Ornélia Nogueira de Oliveira  
Universidade do Estado da Bahia – *Campus I*, Salvador.

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Lícia Soares de Souza  
Universidade do Estado da Bahia – *Campus I*, Salvador.

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Edvania Gomes da Silva  
Universidade do Sudoeste da Bahia – Vitória da Conquista.

*A família Costa, minha grande torcida*

*e fonte de verdadeira inspiração.*

*Aos meus alunos, parceiros*

*na construção do conhecimento.*

## **AGRADECIMENTOS**

*A Deus, único e verdadeiro, origem de tudo, Vida de minha vida, pela proteção e fidelidade. Ele me fez muito mais do que imaginei ou pensei.*

*Ao meu pai, exímio leitor, por ter me incentivado a galgar os degraus das letras e contribuído, mesmo sem palavras, para o sucesso desta caminhada.*

*A minha mãe, grande incentivadora dos meus maiores sonhos. Valeu!*

*Ao meu irmão, pela torcida silenciosa.*

*Ao meu amor, amigo e companheiro, pelo apoio, pelas palavras certas, pela compreensão, pelos momentos de produção compartilhados.*

*À UNEB, campus XXI, pela acolhida e sensibilidade.*

*Aos professores e funcionários do PPGEL.*

*À Professora Jaciara Oliveira, muitíssimo obrigada.*

*Ao Colégio Estadual de Ipiaú, minha segunda casa.*

*A todos os colegas do Programa, amigos incentivadores, e outros que amenizaram de alguma forma os percalços deste caminho.*

*O discurso não é um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe... todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço.*  
(PÊCHEUX, 1990, p. 56).

## RESUMO

A partir de editoriais da revista *Atrevida*, depreendeu-se a análise dos aspectos relacionados à constituição do sentido, considerando a construção discursiva para um público adolescente feminino. Para tanto foram selecionados 22 exemplares veiculados entre os anos 2003 e 2007, após a catalogação, realizou-se um entrecruzamento entre os temas apresentados, a fim de perceber as possíveis regularidades do discurso. Os conceitos básicos da teoria da Análise de Discurso de linha francesa – sujeito, *ethos* discursivo, condições de produção, formações discursivas, formações ideológicas, formações imaginárias, silêncio - serviram de lastro para compreender as estratégias de construção discursiva e os efeitos de sentido que desejam produzir. Com a análise, observou-se que o sujeito enunciador investe em um *ethos* benfeitor, o qual se configura numa cena enunciativa, destaca-se o *ethos* pré-discursivo, para o qual o interlocutor já antecipa uma representação do caráter do orador e com a qual se identifica; o discurso inscrito é resultado da rede de formações imaginárias, dessa forma os discursos e as formações discursivas se submetem a uma posição desse sujeito; os dizeres relacionados a uma memória discursiva apontam para o predomínio das relações parafrásticas, ao já dito que transparece na negociação de sentido entre as formações discursivas; nesta mesma direção, o silenciamento constitui uma maneira de firmar os ideais da classe dominante, público alvo da revista, apagando os valores que lhe são incompatíveis; desse modo, a representação feminina se dá num processo de embate ideológico, ao tempo em que postula a idéia de uma mulher adolescente liberal, moderna, no confronto entre as formações discursivas relativas a essa representação e a representação da mulher tradicional, emerge no/pelo discurso, uma figura de entremeio: a mulher “atrevida”, nem tradicional, nem tão moderna quanto poderia ser, mas vítima de um processo denominado de passivização simbólica.

Palavras-chave: Discurso. Adolescência feminina. Sentido. Sujeito. Revista *Atrevida*.

## ABSTRACT

From editorials of the *Cheeky* magazine, there was gathered the analysis of the aspects made a list to the constitution of the sense, considering the discursive construction for an adolescent feminine public. For so much 22 examples were selected conveyed between the 2003 years and 2007, after the cataloguing, a crossing happened between the presented subjects, in order to realize the possible regularities of the speech. The basic concepts of the theory of the Analysis of Speech of French line – subject, ethos discursive, conditions of production, discursive formations, ideological formations, imaginary formations, silence - served of ballast to understand the strategies of discursive construction and the effects of sense what to produce wants. With the analysis, there pointed out to himself what the enunciator subject invests in an ethos benefactor, who shapes on the enunciative stage, there is outstanding the ethos discursive-daily pay, for which the interlocutor already anticipates a representation of the character of the announcer and with which it is identified; the registered speech is a result of the net of imaginary formations, of this form the speeches and the discursive formations are subjected to a position of this subject; you say them made a list to a discursive memory they point to the predominance of the paraphrases relations, to an already stated one that is visible in the negotiation of sense between the discursive formations; in the same direction, the silentness constitutes a way of securing the ideals of the dominant class, white public of the magazine, putting out the values that him are incompatible; in this way, the feminine representation happens in a process of ideological crash, at the time in which it postulates the idea of an adolescent liberal, modern woman, in the confrontation between the discursive relative formations to this representation and the representation of the traditional woman, surfaces in / for the speech, of I intersperse a figure: the "cheeky" woman, not even traditional, not so modern all that might be, but victim of a so-called process of symbolic passivization.

Key words: Discourse. Adolescent Feminineness. Sense. Subject. *Cheeky* Magazine.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	13
<b>1 REVISTA: O MAIS FEMININO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO</b>	21
1.1 A MÍDIA IMPRESSA E AS INDÚSTRIAS CULTURAIS	23
1.2 PRIMEIRAS PÁGINAS: UM BREVE HISTÓRICO DA IMPRENSA FEMININA NO BRASIL	23
1.3 A REVISTA <i>ATREVIDA</i> NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS	26
<b>1.3.1 O editorial</b>	31
1.3.1.1 O <i>ethos</i> do enunciador	33
1.3.1.2 O sujeito enunciador	35
1.3.1.3 Cena da enunciação	39
<b>1.3.2 O léxico</b>	41
1.3.2.1 Fatores de influência no léxico da <i>Atrevida</i>	42
<b>2 O SUJEITO E A CONSTITUIÇÃO DE SENTIDO EM <i>ATREVIDA</i></b>	50
2.1 SOBRE AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO DISCURSO	54
2.2 FORMAÇÕES DISCURSIVAS: LUGAR DE REPRESENTAÇÃO DO SENTIDO	56
2.3 O JOGO DE EFEITOS DE SENTIDO: IMAGENS DE SI E DO OUTRO EM <i>ATREVIDA</i>	58
<b>2.3.1 A imagem que a revista tem dela mesma</b>	60
<b>2.3.2 A imagem que a <i>Atrevida</i> tem do referente</b>	63
<b>2.3.3 A imagem que a <i>Atrevida</i> tem do co-enunciador: um olhar sobre o público previsto</b>	72
<b>3 UM EMBATE IDEOLÓGICO: MULHER <i>ATREVIDA</i> E UMA QUESTÃO ANTIGA</b>	85
3.1 “EU PEGO, MAS NÃO ME APEGO”	87
3.2 SILÊNCIO: UM LUGAR DE RECUO NECESSÁRIO	97
3.3 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE IDENTIDADE	100

3.4 PASSIVIZAÇÃO SIMBÓLICA?	105
<b>CONCLUSÃO</b>	109
<b>REFERÊNCIAS</b>	112
<b>ANEXOS</b>	116

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1. Formas de apresentação do <i>ethos</i> na tradição aristotélica	36
Tabela 2. Expressões	46
Tabela 3. Léxico específico	46
Tabela 4. Gírias	48
Tabela 5. Perfil da leitora	79

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Figura 1 – Edição 13j6	66
Figura 2 – Edição 13j4	93
Figura 3 – Edição 13m7	93
Figura 4 – Edição 13n6	93
Figura 5 – Edição 13j6	93
Figura 6 – Representação discursiva	106

**LISTA DE SIGLAS**

- (10s3) ano X, nº 109, setembro de 2003.
- (10o3) - ano X, nº 110, outubro de 2003.
- (11j4) – ano XI, nº 119, julho de 2004.
- (13j) – ano XIII, nº 137, janeiro de 2006.
- (13f6) – ano XIII, nº 138, fevereiro de 2006.
- (13m6) – ano XIII, nº 139, março de 2006.
- (13a6) – ano XIII, nº 140, abril de 2006.
- (13j6) – ano XIII, nº 142, junho de 2006.
- (13j6) – ano XIII, nº 143, julho de 2006
- (13a6) – ano XIII, nº 144, agosto de 2006.
- (13s6) – ano XIII, nº 145, setembro de 2006.
- (13o6) – ano, XIII, nº 146, outubro de 2006.
- (13n6) – ano XIII, nº 147, novembro de 2006.
- (14f7) – ano XIV, nº 150, fevereiro de 2007.
- (14m7) – ano XIV, nº 151, março de 2007.
- (14a7) – ano XIV, nº 152, abril de 2007.
- (14m7) – ano XIV, nº 153, maio de 2007.
- (14j7) – ano XIV, nº 154, junho de 2007.
- (14j7) – ano XIV, nº 155, julho de 2007.
- (14a7) – ano XIV, nº 156, agosto de 2007.
- (14s7) – ano XIV, nº 157, setembro de 2007.
- (14n7) – ano XIV, nº 159, novembro de 2007.

## INTRODUÇÃO

*O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. (ORLANDI, 1999, p.15)*

Os vários eventos discursivos que circulam socialmente produzem sentido na medida em que enunciadore e enunciatários interagem num espaço marcado pela ideologia, pela história e pela língua. A depender do posicionamento do enunciador, do momento histórico e da visão de mundo, as suas escolhas vão determinar alguns efeitos de sentido e não outros.

Desse modo, as práticas discursivas características de uma sociedade refletem a maneira que um povo pensa a sua história, sua cultura, seu modo de ver o mundo e sua relação com os indivíduos num espaço de interação social. Nessa perspectiva, os discursos produzidos ao longo do tempo estão intimamente relacionados com a construção das identidades sociais; a forma de ser e de agir de um determinado grupo ou classe social, ou mesmo de segmentos de uma sociedade, são construídos discursivamente.

Compreende-se, então, que analisar discursos implica discutir sobre um momento na história, sem deixar de entrever a relação deste momento com a memória discursiva e histórica de enunciados que estão presentes no discurso.

Por outro lado, implica também compreender como se caracteriza um movimento significativo de sujeitos a fim de produzir sentidos. Se os sentidos não estão prontos nem alocados em algum lugar específico, mas constituem-se ao mesmo tempo em que se realizam a história e as práticas discursivas, da mesma forma, o sujeito não é sempre o mesmo, e o seu posicionamento no discurso dependerá das formações discursivas e/ou ideológicas que produzem sentido num determinado lugar do discurso.

Neste processo de produção do simbólico, a mídia tem exercido uma influência sobrecomum, desde os folhetins até as publicações eletrônicas, a relação do homem com o objeto escrito é, além de próxima, também muito significativa. Segundo Gregolin (2003, p.97), os textos da mídia oferecem não uma realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta. Designa aos sentidos que invadem os campos do real, um aspecto de unicidade e coerência, efeito construído por estratégias discursivas dos enunciadore que controlam, delimitam, classificam, ordenam e distribuem os acontecimentos discursivos.

Essa ilusão de “unicidade” faz com que os veículos midiáticos estabeleçam padrões que devem ser seguidos pela grande maioria como se fossem verdades absolutas. Há toda uma estratégia para firmar conceitos e persuadir o público previsto. Mesmo em face dos contradiscursos, a influência que os discursos “hegemônicos” exercem é indiscutível, embora não sejam todos eles produzidos pelas práticas midiáticas. Os papéis desempenhados socialmente refletem em grande medida os construtos sociais que permeiam estas práticas discursivas. Um exemplo disso é a forma que a sociedade compreende e representa a mulher, às vezes vista como consumista, sexo frágil, sensível, dona do lar, outras vezes, como principal objeto de desejo do homem.

Com a revolução feminina, a mulher passa a ocupar espaços antes inimagináveis e ao invés de conformar-se com o já construído ao seu respeito, volta-se a fim de estabelecer um contradiscurso, uma ação como sujeito da/ na história. Isso, porém, não impediu que outras representações do feminino também se firmassem e mesmo de forma camuflada continuassem ditando normas de ser e de agir no mundo social.

A história da imprensa feminina se caracteriza por duas situações: primeiro as lutas pela emancipação e visibilidade da mulher; e segundo pela necessidade de segmentação da mídia para atender a um público cada vez mais específico. Era preciso produzir uma literatura que interessasse à mulher na conjuntura em que se colocava.

Ao lado do público feminino, surge uma outra segmentação no mercado, o público jovem, que juntos vão se instituindo como segmentos do mercado ao mesmo tempo em que vão se constituindo como sujeitos.

Na sua origem, as publicações dirigidas às mulheres, versavam sobre as maneiras de agir na boa sociedade e outros assuntos considerados próprios para as damas. Com as mudanças sociais em torno do gênero feminino, alguns veículos como *Nova* e *Cosmopolitan* apostaram nos temas ligados à sexualidade da mulher, priorizando os aspectos fundamentais da sexualidade na construção da identidade feminina.

As transformações ocorridas em decorrência da emancipação da mulher, e dos novos paradigmas para construção de identidades, trouxeram mudanças significativas nos padrões culturais da família, em especial, nos padrões de consumo da juventude, nos valores sociais e na forma de exercer e compreender a sexualidade. E estes aspectos se refletem de modo bastante

evidente na forma que a mulher se vê e de como é vista pela sociedade, em especial a jovem mulher adolescente.

Ser adolescente numa sociedade regida pelos ideais capitalistas significa ceder aos modelos de valores e de consumo ditados pelo social, bem como satisfazer todos os seus desejos de liberdade e de atuação no ambiente. Para a grande maioria que vive esta fase, significa uma fase de rebeldia e de completa insatisfação; a família, passa a ser algo suplementar, ao invés de fundamental, e outras instituições sociais como casamento, virgindade e namoro são questionados e levados ainda menos a sério.

Entre os estudiosos do assunto, não há um consenso a respeito dos critérios que definem a fase da adolescência; sob o aspecto legal, a adolescência se refere ao período que compreende a faixa etária dos 13 aos 18 anos e se destaca pela maturação física e biológica. Para a psicanálise, porém, o que determina a fase não são apenas os aspectos físicos, mas sobretudo os subjetivos, ser adolescente ou não, é uma posição subjetiva do indivíduo, independente de idade.

Já a psicologia, analisando por outro prisma, a concebe como um momento de crise, que se revela pela rebelião contra os valores tradicionais. Outrossim, todos os campos de estudos da adolescência, compreendem que se trata de um período singular e determinante para o estado da sociedade futura. Nesta fase, decidem-se os rumos que tomarão a juventude, em consequência, as escolhas dos indivíduos adultos, da sociedade. Não se trata, portanto, de um estado permanente, mas provisório.

Assim, pode-se presumir que o que atrai a atenção da mulher adolescente de um modo geral, na sociedade brasileira, é o espírito de liberdade que lhe permite fazer as escolhas que julgar melhores, a maneira de lidar com o corpo e com as questões mais relacionadas à sexualidade, os modos de atrair e ser atraída pelo outro, as formas de atender às representações sociais que são construídas pelos diversos meios.

A fim de atender às exigências desse novo público, a mídia aposta no consumismo, na cultura do corpo, no sonho da realização e auto-identificação, na feminilidade, na suposta verdade, na sexualidade como espetáculo (MIRA, 2001). A cultura do espetáculo apresenta estilos cada vez mais erotizados, onde o desejo é confundido com os produtos na vitrine, e o mercado se projeta em lugar das identidades quebradas do indivíduo, na tentativa de impor os seus paradigmas como o único que satisfaz as necessidades imaginárias do indivíduo consumidor.

Para Batriz Sarlo (2004, p.41), nunca se viu no mercado necessidades tão afinadas ao imaginário de seus consumidores. Necessidades de ordem ideológica e material.

Do ponto de vista social e histórico, esta realidade tem emoldurado uma juventude que mitifica a novidade permanente e torna-se protagonista do mercado e da maioria de seus mitos. Neste paradigma, os discursos instituídos pelo construto social, podem legitimar tais valores e elevá-los a pontos críticos para discussão e contra-valores. Para compreender como esse processo tem de fato influenciado a sociedade e de que forma vem se organizando para isso, principalmente, o discurso midiático, é preciso analisar as essencialidades do discurso. Não se pode chegar a contento na origem do discurso, mas ao compreender suas formações discursivas, é possível antever sua forma de fazer sentido numa dada época.

Desse modo, a revista *Atrevida*, da Editora Escala, constitui um lugar discursivo que permite o entrecruzamento entre as especificidades dos discursos produzidos para a mulher adolescente e as representações do feminino, ambos socialmente construídos. Por se tratar de uma produção midiática, especialmente direcionada para um público adolescente de classes A e B da sociedade, a revista se destaca pela seleção do conteúdo, do léxico, das pessoas entrevistadas e pelas estratégias utilizadas para decidir o que deve ou não ser dito, com a finalidade de produzir determinados efeitos de sentido no discurso.

Interessa compreender a que formações discursivas se filiam os discursos produzidos pela revista, a que imagem ou representação de mulher adolescente elas estão relacionadas, quais as condições de produção deste discurso e de que lugar fala o enunciador. Considerando a questão posta, analisa-se, neste trabalho de pesquisa, os aspectos relacionados aos processos de constituição do sentido a respeito da mulher adolescente, na revista *Atrevida*, tomando como base, especialmente, os editoriais, e sempre que necessárias algumas incursões em outras seções da revista que sejam pertinentes à temática e que apresentem de forma bem marcada o aspecto pesquisado.

Sendo o editorial a seção que representa a revista como um todo e, que além de apresentar o conteúdo, evidencia a forma que estes conteúdos são tratados, constitui um *corpus* relevante para se alcançar o objetivo proposto.

Acredita-se, porém, que como veículo da mídia impressa feminina, o material discursivo da *Atrevida* contribui para que as imagens relacionadas à mulher adolescente como símbolo sexual e objeto de desejo do homem sejam legitimadas, e os recursos da paráfrase e da polissemia

funcionam como estratégias discursivas a fim de produzir os efeitos desejados, bem como postular respostas aos anseios que acredita serem os de suas leitoras. Dessa forma, presume-se também que os discursos que atravessam os editoriais da revista trazem enunciados sobre os diversos assuntos de interesse do público femininos e, que podem ser remetidos a formações discursivas em relação de complementaridade ou de conflito.

Neste estudo, inicialmente, fez-se uma análise da revista como um todo, a fim de identificar as possíveis variações ou não do discurso, temas, formas de apresentação da revista, diagramação, número de páginas e seções, gêneros textuais predominantes, preferências lexicais, tipos de produtos que divulga, disposição das imagens, enfim, sua fórmula editorial.

Em seguida, foram selecionadas as revistas que apresentam editoriais que expõem de forma clara os objetivos da edição e os conteúdos que as constituem. Em *Atrevida*, o editorial consta atualmente na seção, “Cá entre nós”, em anos anteriores, também denominada “Vou te contar” e “Da redação”. Apesar de não serem o principal interesse desse estudo, as imagens constantes dos editoriais selecionados, também foram destacadas na análise, pela compreensão de que as mesmas estão relacionadas a estratégias do enunciador para o alcance de seus interesses e, de modo particular, constituem um discurso, não as suas margens.

Após a catalogação do material empírico, para cada editorial foi realizado um esquema considerando, temas discutidos na seção, ordem em que aparecem no texto, assuntos que se destacam pela formulação, frases de efeito e imagens relacionadas. Feito isto, procedeu-se a um entrecruzamento das informações em todo o *corpus*, a fim de verificar o que se tem de mesmo e de diferente; e desse modo, identificar como as formações ideológicas se materializam no discurso.

Para a constituição do *corpus* desta pesquisa, foram tomadas 30 revistas dos anos 2003 a 2007, destas foram selecionadas apenas 22, pela urgência do tempo e pela repetição dos temas apresentados ao longo dos anos, sendo 2 revistas do ano 2003, 1 do ano 2004, 10 do ano 2006 e 9 do ano 2007. A opção por esta faixa temporal, se deve ao fato deste acervo se encontrar disponível para compra no *site* da editora, dos exemplares avulsos já adquiridos e da efetivação da assinatura, a partir da entrada no mestrado.

Para melhor manuseio dos textos, foi estabelecido um código para identificação das revistas, sendo que o primeiro número corresponde ao ano de publicação, a letra minúscula refere-se ao mês de circulação nas bancas e o segundo número ao ano relacionado, os meses que

apresentam letras iniciais semelhantes foram distintas por meio de caracteres em itálico, e negrito para o mês de janeiro. Todos os códigos utilizados neste trabalho estão relacionados na lista de códigos, constantes na seção de elementos pré-textuais.

Visto que não é possível analisar o discurso sem analisar a história e os sujeitos envolvidos, pois neles, o discurso se constitui; e entendendo que as identidades sociais, sejam elas de idade, de raça ou de gênero se projetam a partir do próprio discurso, muitos estudos têm sido realizados a fim de compreender as práticas discursivas de uma sociedade. Pois, analisar o discurso é buscar entender como um objeto simbólico produz sentido, no entanto, compreender os discursos implica compreender a maneira pela qual a sociedade realiza o sentido. Dessa forma, os pressupostos teóricos da Análise de Discursos (AD) francesa, que tem Michel Pêcheux como um de seus fundadores, têm trazido várias contribuições para as análises das práticas discursivas, principalmente por considerar que os sujeitos e os sentidos se constituem, ao mesmo tempo, interpelados ideologicamente.

Para este estudo, os conceitos fundamentais dessa teoria foram de grande importância, destacando-se dentre eles, o de condições de produção, que envolve os sujeitos e a situação. As circunstâncias da enunciação, o aqui e o agora e o contexto sócio-histórico-ideológico; a memória discursiva, as formações imaginárias, as relações de sentido e as relações de poder. Dito de outra forma, as condições de produção determinam o sentido imediato e sua relação com o histórico, aspectos que serão aprofundados ao longo das análises.

Como diria Pêcheux, o sentido de uma palavra ou expressão, não está apenas no seu sentido imediato, mas na relação história/ ideologia, ou seja, é determinado pelas relações ideológicas dentro do processo histórico-social, o que significa que depende das formações discursivas (FD) a que se filia o discurso.

Por este motivo, a análise dos processos discursivos em *Atrevida*, possibilita o entendimento de como funcionam os sentidos nas discursividades da mídia impressa voltada para o público feminino adolescente, e de como estes sentidos significam em sua relação com a história. Dessa forma, a seleção do *corpus* pelo aspecto sincrônico, não impediu o percurso da análise, visto que toda formulação estabelece relações com outros sentidos e/ou formulações ditas ou não ditas em outros lugares do discurso.

As análises empreendidas, nesta dissertação, corroboram uma abordagem qualitativa de pesquisa; constituindo um trabalho de ir e vir, uma atividade de reflexão sobre o objeto

discursivo à luz da teoria, delineada a partir desta introdução. A qual apresenta as questões sobre o tema, a justificativa da teoria, do *corpus* e do embasamento teórico, a metodologia e estrutura do texto. Além dos elementos pré-textuais e deste capítulo introdutório, constam ainda mais três capítulos que constituem as análises do *corpus*, as conclusões, as referências e anexos documentais. Um dos editoriais apresentado no corpo do texto apresenta-se ampliado em anexo, juntamente com os demais editoriais e as capas das edições correspondentes.

No primeiro capítulo, apresenta-se o panorama em que se firmou a revista como veículo da imprensa feminina, no Brasil; em seguida, a revista *Atrevida* no contexto moderno das indústrias culturais, bem como uma detalhada descrição da fórmula editorial da revista, seus modos de dizer e de se mostrar ao público, destacando o gênero editorial e sua forma de constituição, além das especificidades identificadas na análise, a saber: escolhas lexicais, representação da mulher adolescente, comprovadas com excertos do *corpus*.

Após estas reflexões, o segundo capítulo analisa as condições de produção do discurso nos editoriais da revista, considerando as formações imaginárias, a memória discursiva e sua relação com o sujeito, como constitutivos da produção do sentido, idéias postuladas por Michel Pêcheux. Tem o objetivo de discutir o modo como esses elementos intervêm para as formulações do enunciado, e, por conseguinte, para a delimitação de formações discursivas que se materializam no texto.

Partindo do pressuposto de que o discurso se caracteriza pelo modo como estas formações discursivas se organizam e pelas relações que estabelecem entre si, o terceiro capítulo trata dos embates ideológicos que permeiam o discurso em análise, das representações de identidades de gênero que elas encadeiam e do percurso traçado para a produção de sentidos, ou seja, como de fato, este objeto produz sentido na revista *Atrevida*. Nesta seção, retomam-se os três aspectos discutidos ao longo do texto, testificando que na Análise do Discurso nenhum elemento por si só explica o processo de produção de sentido de uma prática discursiva, mas a relação entre eles possibilita passar da superfície lingüística ao processo discursivo, e dessa forma, identificar as estratégias discursivas empreendidas, as quais estiveram sempre lá.

Por fim, segue-se a conclusão, trazendo uma reflexão sobre as possíveis respostas encontradas ao longo da análise e apontando outras possibilidades de estudo para o objeto em questão, bem como os aspectos relevantes sobre o discurso dirigido à mulher adolescente na contemporaneidade.

No final, estão as referências e, em anexo, cópias dos editoriais analisados e as respectivas capas das revistas em que eles foram publicados, os textos que constituem o *corpus* desta pesquisa.

Os aspectos discutidos neste trabalho são apenas alguns, dos quais o *corpus* oferece para a análise, no entanto, se constitui em mais uma forma de ver e discutir o fenômeno da linguagem como prática discursiva, não impedindo que novos estudos sejam realizados e outros olhares lançados, mas pelo contrário, sejam impulsionados a partir dele. Um dos caminhos para isso, e que dará seqüência a este trabalho, é uma análise do discurso produzido pela leitora da revista, sobre os mesmos temas discutidos nesta pesquisa, a fim de confrontar os dados e de confirmar (ou não) os aspectos que se destacaram aqui, além de suscitar outras questões a respeito.

## 1 A REVISTA: O MAIS FEMININO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

*A revista é a mídia mais feminina que existe.*

*(MIRA, 2004, p. 43)*

### 1.1 A MÍDIA IMPRESSA E AS INDÚSTRIAS CULTURAIS

Um dos aspectos resultantes da indústria cultural, em sua discussão inicial, é a fantasia de que todos são iguais, têm os mesmos desejos e só uma produção em série pode atender a todos os segmentos, trazendo a ilusão de completude, necessidade e consumo.

O termo indústria cultural empregado em lugar de cultura de massa, já tinha referências em Adorno e outros representantes frankfurtinianos. Ao postular a “industrialização da cultura”, já se antecipava uma era em que a supervalorização dos bens simbólicos superaria a do objeto, superaria a integração deliberada dos consumidores, os quais alimentam a ilusão de que são reis, sendo, no entanto, objetos do mercado industrial. Os indivíduos se tornam cada vez menos independentes, menos capazes de julgar e de decidir conscientemente e nesta perspectiva, indústria cultural é concebida como

O modo como a sociedade capitalista manipulava os indivíduos, através dos meios de comunicação de massa, para anular-lhes as individualidades e a capacidade crítica, formando uma massa homogênea que consumiria com mais facilidade poucos produtos culturais produzidos em larga escala na indústria tradicional. (1990, p. 160)

Para Adorno (2002), a indústria cultural possuía a capacidade de absorver em si os antagonismos e propostas críticas, em vez de combatê-los. Dessa forma, a cultura de massa alcançaria a hegemonia: elevando ao seu próprio nível de difusão e exaustão qualquer manifestação cultural, e assim tornando-a efêmera e desvalorizada. Sendo assim, uma das formas de superação é levar a sério a proporção de seu papel, não se curvar diante de seu monopólio; mas levá-la criticamente a sério. Nesse contexto, os *mass media* estão a serviço da indústria cultural, com a missão de propagá-la como algo natural e inofensivo. Isso perpassa a construção da fórmula editorial até aos efeitos de sentido que são produzidos, e corroboram a construção de identidades sociais do indivíduo.

Com isso, há uma “inversão” nos conceitos de popular e popularizado, um bem cultural para ser aceito em uma classe não depende da classe de origem. Pode haver o popular que não seja popularizado, não vende bem na indústria cultural, e o popularizado que não seja popular, ou seja, vende bem, mas é de origem elitista.

A mídia é o espaço que mais se destaca para a difusão dessa marca cultural, a qual passa a ser vitrine de uma espetacularização da sociedade de consumo. Quanto a isso, Debord (1997, p.15) argumenta que não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social, a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. A alienação recíproca é a base da sociedade.

Neste ponto, parece haver um paradoxo, quanto mais se pensava uma massa homogênea, tanto mais a segmentação se firmava como estratégia mercadológica. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), esta divisão objetiva captar melhor a todos e dentro de cada segmentação conceber o indivíduo como um ser genérico, ou uma “pseudo-individação”, para outros autores, uma “desmassificação da cultura”.

Em consequência desse processo, há uma necessidade de atender a um público cada vez mais específico que vai se formando, cujos critérios são pautados, principalmente, nas variáveis de idade, gênero, classe. A partir da segunda metade do século, o termo cunhado por Adorno, alcança nova proporção ao referir, não apenas, ao “modo como a sociedade capitalista manipularia os indivíduos” (1990, p. 160), o termo passou a denominar todos os meios utilizados pela sociedade a fim de produzir objetos de consumo.

Em todas as sociedades, as indústrias culturais se manifestam de diversos modos e com diversos meios, a depender do sistema político e dos valores que regem uma sociedade, aos produtos oferecidos pelas indústrias culturais podem se consolidar em maior ou menor intensidade. Nos países em regime de ditadura, a maioria dos meios é controlada pelo governo e, com isso, há um certo controle sobre a abrangência que o produto poderá ter.

No Brasil, as Indústrias Culturais se firmam como resultado da articulação de dois fatores interdependentes: um fator econômico representado pelo ingresso do país na etapa monopolista do capitalismo; um outro fator político, na instauração do regime militar em 1964 e a implementação de um projeto de desenvolvimento burocrático-autoritário fundamentado na Ideologia da Segurança Nacional (ISN).

Nas décadas anteriores a 1960 ainda não se podia dizer que o processo tivesse as características próprias daquele tipo de atividade que Adorno e Horkheimer (1947) denominaram como o conjunto de organizações empresariais, altamente concentradas tecnicamente e de capital centralizado, que produzem e distribuem objetos culturais em grande escala, empregando métodos marcados por alto grau de divisão do trabalho, baseado em fórmulas e visando à rentabilidade econômica.

A partir dos anos 70, as indústrias culturais no Brasil passam por uma considerável expansão, tanto no que diz respeito à produção, quanto à distribuição e ao consumo. Crescem a produção de livros, a publicidade, o mercado editorial, a indústria gráfica, cinematográfica, jornalística, de entretenimento, dentre outros, e se consolidam grupos editoriais como a Editora Abril, o grupo Folhas, Organizações Globo, o Estado de São Paulo. (FONSECA SILVA, 2007).

Neste contexto, as revistas visam atender a um público cada vez mais segmentado e desde seus primórdios sua história é marcada por mudanças que decorreram de transformações que sofreu o seu público. As mulheres e os jovens, por exemplo, ao mesmo tempo em que foram se constituindo como sujeitos, vão consolidando segmentos do mercado consumidor.

No início do século XIX, algumas poucas publicações, dentre elas, *O Cruzeiro*, apostavam numa fórmula editorial que alcançasse os vários segmentos do mercado, desde crianças até mulheres e homens de negócios, os alvos mais certos, na época.

## 1.2 PRIMEIRAS PÁGINAS: UM BREVE HISTÓRICO DA IMPRENSA FEMININA NO BRASIL

Por motivos ainda pouco discutidos, a revista sempre foi a leitura preferida das mulheres, dado que se antagoniza à leitura do jornal, mais lido pelos homens. Na segunda metade do século XIX, começa a florescer um público reduzido de leitores que vai contribuir para a ascensão do mercado de revistas.

As publicações visavam um público elitista e divulgavam tudo o que se precisava saber para fazer parte da “boa” sociedade. Mesmo com a educação feminina ainda precária, são publicados o *Jornal das Senhoras* e o *Jornal das Moças Solteiras*, edições essencialmente direcionadas para a mulher e que vão influenciar diretamente as sucessivas publicações das revistas femininas.

No século XIX, marcam as publicações de várias revistas, além das já citadas, *O Espelho Diamantino* (1827 – 1938); *Espelho das Brasileiras* (1831 – 1831); *Gabinete de Leituras – Serões das Famílias Brasileiras* (1837 – 1838); *Espelho das Bellas* (1841 – 1842); *O Bello Sexo* (1850 – 1851/ 1860 – 1862); *A Estação* (1872 – 1904); *O Sexo Feminino* (1873 – 1876); *Echo das Damas* (1879); *A Mulher* (1881); *A Família* (1888 - 1894); *O Quinze de Novembro do Sexo Feminino* (1889 – 1890); *A Cigarra* (1895 – 1896); *A Mensageira* (1897 – 1900) (A REVISTA NO BRASIL, 2000, p. 157).

Na primeira metade do século XX, outras publicações também contribuíram de grande modo para materializar os discursos sobre a mulher na sociedade vigente, *Fon-fon* (1907 – 1956); *O Sexo Feminino* (1914 – 1956); *Revista Feminina* (1914 – 1936); *A Cigarra* (1914 – 1956); *Jornal das Moças* (1914 – 1961); *Vida Doméstica* (1920 – 1963). *Frou – Frou...* (1923 – 1935); *Jornal da Mulher* (1930 – 1946).

Todas elas, como alguns dos títulos sugerem, partiam de temas ligados ao sexo ou à vida doméstica, discutindo as boas maneiras de ser; de um lado, a mulher recatada deveria ser preparada para assumir com mestria as funções decorrentes do matrimônio, de outro, aquelas que fugissem a essa norma não seriam ideais para casar. Dessa forma, a mulher se via representada na revista, a qual veiculava o que a mulher deveria saber, coadunando com os valores sociais vigentes e se tornando aos poucos um guia de consulta para as principais ansiedades femininas.

As primeiras publicações dirigidas ao público juvenil datam da primeira metade do século XX, dentre elas, um suplemento no jornal *A Nação* (1934), *O Herói, Edição Maravilhosa, Aí, Mocinho, Quem foi? Mindinho* (1947), juntamente com outras edições de heróis americanos (inclusive o Popeye) e a criação da revista *Gibi*, e em seguida as histórias dos personagens da Walt Disney, que marcam época na literatura brasileira de histórias em quadrinhos. Ao lado delas, a primeira revista feminina da Disney, *Margarida*, uma idealização brasileira, e a *Turma da Mônica*, de Maurício de Souza.

A imprensa feminina tem um período de progresso com o fenômeno da cultura popular, a fotonovela. Destaca-se a revista *Capricho* pela inovação em publicar as histórias completas e nos anos 50 e 60, as publicações sentimentais assim como foram denominadas no mercado, acrescentam alguns itens de interesse das mulheres como moda, beleza, culinária, seções de carta, horóscopo e depoimentos dos ídolos, a propósito, uma receita muito conhecida até hoje. As fotonovelas só entram em decadência após o surgimento das telenovelas.

Nos anos 60, com as grandes transformações nos setores culturais, a indústria cultural se consolida e abre espaço para publicações cada mais segmentadas, principalmente na imprensa feminina, e juntamente com as lutas pelas causas femininas, *Cláudia* (1961) se torna o ícone deste segmento no Brasil, com o propósito de mostrar à mulher brasileira como funcionava a moda e a culinária no país, ainda que a partir de modelos europeus.

Como diz Mira (2001, p. 43) “A revista é a mídia mais feminina que existe”. E nesta relação, diga-se de intimidade, as editoras, apostam na discussão de temas de interesse da mulher, vão ganhando força, e embora com dificuldades, vão se adequando a um novo perfil de mulher que surge, e com isso, imprimem, em suas páginas, uma nova maneira de ser mulher na sociedade. Merecem destaque, neste sentido, a *Cosmopolitan*, a maior revista feminina do mundo e a revista *Nova*, uma produção além do seu tempo, que vai priorizar principalmente os aspectos fundamentais da sexualidade na construção da identidade da mulher, discute assuntos antes “proibidos” para o público feminino, para trazer não apenas respostas, mas indicativos de que a mulher deve defender seus direitos de, tanto quanto os homens, ser feliz no amor, dentro ou fora do casamento. E isso claro, incluía, principalmente, a sexualidade exercida sob direitos igualitários e de modo prazeroso.

Após esse período de consolidação da revista feminina, destacam-se *Você Mulher* (1971 – 1972); *Marie Claire* (1991); *Mulher de Hoje* (1980 – 1998); *Mulher Atual* (1990 – 1990); *Atrevida* (1994); *Bárbara* (1994); *Nova Beleza* (1997); *Íntima e Pessoal* (1999); *Uma* (2000).

Qual o segredo para o sucesso da imprensa feminina ao longo dos anos, se a fórmula editorial pouco, ou em quase nada mudou? Podem-se inferir algumas reflexões como possíveis respostas a perguntas que povoam o imaginário da sociedade e, em muitos casos, pouco espaço se dedica para discussão. O consumismo, a cultura do corpo, o sonho de realização e auto-identificação, a feminilidade como espetáculo, segundo Mira (2001), ou seja, a sexualidade como espetáculo, são alguns ícones que têm contribuído para que as revistas continuem tendo lugar de destaque entre o público feminino, apesar de tantos avanços tecnológicos na área de comunicação e cultura. Encontram-se nas bancas títulos que apresentam estilos cada vez mais erotizados, que prometem ter a receita certa para todas as questões relacionadas ao como fazer para se tornar mais atraente e acertar na hora H.

Para este fim o segmento jovem com padrões culturais e de consumo revistos, em decorrência de vários motivos, dentre eles, a emancipação da mulher, a nova estrutura da família

e novos paradigmas para construção de identidades, torna-se um alvo bem disputado para a mídia.

Beatriz Sarlo (2004), em suas reflexões sobre a vida pós-moderna, discute como o mercado se projeta em lugar das identidades quebradas e o indivíduo que se pretende livre é na verdade um colecionador às avessas, o desejo não tem um objeto com o qual possa se conformar, não é objeto específico, sempre haverá outro, o que interessa é o ato de compra, de sedução, de desejo, nunca saciado. O indivíduo não sonha, é sonhado livremente pelas capas de revistas, pelos cartazes, pela publicidade, pela moda. “A instabilidade da sociedade moderna se compensa no lar dos sonhos, onde com retalhos de todos os lados conseguimos operar a ‘linguagem da nossa identidade social’” (SARLO, 2004, p. 25).

Sonha-se com os objetos que transformarão os corpos, adiarão a velhice e reunirão dois mitos: beleza e juventude. Ambos se confundem, se impõem e todas as estratégias são aventuradas a fim de conseguir mantê-las para sempre.

Os jovens são interpelados por “discursos *fast*” e a idéia de inovação incessante impulsiona a juventude que mitifica a novidade permanente a tornarem-se protagonistas do mercado e da maioria de seus mitos. Todos os esforços são empreendidos para que os produtos oferecidos no mercado e, em face disso, as ideologias recorrentes sejam tudo aquilo imaginado pelo jovem consumidor.

### 1.3 A REVISTA *ATREVIDA* NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

É no contexto mercadológico das indústrias culturais que a revista *Atrevida* se destaca, e pela pretensão de se tornar uma publicação adolescente para atender à mulher adolescente - segmento que apresenta fortes características da sociedade de consumo - aposta numa fórmula editorial bem próxima de outros veículos dirigidos à mulher, em outras fases da vida, porém com traços nitidamente marcados para um público que almeja respostas rápidas e objetivas para os assuntos que lhes dizem respeito.

A revista *Atrevida* é uma publicação mensal lançada em setembro de 1994 pela Símbolo Editora e Comunicação Integrada S.A, e figurou ao lado de outras publicações da editora - *Corpo a Corpo*, *Uma*, *Atrevidinha*, e *Ouse*, classificadas como Femininas; *Dieta-Já*, *Estilo Natural*, *Viva Saúde*, do grupo Bem-estar; *Meu Nenê*, *Gravidez Feliz*, *Primeiro Enxoval*, *Quarto*

do *Nenê*, revistas da Família; *Um e Vida Executiva*, Masculina e Negócios; *Raça*, *Raça Brasil* e as Semanais, *Chega Mais* e *Mais Feliz* - até junho de 2007, a partir de julho deste mesmo ano passou a incorporar o grupo da Escala Editora, juntamente com a *Atrevidinha* e outras publicações *teens* que já faziam parte da Editora, tais como *Alô Garotada*, *Recados de Amor*, *Recados do Coração*, *Teenager*, *Mensagens de Amor* e *Teen Testes*.

A *Atrevida* se caracteriza principalmente pela tentativa de utilizar uma linguagem a mais próxima possível do público adolescente, a começar pela forma que se auto-intitula “*Atrê*”, apelo a reduções e abreviações muito próprias dos jargões adolescentes. Uma outra forma para atrair são as fotos de capa, em sua maioria, meninas famosas na mesma faixa etária do público alvo, ou em casos especiais, de garotas vencedoras de concursos para este fim. Dentre as figuras que mais aparecem estão artistas nacionais e internacionais como Avril Lavigne, as garotas da novela *Malhação*, capa da edição 13s6, Marjorie Estiano, Os Rebeldes, Grupos musicais, CPM22, RDB, dentre outros globais, os quais são sempre apresentados de alto-astrol, de bem com a vida. Algumas fotos são de grupos de supostos amigos e outras apresentam um menino ou uma menina, ou os dois juntos, a depender da temática principal. Na edição nº 119, que apresentava como manchete principal “Kiss me! Beijo passo a passo - o que fazer antes, durante... e depois!” em letras maiores de cor rosa pink, esboçam dois atores globais com ar de sensualidade, ambos com os olhos fechados, ele segurando o rosto da menina, simulando um beijo; os lábios se encontram, mas não se tocam.

O próprio nome dado à revista deixa transparecer o tipo de mulher que deseja tratar, que mulher será leitora ideal e o que quer despertar. Talvez uma mulher que mesmo estando em fase de transição como alguns consideram a adolescência, já pode decidir, dizer exatamente o que quer em relação à vida, ao amor, e principalmente à sexualidade. As qualidades para a revista são as mesmas que se deseja da leitora prevista: descolada, divertida, diferente. Ser *Atrevida* é ser assim, é mostrar que está por dentro de tudo, é ter estilo, graça e jeito para conquistar. Para isso ela dá a receita, a fórmula certa.

A capa apresenta as matérias mais interessantes, o teste, entrevistas, se houver, e sempre aparece um guia “da balada”, “da ficada”, “da paquera”, “do primeiro encontro”, “do beijo”, “da conquista”, quase todos se referindo à mesma coisa, na verdade não muda muito o assunto, só a forma de abordá-lo. A diagramação da capa representa o que a revista é por dentro, já anuncia tudo, e a partir dela é que a leitora avalia se a edição vai ou não corresponder aos seus anseios.

Além de promoções, algumas revistas trazem pôsteres especiais, de um dos garotos ou garotas que estão na mídia (na moda).

Como uma repetição de uma fórmula que deu certo, os assuntos são apresentados como ciclos que se completam e logo iniciam novamente, circulam relacionamento, moda, beleza, sexo, distribuídos nas seguintes seções: comportamento, gente, moda, beleza, saúde, sendo que as três primeiras seções são fixas, e as outras podem ser omitidas em algumas edições.

Na seção comportamento, geralmente é feita a discussão de temas de interesse comum, verdadeira amizade, garoto ideal, dicas de como agir em situações embaraçosas, sempre fazendo alusões ao momento do encontro, ou, por exemplo, de duas amigas gostando do mesmo garoto. Subdivide-se em “sexo seguro”, “entre amigos”, “namoros e rolos”, “teste”, podendo variar com outras sugestões. Neste espaço, em lugar de páginas e páginas falando sobre o assunto, são publicadas perguntas e dúvidas das leitoras sobre os temas já citados, que elas podem enviar por *email* ou por telefone, ou mesmo podem citar seus problemas e esperar uma opinião de quem entende do assunto. Logo após a questão vem sempre uma resposta que ao invés de apresentar uma solução imediata para o problema, sugere algumas alternativas, deixando sempre para a leitora uma possível decisão. Por exemplo, uma garota de 18 anos que solicita o que fazer por que nunca sai com ninguém, a resposta dada começa assim “A gente tem mil dicas para lhe dar, porém, a única que pode vencer suas próprias barreiras é você mesma”, ou em outro contexto “Se realmente o ama como diz, por que então, se recusou a ficar com ele por duas vezes?... o melhor a fazer é aprender a lição: nem sempre o mundo está à nossa disposição. Por isso, é bom descobrir logo o que quer. Boa sorte da próxima vez!” Em suma, a revista insinua o que a leitora deve fazer, mas não se compromete, a ponto de determinar o que deve ser feito. Caso nada dê certo, a culpa não é da revista, ficará com a leitora que não soube escolher a melhor alternativa.

Em alguns casos a pergunta é direcionada a uma ginecologista, é o “Alô doutora” que traz uma voz de autoridade sobre o assunto, apresentando conselhos e esclarecimentos sobre a questão levantada. Quando há uma discussão maior sobre um dos assuntos desta seção, é apresentada uma reflexão, em no máximo duas páginas, com subtítulos, recortes, figuras, todas as estratégias para tornar o texto prático e possibilitar uma leitura rápida.

Os testes são elaborados com intenção de promover o autoconhecimento da leitora: “Você é boa de paquera?”, “Você faz tipo?” “Você é escrava da aparência?” “Que personagem de Malhação você é?”, e variam sobre atitudes individuais ou do outro, podendo ser o parceiro ou

mesmo uma amiga. Em datas especiais, como dia dos namorados, os testes podem também indicar o conhecimento a respeito do comportamento do outro, neste caso, o companheiro, “Ele merece um presente no Dia dos namorados?”. É interessante notar a forma de interpelação, sempre marcada pelo pronome pessoal “você”, o que torna a identificação imediata.

Enquanto que na seção “Gente” são divulgadas entrevistas ou informações a respeito de famosos e o que eles pensam sobre determinados assuntos, e alguns segredinhos como primeiro beijo, primeiro amor, preferências e curiosidades sobre o mundo dos artistas da TV, do cinema, da música ou da literatura, todos eles jovens.

Na seção com o indicativo de “Eu quero”, são divulgados foto e perfil de um garoto e, em algumas edições, uma legenda sugerindo a disponibilidade do garoto ou como a revista assinala “Suas chances de namorá-lo”: (●) um pontinho para “já tenho dona”, (●●) dois pontinhos, “tô tranquilo”, (●●●) três pontinhos, “pode chegar”, (●●●●) quatro pontinhos “todo seu”. É possível identificar neste artifício o objetivo de trabalhar o imaginário da leitora, que se identifica de maneira tão íntima com as imagens da revista a ponto de cogitar um possível relacionamento com alguém que não faz parte do seu real, embora para ela só o fato de poder pensá-lo, satisfaz. A chamada “Eu quero” curiosamente já provoca o processo de desejo por um lado e de pertencimento do outro, “eu quero”, “eu posso”.

Nas páginas dedicadas à moda, há uma diversidade de produtos, é como uma vitrine atraindo os consumidores, pronta para atender os mais variados gostos, desde bijuterias até sandálias, bolsas e roupas que apontam para as tendências de moda da estação. São artigos femininos de marcas prestigiadas no mercado.

Para atender o aspecto que mais preocupa as mulheres modernas, e não só as modernas, a seção beleza, traz dicas de penteados, maquiagens, esclarecimentos sobre cirurgias plásticas e depilações; em algumas edições a seção é denominada “Beleza e saúde”, que além dos temas referentes à beleza, como cuidar da pele e dos cabelos, oferece também informações sobre alimentação correta e uso de contraceptivos. Apresenta ainda os últimos lançamentos da moda feminina.

A *Atrevida* se constitui numa revista bastante variada e versátil visando aproximar-se ao máximo do perfil da adolescente moderna, que já se sente mulher e dá evidências de independência e atitudes em vários aspectos, em especial, os aspectos ligados à vida afetiva e emocional. Embora parta de receitas prontas, daquelas do gênero que já se sabe o resultado, a

leitora quer ter a confirmação daquilo que já tem conhecimento e a revista apenas diz o que ela quer ouvir, do modo como deseja conhecer o assunto.

Além destas seções, a revista apresenta, ainda uma espécie de adendo, que no índice, aparece entre colchetes grandes ou *frames* especificando como “Toda vez”. É constituído de dez ou mais sub-itens, a saber, “escreve pra mim”, um espaço para interação entre o leitor e os editores da revista, aí são publicados fragmentos de cartinhas com elogios, críticas e sugestões, os elogios sobre matérias anteriores superam as críticas e sugestões, a revista também oferece endereços de fãs-clubes e de alguns “ídolos” do público jovem; alguns leitores enviam fotos de momentos especiais, geralmente na companhia de algum famoso; a revista faz comentários sobre os textos se dirigindo à leitora de forma carinhosa, quase sempre pela sílaba inicial do nome. “Que mico!”, além de publicar histórias interessantes e embaraçosas vivenciadas pelas leitoras, nesta seção, há sempre a foto de um famoso ou de uma famosa ao lado da narrativa de algo similar que aconteceu com a celebridade, dessa forma, a revista tenta aproximar os dois lados, evidenciando que os famosos também passam por situações parecidas às da leitora e que nem por isso deixam de contá-las. Isso faz com que as leitoras também se sintam à vontade para compartilhar o “mico” com os demais. Há também uma promoção especial para o “mico” que se destacar, nesse caso, é publicado em letras maiores e coloridas e sua autora ganha uma camiseta com o slogan da revista.

Na subseção “Calendário”, quadradinhos verdes e rosas, representando cada dia do mês, sugerem o que fazer para aproveitar melhor o dia “Que tal mudar o visual antes da volta às aulas? Faça um novo corte, pinte as unhas com uma cor que você nunca usou. Essas mudanças dão o maior ânimo para encarar o segundo semestre”, oferecem informações sobre shows, datas importantes, estréia de filmes, aniversários de gente famosa; o “Shopping” divulga um produto específico como chaveiros ou bolsas, oferecendo um leque de modelos e preços variados.

“Quá-Quá” é um espaço com piadas e frases interessantes enviadas pelas leitoras; “De olho no futuro” divulga informações sobre cursos, livros, eventos, além da experiência de alguma jovem bem sucedida, geralmente universitária (esta seção é omitida em algumas edições); o “Horóscopo” traz sugestões do que fazer para ter sucesso na tarefa de sedução, todos os signos fazem referência a um bom momento no amor ao lado do gatinho dos sonhos, revela também as características dos meninos relacionadas a cada signo para que a garota conheça melhor o seu namorado ou aquele que ainda deseja conquistar; “Feira Mística” é apresentada da seguinte forma

“Vá direto ao dia do mês em que você nasceu e descubra quais são as cores de roupas e acessórios que você deve usar para arrasar nas paqueras, manter o astral em alta, se sair bem nos estudos...”. Esta é uma referência à edição 10o3 e seus objetivos ficam bastante claros, se os motivos estiverem expostos em ordem de importância, não temos nada novo, na verdade, o eixo principal que norteia todas as seções da revista é o mesmo, se dar bem na hora da paquera.

“Agenda” publica os endereços das lojas e grifes dos principais produtos divulgados e as ganhadoras das promoções realizadas pelas mesmas; “Papo de garota”, provavelmente inspirada na produção literária da autora Valéria Piassa Polizzi, geralmente apresenta uma situação vivida por uma garota no ambiente familiar, relação com o irmão, com a mãe ou com o pai, as questões de gênero e identidade também são evidenciadas.

Com pequenas mudanças editoriais, a revista amplia o espaço “Toda vez”, descrito acima, com algumas inovações como divulgação das notícias do *site* da *Atrévida* e dicas de como “cair na rede”, alguns comandos para interagir na internet e conhecer a linguagem que circula no ambiente virtual.

E ainda para falar dos mesmos assuntos, mas com cara de novidade, abre espaço para “Põe na roda”, “Tudo sobre sexo”, “Ficadas e Cia”, “Na galera”, “Hot, hot, hot”, “Ao pé da letra”, “Badulaques”, “Fio a fio”, “Tudo em cima”, “Make it”, “Palavra de menino”, “Tudo Zen”, “Fala sério”. Estas seções não são fixas, podem aparecer todas numa só edição, ou algumas delas, não necessariamente na ordem em que foram expostas aqui.

De novo mesmo só a ordem em que os assuntos são discutidos em cada seção, embora mude a denominação, o conteúdo é sempre igual. Alguns deles chegam a ser literalmente repetidos em edições subsequentes, mas como afirma uma leitora: “Eu adoro a revista, vocês parecem adivinhar nossas dúvidas! Não perco uma edição, pena que a *Atrê* não seja semanal. Depois que devoro a revista, o jeito é correr para o *site* para agüentar o resto do mês”, publicada na edição 10o3.

### 1.3.1 O Editorial

O gênero textual denominado editorial se caracteriza principalmente pela forma de persuadir os leitores, esclarecer ou alterar seus pontos de vista, alertar a sociedade e, às vezes, até mobilizá-la, além de apresentar uma linguagem clara, objetiva e, geralmente, impessoal.

Representa o pensamento da revista sobre os diversos assuntos que veicula e por sua natureza impessoal, não é necessariamente assinado. Nas revistas, o editorial também incorpora os principais temas que serão discutidos na edição, destacando a forma que serão abordados e podem conferir um caráter mais informal do que em jornais, por exemplo.

No caso particular da revista *Atrevida*, o que sugere o editorial, encontra-se na seção “Cá entre nós” ou “Vou te contar”, como nas edições anteriores ao ano XIV. Por se tratar de um veículo especialmente produzido para o público adolescente, percebe-se uma flexibilidade em toda a configuração, inclusive no editorial. O aspecto talvez mais marcado é o fato de empreender esforços para tornar a seção menos impessoal e promover uma maior aproximação da leitora com a equipe de produção. Outro detalhe interessante é que o recurso imagético, em quase todas as edições recentes vai ocupando espaços cada vez maiores, são publicadas fotos do pessoal da redação, do editorialista, ou até mesmo de responsáveis pela diagramação da capa, fotografia ou maquiagem. Com isso, a leitora vai se tornando amiga da revista e a revista mais amiga da leitora.

Outra forma de persuasão é a interpelação do leitor por meio de perguntas retóricas e de enunciados que simulam um diálogo, além de explicitar experiências pessoais sobre fatos que serão discutidos na edição e a utilização da primeira pessoa do discurso, em alguns casos. A estrutura textual é quase sempre a mesma, bem como o tom do texto, geralmente o de uma conversa informal, um bilhete, uma narrativa curta.

A maioria dos editoriais analisados apresenta o texto dividido em três partes, a primeira destaca as manchetes principais e as personalidades presentes na edição; a segunda constitui o posicionamento da revista sobre os assuntos apresentados e a argumentação para provocar a adesão da leitora; a terceira parte consiste na chamada, no convite para ler as matérias seguindo o caminho já traçado pelo editorialista.

Quanto às imagens, elas têm ocupado cada vez mais espaço; nesta seção, são utilizados alguns recursos estilísticos como efeito amarelado dando idéia de retorno ao passado, figurino especial, além de objetos que fazem referência ao assunto que será discutido na edição.

A fim de explicitar melhor as estratégias discursivas empreendidas pelos editoriais da *Atrevida*, bem como os sentidos que se deseja produzir, os itens que se seguem oferecem uma importante reflexão a respeito.

### 1.3.1.1 O *ethos* do enunciador

Nos diversos campos discursivos que produzem sentido nas relações sociais, circulam idéias e conceitos que projetam imagens e abrigam sentidos, os quais variam desde a defesa, o debate, a sedução até o convencimento. Não são apenas textos divulgados, mas discursos que definem ou mascaram a posição do sujeito, sua ideologia, seu modo de dizer, sua intencionalidade.

Na tradição aristotélica, é o discurso que produz a persuasão e esta, por sua vez, é produzida pela disposição dos ouvintes. Neste movimento, três elementos se evidenciam no discurso: o caráter do orador ou as paixões que suscita no auditório (*ethos*), as disposições em que se situa o ouvinte (*páthos*) e aquilo que o discurso demonstra ou parece demonstrar (*lógos*).

Quanto ao primeiro elemento, o qual será analisado nesta seção, Aristóteles apresenta três formas principais de representá-lo: PHRONESIS centra-se no *lógos*, pressupõe o *ethos* da sabedoria, da ponderação, da racionalidade; ARETÉ ostenta uma franqueza que não teme as suas conseqüências, EUNÓIA pretende ser simpático, entrar em cumplicidade com o auditório, por isso identifica-se com o *páthos*. Nesta direção, o locutor deve sempre se apresentar como um benfeitor, que satisfaz os desejos e as necessidades do alocutário, oferece segurança, não constitui qualquer ameaça às convicções do público, se institui como sujeito.

Segundo Amossy (2005, p. 9):

toda fala implica a construção de uma imagem de si. Para tanto não é necessário que o locutor faça seu retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si próprio. Seu estilo, suas competências de linguagem e enciclopédicas, suas crenças implícitas bastam para dar uma representação de sua pessoa. Deliberadamente ou não, o locutor efetua assim no seu discurso uma apresentação de si.

Na perspectiva de Aristóteles o *ethos* do orador só era validado explicitamente por meio da fala, único recurso para alcançar a persuasão; no entanto, os estudos desenvolvidos por Dominique Maingueneau aventam que todo texto, mesmo o escrito, é sustentado por uma voz, a de um sujeito além do código escrito. Enquanto que Aristóteles sugere um *ethos oral*, Maingueneau avança para um tom manifesto no texto escrito, um *ethos escritural*. (2001, p. 98). Segundo este, o *ethos* diz respeito ao caráter do orador, que deve ser apropriado a cada tipo de

discurso que visa projetar, para engendrar no público uma disposição em relação à imagem construída.

Distingue, dessa forma, dois tipos de *ethos*, o **pré-discursivo**, para o qual o público já possui uma representação do *ethos* do locutor; no caso de textos da mídia impressa, a depender do veículo, da seção ou do público para o qual o texto se destina, é possível prever de que lugar fala o enunciador e determinar previamente sua representação física e psicológica; e o *ethos discursivo*, que se subdivide em dito e mostrado, o primeiro diz respeito ao próprio discurso e o segundo aos elementos extralingüísticos, que no momento da enunciação manifestam as estratégias do enunciador (AMOSSY, 2005, p.16).

É de interesse desse estudo o *ethos* pré-discursivo, o qual permite ao leitor estabelecer uma representação do “corpo” do enunciador e perceber o tom que dá autoridade ao que é dito; além do *ethos* discursivo dito a fim de identificar os elementos que denunciam o comportamento e o modo de dizer do sujeito enunciador.

Dessa forma, o *ethos* está relacionado ao público (*páthos*) e ao *lógos*; a depender do gênero discursivo ou do posicionamento ideológico, são induzidas expectativas em relação ao *ethos*, o qual pode se manifestar como solicitador, apresentador, conselheiro, amigo etc., fazendo parte da cena da enunciação: a **cena englobante**, o tipo de discurso em que se insere o enunciado; a **cena genérica**, o gênero discursivo que engendra a enunciação; a **cenografia**, o caráter do texto, a forma que o orador optou para a construção do texto e para apresentar sua argumentação.

Por ser um veículo produzido para o público feminino adolescente, faz-se necessário analisar a construção do *ethos* no editorial da Revista *Atrevida*, a fim de verificar qual a sua filosofia e quais são as estratégias de que o enunciador lança mão ao apresentar-se e ao mesmo tempo representar uma voz coletiva, qual o tom recorrido a fim de conduzir o público alvo a uma perfeita identificação.

Para esta abordagem, inicialmente, se situará o discurso numa das formas de representação do *ethos*, na perspectiva aristotélica, seguida de uma discussão sobre o *ethos* como constitutivo de uma cena enunciativa, referendada na visão teórica de Maingueneau e descrição das marcas discursivas que estão relacionadas à subjetividade do orador, a propósito da Análise de Discurso.

### 1.3.1.2 O sujeito enunciador

Segundo Dascal (2005, p. 68), é possível inferir sobre o caráter do locutor a partir da informação transmitida pelo seu comportamento (proposicionalização) ou da informação sobre o seu comportamento (parametrização), eventos em que a informação pode ser percebida, mesmo sem estar definida no texto. O orador não precisa dizer de si mesmo, mas no que ele mostra de si, assim, a persuasão é eficaz quando há confiança no que se diz e em quem diz. Assim, o *ethos* é responsável pelas imagens do enunciador, garante a credibilidade, se constrói na sua maneira de dizer, não o que ele representa, mas o que ele apresenta de si.

Evidenciam-se no editorial da Revista *Atrevida* alguns aspectos que remetem ao caráter do orador e ao processo de construção do *ethos*; dentre estes, merecem destaque a opção pela 1ª pessoa do plural “nosso editor-chefe dá mais informações” (10s3), “Só porque não entendemos algumas coisas que acontecem, não significa que elas não existem” (10o3), “E nós aprovamos a mudança” (13a6), “é a nossa garota de capa” (13a6), “que os nossos pais poderiam ter falado” (13a6), “E nós aprendemos a viver nesse ritmo” (13a6), “O homem inventou o tempo e dividiu nossa vida – a minha e a sua – e nós aprendemos a viver nesse ritmo” (13ª6), “e somos ‘obrigadas’ a sair para papear...” (13a6), “Carol, nossa repórter” (13m6), “Preparamos um especial para quem levou um fora” (13m6), “Todas nós vamos crescer muito” (13m6); ao mesmo tempo em que enuncia em nome da empresa, dos redatores, inclui-se no mesmo mundo do sujeito destinatário, o qual compartilha de gostos e idéias semelhantes; as marcas características da linguagem de uma “galera” jovem, “descolada”, assim como se pretende a revista, “não perde tempo fazendo tipo” (13a6), “famosos que a gente curte” (13a6), “os caras disseram coisas” (13a6), “o próximo feriado só rola em abril” (14m7), “aproveite a *Atrê* para dar um fresco na cuca” (14m7), “Mas o bacana é que todas elas estão palpitando muuuito” (14a7), “só pra variar” (13f6), “os caras mais pedidos do momento” (13m6), “conta tudo sobre a galera dos anos 60, 70, 80 e 90” (13a6), “a começar pelo bate-papo com a galera do CPM 22, é impossível não curtir o som desses caras” (13j6), “você vai curtir” (14f7), “pra ficar na boa” (14m7), “Nem tudo na vida são momentos de curtição” (13m7), “Pintou um novo amor?” (13m7); formatação não justificada que fortalece o caráter de uma conversa menos formalizada, períodos curtos e perguntas retóricas “você já presenteou o seu com um papo?” (13a6), “Já pensou nisso?” (13a6), “Achou estranho?” (13j6), “Quem é que não gosta de fazer aniversário?” (13a6), “E quem não quer?” (13a6), “Quem não ama?” (14f7), “Quer entrar nessa também?” (14f7), “Ta com preguiça

só de pensar que o próximo feriado só rola em abril?” (14m7), “Você tem facilidade para fazer novos amigos? Não tem?... Sabe planejar uma ficada? Ihhhh, nem um pouco?” (10o3); o que também intensifica a qualidade da conversa.

Embora o co-enunciador não possa de imediato discutir suas idéias a respeito do assunto, é interpelado a pensar como o sujeito enunciador. O objetivo aqui é, através da exposição das matérias, apresentar o que a revista pensa sobre os temas que serão abordados, pensamento que o leitor deverá também incorporar.

Dessa forma, o *ethos* é representado como o de um benfeitor, que satisfaz os desejos e as necessidades do alocutário, oferece segurança, não constitui qualquer ameaça às convicções do público, se institui também como sujeito. Para Aristóteles é a forma *eunóia*, a qual não intenta chocar ou provocar, mas entrar em cumplicidade complacente com o auditório. Neste caso, ao explicitar que “os nossos pais poderiam ter falado, se a gente desse um espaço pra eles” (13a6), ou “só porque não entendemos algumas coisas que acontecem” (10o3), “e nós aprendemos a viver nesse ritmo”, o leitor não se sente ameaçado, visto que não apenas ele não estabelece um diálogo aberto com o pai, ou não entende de determinados assuntos, há aí um caráter universalizante, ele se identifica com uma comunidade imaginária de indivíduos que têm a mesma necessidade. Acrescenta-se a isto que ocorre no texto uma fusão das três formas de apresentação do *ethos*, conforme tabela a seguir, embora se perceba que a identificação com o *páthos* seja mais consistente.

Tabela 01. Formas de apresentação do *ethos* na tradição aristotélica

<b>Phronesis</b>	“Quero convidar você a refletir”	(13a6)
	“Aposto que ele ia gostar de entendê-la...”	(13a6)
	“Sem eles, eu e você não estaríamos batendo este papo”	(13a6)
	“Já pensou nisso?”	(13a6)
	“Voltamos a falar sobre esse sentimento tão especial que inspira poetas, músicos e artistas todos os tempos”	(13j6)
	“Pois saiba que muitas meninas, mesmo sem perceber, não vivem o ano 2006”	(13j6)
<b>Arete</b>	“Eu sou suspeita, mas confesso...”	(13a6)
	“os nossos pais poderiam ter falado, se a gente desse um espaço pra eles”	(13a6)
	“Até eu entrei totalmente no clima”	(14m7)
	“Eu confesso, quase chorei junto”	(13o6)
<b>Eunóia</b>	“depois me conte”	(13a6)
	“os nossos pais poderiam ter falado, se a gente desse um espaço pra eles”	(13a6)
	“É mesmo quem não tem um pai por perto...”	(13a6)
	“Sem eles, eu e você não estaríamos batendo este papo”	(13a6)
	“é claro que cada leitora vai adaptar as sugestões da <i>Atrê</i> a sua própria maneira de expressar”	(13j6)
	“se você não namora, tenha certeza de que não vai ficar roxa de raiva ao	(13j6)

ler a matéria – Para viver um grande amor”	
“Que esta edição seja um convite para amar mais, inclusive a você mesma”	(13j6)
“Para contaminar você de felicidade, a gente começa aqui, espantando o baixo astral”	(14m7)
“Espero, de verdade, que a cada página você sinta como se estivesse abraçando uma amiga querida, que não vê há tempos”	(14m7)
“Se você não entrou nesse time, mas também tem algo a nos dizer, fique à vontade. Estou aqui para ouvir... E prometo responder”	(14a7)
“Mas não fique de mau humor por causa disso, tá?”	(14m7)
“E se quiser falar com a gente, é só escrever pra mim!”	(14m7)
“recheada de matérias ... que aposto, você vai curtir”	(14f7)
“Quer entrar nessa também?”	(14f7)
“Experimente viver um dia de cada vez! E depois me conte como foi”	(13j6)
“No Making Of, você confere o dia-a-dia da redação e, se quiser, pode até se inscrever para passar um dia com a gente”	(13s6)
“Gostou? Então, entre nesta festa que começa nas próximas páginas. Você é nossa convidada de honra!”	(13s6)
“Confie em você! E conte com a gente”	(13o6)
“Se joga! E depois me escreva, tá?”	(13n6)

“O texto não é para ser contemplado, ele é enunciação voltada para um co-enunciador que é necessário mobilizar para fazê-lo aderir ‘fisicamente’ a um certo universo de sentido” (MAINGUENEAU, 2005, 115).

Em vários momentos o *ethos* discursivo dito “Eu sou suspeita, mas confesso, gostei muito de conhecê-la melhor” (l 06), “outra matéria que me deixou feliz” (l 07), aparece como um recurso para validar a cena, a seção é sempre assinada em manuscrito pelo representante que fala em nome de um coletivo: Escala Editora, que constitui uma outra manifestação desse *ethos*.

Com a função de legitimar a sua maneira de dizer, o *ethos* faz surgir no momento da leitura uma instância subjetiva, o fiador, o qual remete a traços psicológicos e a uma corporalidade. No editorial que apresenta a edição 13a6, os indícios textuais reportam para uma imagem de um enunciador, mais precisamente, uma enunciativa jovem “fazendo tipo”, “os caras”, “a gente curte”; porém experiente “vou convidar você a refletir”, confiável “e depois me conte”(l 04), de bem com vida “gostei muito” (l 06), “me deixou feliz”(l 08), conhecedora de gente famosa “gostei de conhecê-la melhor”(l 07) e do assunto em discussão “Aposto que ele (o pai) ia gostar mais de tentar entendê-la”(l 1). Neste enunciado o fiador retoma a terceira pessoa e assume uma voz mais experiente, de alguém que compreende os motivos dos pais, embora não esteja submetido a tal situação.

Ao enunciar sobre a garota de capa já induz a um estereótipo de mulher “atriz e cantora”, bem resolvida “autêntica” (l 02), “não fica fazendo tipo” (l 02), sincera “declarações sinceras” (l 05), bonita “fofa”, um modelo validado e que por isso mesmo, deve alcançar a benevolência

do co-enunciador; e ao se colocar como filha “nossos pais” (l 10), referindo-se a pais de adolescentes, assume o papel de filhas adolescentes, aproximando-se ainda mais do sujeito enunciador. Denuncia um aspecto de instabilidade, migrando de um ar sério “quero convidar você a refletir” (l 12), para um menos comprometido “até mesmo esses merecem nossa consideração e carinho” (l 22), de uma visão conservadora “não deixá-la voltar muito tarde para casa” (l 16) a uma visão mais liberal “pais-malas, pais-ciumentos, pais-que-só-pisam na bola” (l 22). Apesar de se referir aos pais como “os caras” (l 10), fala de alguém que merece respeito e satisfação, e a seguir faz uma classificação deles como pais-malas, pais-ciumentos, pais-que-só-pisam-na-bola (l 22), tentando alcançar o *páthos* geral – nem todos os pais são assim e nem todos os filhos mantêm uma relação boa com seus pais. Sugere uma relação mais distante, ao enunciar “os caras” (l 10) e mais próxima na formulação “nossos pais”(l 10). Denota mais uma vez um caráter volúvel, de repente ama e logo em seguida censura.

O enunciado da linha 16, ao qual nos referimos no parágrafo anterior, implica numa outra representação da mulher, aquela que requer maior proteção, ao contrário dos homens na mesma idade, e por isso, devem voltar mais cedo para casa.

“Com efeito, o texto escrito possui, mesmo quando o denega, um “tom” que dá autoridade ao que é dito. Esse tom permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador (e não evidentemente, do corpo do autor efetivo)”. (MAINGUENEAU, 2001, p. 98).

Na maioria das vezes, o tom do discurso apresenta-se como uma voz feminina bastante familiar, o título da seção “cá entre nós”, “da redação” ou “vou te contar” retoma um comportamento de cumplicidade, afetividade, confiabilidade, peculiares de pessoas, especialmente mulheres, que têm confidentes e se sentem à vontade para compartilhar segredos ou mesmo novidades do momento. Numa atitude de amiga para amiga “depois me conte (l 04)”, “batendo este papo” (l 24), “é sobre isso que quero convidar você a refletir”; permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador. O discurso é legitimado por meio da relação de confiança estabelecida e de confissões do *ethos* “Eu sou suspeita, mas confesso, gostei muito de conhecê-la melhor”, “Outra matéria que me deixou muito feliz” (l 07).

Dessa forma, pode-se afirmar que o *ethos* do enunciador nos editoriais da Revista *Atrevida* remete à corporalidade de uma mulher experiente, embora ainda adolescente, um caráter volúvel e um tom amigável, os quais reforçam a identificação com o co-enunciador.

### 1.3.1.3 Cena da enunciação

A partir dos pressupostos de Maingueneau sobre a cena da enunciação, destaca-se no texto, o discurso midiático impresso como cena englobante, veiculado numa revista produzida para o público de meninas adolescentes, pressupõe-se uma linguagem aproximada de seu público, persuasiva e com temas de seu interesse; quanto à cena genérica, a instituição discursiva está associada ao gênero editorial, embora não se apresente de forma tão fixa. A começar pelo título “cá entre nós”, que já anuncia um contrato com o interlocutor e a assinatura do representante do sujeito enunciador em manuscrito, sugerindo mais do que uma apresentação do exemplar, mas um contato pessoal; geralmente não aparece o sobrenome, então pressupõe alguém já conhecido do outro. Neste caso, retoma-se a idéia de *ethos* pré-discursivo, o leitor já presume o tom discursivo e a corporalidade do orador, ainda que não haja uma perfeita correspondência no momento de interação com o discurso. Na leitura de um editorial é possível antever que o discurso dito estará em concordância com o que pensa o veículo e como ele se posiciona frente a determinados assuntos.

Como a cenografia não é imposta pelo gênero, temos aí uma espécie de conversação entre amigas de faixa etária equivalente, como propõe a revista; em alguns momentos o editorial se associa com uma sessão de aconselhamento, de caráter mais experiente. Vale ressaltar que há uma dissonância com a cena genérica, se tratando de um editorial, tanto o *ethos* do enunciador quanto a forma que organiza a materialidade discursiva já são presumidos pelo enunciatário, neste caso, porém, a linguagem despreocupada (sem ser descuidada), a assinatura do “autor” e as reiteradas interpelações, se afastam do modelo clássico de editoriais de outros veículos, o que concorre para o objetivo da revista, tratar assuntos “sérios” com um caráter menos formal, menos rigoroso do que se tivesse falando do lugar de pais ou profissionais afins.

Segundo Maingueneau (2005, p. 18), “a cenografia é, assim, ao mesmo tempo, aquela de onde o discurso vem e aquela que ele engendra; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, deve estabelecer que essa cena de onde a fala emerge é precisamente a cena requerida para anunciar”. Então, a partir do imaginário do leitor, é possível (re)construir a cenografia, com a qual o co-enunciador, neste caso, as meninas adolescentes, se identifica. É criado um ambiente de conversa familiar, pressupõe um interlocutor já conhecido “Sem eles, eu e você não estaríamos batendo este papo” (l 25), “e depois me conte”, uma jovem adolescente

que tem algumas inquietações, sabe o que quer e encontrou suas respostas na publicação, é consumidora da revista, e por isso, bem resolvida e capaz até de aconselhar e oferecer sugestões. O discurso visa aqui estabelecer a co-presença desse *ethos* e do valor que a revista oferece.

Além disso, associa a figura do enunciador ao mundo da fama. A começar pela atriz e cantora Marjorie Estiano, garota de capa de mais de uma das edições, a qual é um ícone de referência para as meninas adolescentes, desde sua atuação na Novela *Malhação*, exibida pela Rede Globo, e em destaque como talento musical, alguém que sugere autoridade para falar de assuntos que interessam ao co-enunciador, beleza e autenticidade; seguida de uma alusão a pais famosos que têm filhas adolescentes, certamente também famosas. Além da atriz e cantora, mais duas figuras femininas aparecem no texto: Rita como quem assume a autoria do texto e Carol, repórter da editora e autora da matéria em homenagem aos pais, as quais funcionam como possíveis pontos de referência para o co-enunciador.

O *ethos* do discurso constrói-se, no editorial, pautado em objetivos bem definidos: dar credibilidade ao fiador, propor a assimilação de um estilo, postular idéias a respeito do *logos*, adentrar na comunidade imaginária de mulheres adolescentes que partilham do mesmo modo de vida e dos mesmos problemas.

A análise empreendida constatou que o *ethos* sugere um *tom* familiar, que ora apresenta-se bem próximo, a ponto de colocar-se como participante do mesmo grupo do co-enunciador e ora afasta-se para conferir um ar de maior seriedade, apresenta-se como conselheiro alguém que fala porque tem experiência para falar. Está consciente da impressão que quer causar e para isso recorre a estratégias como interpelação em 1ª pessoa, perguntas retóricas, senso de cumplicidade e simpatia, a forma de apresentação mais relevante, com alguns enunciados que permitem sua inscrição nas três formas apresentadas por Aristóteles; além de escolhas lingüísticas que são próprias do público adolescente feminino, o qual a revista pretende alcançar.

Destaca-se o *ethos* pré-discursivo, para o qual o interlocutor já possui uma representação do caráter do locutor e com a qual se identifica. Como constitutivo de uma cena enunciativa, o *ethos* evoca no discurso uma cenografia de uma conversação entre amigas, em alguns enunciados, um momento de aconselhamento sobre assuntos que se referem tanto à cena de origem da enunciação, quanto à que deve ser construída na interação discursiva.

Neste sentido, foi observado que ecoa no texto uma voz familiar, de característica feminina que legitima o discurso e possibilita às leitoras uma melhor identificação. É estabelecida uma relação de confiança e cumplicidade.

É possível afirmar que esta forma de construção do *ethos* permite uma melhor incorporação – ação sobre o co-enunciador – fenômeno discursivo que pode ser tema para outros estudos desenvolvidos a partir deste *corpus*.

Tratar a questão do *ethos* considerando a cenografia implica reconhecer um nível de funcionamento discursivo anterior, o interdiscurso, que diz respeito ao caráter de historicidade dos discursos, um já-dito que possibilita a produção de diversos discursos como se fossem sempre novos. Enquanto Maingueneau fala de cenografia, Pêcheux se refere às condições de produção do discurso, as quais serão discutidas adiante. Embora não sejam necessariamente a mesma coisa, tanto as noções de cenografia quanto de condições de produção são fundamentais para a análise da materialidade discursiva e o processo de constituição do sentido.

### 1.3.2 O léxico

Com objetivo de definir uma identidade ou mesmo demonstrar solidariedade à tribo que pertencem, os grupos juvenis geralmente, adotam uma maneira de falar que assume peculiaridades bem fronteiriças com outros grupos sociais de faixa etária diferente. Não é difícil identificar pela preferência lexical um diálogo entre jovens de uma mesma idade, numa dada época, ou de pessoas adultas em ambientes formais, ou até informais. É preciso ressaltar que este jargão juvenil também pode variar a depender do contexto em que se realiza, embora algumas marcas sejam predominantes.

E no caso particular da revista, o fenômeno lingüístico, em especial, a seleção lexical, constitui uma marca identitária e, acredita-se, uma estratégia para aproximar-se da leitora, além de ditar algumas formas de expressão que facilmente são assimiladas pelo público e outras que o público já adotou e a revista legitima. Desse modo, entende-se também, que a escolha lexical está relacionada às formações discursivas a que o discurso está vinculado, pois ao mudar de formação discursiva, muda-se o sentido da palavra.

Neste sentido, segue-se a análise de alguns fenômenos lingüísticos evidentes na revista e os fatores a eles relacionados. Para isso, foram catalogadas 111 palavras consideradas pertinentes

ao jargão juvenil, e em seguida distribuídas em seções de acordo com o fenômeno lingüístico que encerram e o sentido que a expressão assume no contexto.

### 1.3.2.1. Fatores de influência no léxico da *Atrevida*

A língua(gem) é uma instituição social que caracteriza os participantes de uma mesma comunidade e funciona como mediadora de suas relações, mesmo considerando as variações que podem ocorrer devido a fatores como idade, gênero, raça, espaço geográfico, interferência tecnológica ou caráter dessas relações. Isto não impede que haja entendimento entre os membros que pertencem aos vários segmentos sociais, embora nem todos tenham a mesma preferência lexical, todos são capazes de estabelecerem comunicação entre si.

Sendo a língua dinâmica e o falante atuante e criativo diante do fenômeno, reconhece-se que a depender dos vários ambientes em que se realiza e do momento histórico em que está inserido, o acontecimento lingüístico vai refletir as circunstâncias imediatas e vai estar intimamente ligado às preferências do grupo social a que pertence o indivíduo.

Um outro aspecto que vale ressaltar é que a marca lingüística é fator também de identidade e de pertencimento. Um diálogo registrado no século XVIII vai refletir características dessa época, do contexto em que foi realizado e possivelmente vai apresentar diferenças do que seria dito hoje, século XXI, em situação semelhante. Da mesma forma, um grupo de jovens, apesar de utilizar o mesmo código lingüístico, dificilmente fará uso das mesmas expressões e palavras que utiliza um grupo de pessoas em idade acima de 60 anos. Pode-se também imaginar um grupo de jovens do século XIX e outro do século XXI, apesar de apresentarem características comuns na linguagem, é possível identificar um caráter peculiar em cada época. Em AD isso está relacionado ao posicionamento do locutor e às condições de produção do discurso.

A partir daí, pode-se compreender que a língua se modifica e assume características distintas ligadas aos aspectos sincrônicos e diacrônicos, bem como a faixa etária, grupo social, raça, para citar alguns.

É na linguagem e por meio dela que os indivíduos promovem as constantes mudanças na sociedade, é a partir de palavras de ordem como “Independência ou Morte” que se marca uma era ou muda-se a percepção sobre um conceito ou fenômeno social. Algumas palavras ou expressões estão tão ligadas a uma ocorrência que só o fato de pronunciá-las já demarca as circunstâncias em

que elas foram referidas. Isso não quer dizer que a palavra vai assumir um significado único sempre, ao contrário, ocorre um movimento de vai e volta, a palavra num contexto e numa determinada época, mantém um sentido, e noutra pode variar para outro. A palavra ideologia, inicialmente relacionada ao pensamento marxista, mesmo com tantos outros olhares sobre o fenômeno que designa e o emprego em campos distintos, ainda carrega o peso ideológico da primeira utilização, haja vista, ser utilizada com tantas ressalvas no ambiente científico.

Ullmann (1970) supõe um contexto relativo que algumas vezes é crucial para o sentido da palavra e em outras é como se já estivesse lá, cristalizado no momento primeiro de uso da palavra, como no caso de alguns títulos de obras que farão remissão sempre a um sentido e não a outro. Distingue também dois contextos, que remetem à concepção da palavra como unidade de significado. Primeiro, o contexto verbal que não se restringe apenas ao ambiente gramatical em que a palavra se encontra, mas pode abranger o todo, como uma obra completa, em algumas situações, ela só vai ter o significado completo se for considerada a obra inteira, não parte dela. Além do contexto verbal, sugere o contexto situacional<sup>1</sup>, que se refere à situação específica em que ocorre uma expressão, diz respeito ao aspecto cultural no qual ocorre um ato de fala. E acrescenta que há uma influência maior que se pode chamar contexto de cultura, o qual abrange todos os outros contextos possíveis.

Considera-se neste estudo, o contexto situacional, no material escrito, visto que um processo de interação não se dá apenas no nível oral, mas em qualquer situação que envolva um interlocutor com a intenção de promover uma interação com o outro (destinatário). E o contexto cultural, visto que a forma de expressão escrita, as preferências lexicais também implicam os valores e crenças predominantes numa sociedade.

Acrescenta-se ainda que no processo de evolução de uma língua o léxico exerce papel fundamental, todo o tempo surgem novas palavras, outras caem em desuso, algumas ressurgem com novos significados, na verdade, não há ineditismo neste processo, a sensação de novidade é que estabelece os limites entre um grupo e outro.

Lima-Hernandes (2005) ao refletir sobre os fatores que concorrem para esta delimitação, apresenta o fator idade, fator gênero<sup>2</sup>, fator raça, fator tecnológico, fator geográfico e fator intimidade como fundamentais para este processo de novidade ilusória. Apesar de considerar

---

<sup>1</sup> Conceito introduzido por Malinowski, a partir dos seus trabalhos de campo sobre a língua e a cultura dos habitantes da ilha Trobriand no sul do Pacífico.

<sup>2</sup> Atualização minha, o autor utiliza a palavra sexo para se referir a este fator.

estes aspectos culturais como interdependentes, destacam-se os fatores de idade e gênero na análise do corpus.

Há algumas décadas ou se era criança, ou se era jovem ou adulto, e para este implicava todas as responsabilidades da maturidade, bem como independência financeira no caso dos homens e a constituição de uma família. A partir da década de 50, século XXI, com a emergência de um grupo intermediário caracterizado pela necessidade de controlar os seus impulsos, e acusado de rebeldia sem causa aparente, surge o adolescente. E reivindica para si não só o controle de suas vidas, mas uma produção que atenda aos seus mais diversos interesses, em relação à moda, à cultura, à vida em sociedade.

A fim de atender a esta necessidade a indústria cultural lançou inúmeros produtos, dentre eles muitas revistas e com elas a sedimentação de um léxico específico que com o tom de novidade caracterizam o público *teen*; quem não acompanha a novidade está fora do tempo como testifica a própria *Atrevida*.

Sendo a *Atrevida* uma publicação que atende as classes A e B da sociedade, pode-se postular através da expressão lingüística e lexical os aspectos culturais aos quais está atrelada e, com isso, qual a representação de mulher adolescente que a revista legitima em relação ao que se entende por adolescência na contemporaneidade.

Assim, das palavras recorrentes na Revista, relacionadas à forma de expressão do adolescente e à tentativa da publicação em tornar-se cada vez mais próxima do seu público, podem-se depreender as seguintes características:

a) Sufixo de diminutivo

O sufixo mais usado na *Atrevida* é o sufixo de diminutivo, geralmente com a intenção de eufemizar ou aproximar da maneira que as mulheres geralmente se referem às coisas ou às pessoas que se agradam ou apreciam, quase nunca utilizado para expressar tamanho pequeno. Como instituição cultural, o homem dificilmente se refere a algo como “inho”, é mais próprio da mulher. Seguem alguns exemplos: defeitinho, jeitinho, magrinha, gordinha, bruxinhas, piadinha, minutinho, descoladinho, peladinha, apelidinho, regrinha - que trazem a **idéia eufemística** – chefinho, filhinha crescidinha, priminho – **aproximação/ intimidade** - mauricinhos, garotinhos, lindinho, gatinho, galerinha, tchutchuquinho, bebezinho (se refere ao paquera, não ao irmão mais

novo) – **mimo** - prisilhinhas, floridinho, blusinha – **caráter de beleza** - rapidinho, bituquinhas – **rapidez/ velocidade** - juntinhos, conferir de pertinho – **intensidade** - moderninhos, inteirinho, dar uma mãozinha (no sentido de auxiliar), telinha, quentinha, feitinho, festinha – **ênfase**. Dentre outros.

#### b) Uso de superlativo

A fim de destacar aquilo que atrai sua atenção, o adolescente geralmente lança mão dos sufixos que fazem o grau superlativo e para isso não está preocupado com o que rege a norma, acrescentam – íssimo(a), éssimo(a) ou érrimo(a) independente do contexto verbal. Alguns deles: espertíssimas, pouquíssimas, fofíssimo, superídolo (um caso particular), completíssimo, carésimo, gatésimo, muitíssimo.

#### c) Abreviações e reduções

Outro fenômeno lexical presente no uso lingüístico dos adolescentes consiste em reduzir as palavras, não só as palavras que já circulam socialmente como moto, fone, zoo, mas outras ligadas a diversas áreas lexicais. Apartamento virou “apê”, o namorado anterior, é apenas o “ex”, A *Atrevida*, *Atrê*, Depressão “Deprê” (no sentido de baixo-astral), “retrô” se refere ao passado, e discutir a relação é “DR”, Patricinha agora é simplesmente “Patty”. É interessante notar que nem todas as palavras possibilitam esta forma, presume-se que pela eufonia ou questão de preferência mesmo, a palavra “Mauricinho”, por exemplo, não foi encontrada com nenhuma variação.

#### d) Uso de expressões específicas<sup>3</sup>

Uma questão bastante interessante é a influência da televisão no uso lingüístico do adolescente e quanto a isso a revista não deixa a desejar, muitas expressões típicas da *Novela Malhação*, são também bastante comuns:

---

<sup>3</sup> Para explicação das palavras e termos das seções 1.3 e 1.4 foi considerado o contexto no qual aparecem na revista, além de consulta a algumas adolescentes.

Tabela 2. Expressões

Fala sério	expressa dúvida ou admiração
Fazer tipo	“tirar onda”, exibição ou indiferença
Me amarro	no sentido de gostar muito de algo ou de alguém
Natureba sarado	homem de porte atlético e de estilo vegetariano
Ninguém merece	algo ou situação que desagrada
Pagar mico	situação vexatória
Pintar por aí	aparecer
Só pra variar	para diferenciar ou modificar
Tipo assim	substitui a expressão “por exemplo”
Tudo de bom	geralmente se refere a um homem bonito

## e) Preferências lexicais

Na referência a coisas, sentimentos e características relativas ao namoro e à paquera, principalmente, destacam-se algumas especificações que podem variar de sentido ao variar de contexto. Explicitadas a seguir algumas ocorrências, considerando o contexto em que apareceram no texto:

Tabela 3. Léxico específico

Atirada	mulher muito afoita e que faz a corte em lugar do homem
Bacana	legal
Balada	festa, zoeira
Barato	legal, interessante
Bombado	de porte atlético
Bota-fora	despedida de amigos
Cantada	uma interpelação para início da conquista
Caramba	expressão de espanto ou admiração
Clicados	fotografados
Curtir	aproveitar ao máximo
Descolada	totalmente liberal
Descolar	conseguir
Desencana/ desencanado	jeitão largado, não cria caso
Down	estado de baixo astral
Empolgação	é o sentimento que está aquém da paixão

Ficada	uma espécie de paquera sem compromisso
Ficante	é o garoto ou a garota com quem houve/há uma ficada
Galera	grupo com características afins
Galinha	menina ou menino que fica com vários garotos
Gato	homem bonito
Gostoso	homem bonito e desejado
Grudentas	meninas que pegam no pé dos meninos
Irada	legal, espetacular
Mala	pessoa inconveniente
Mauricinho	tem mania de exibição
Mico	vexame
Morcegão	desligado, boboca
Muvuca	festa ou reunião informal
Patricinha	menina modelo, engajada ou exagerada (já assumiu vários sentidos desde seu aparecimento)
Rolando	acontecendo
Rolos	semelhante à paquera ou ficada
Sacar	entender, captar
Sarado	qualidade do homem de porte atlético
Tchurma	variante de turma (aproximação da oralidade)
Traíra	aquele que não é confiável
Vitaminado	semelhante a sarado
Xavecar	semelhante à cantada

#### f) Gíria das patricinhas

A edição de nº 110 traz na seção “Quá-quá” as gírias das patricinhas, enviadas por uma leitora, que seria uma espécie de extrapolação no uso lingüístico adolescente, exagero característico desse tipo de menina; algumas não concebem a idéia de serem chamadas de patricinhas, enquanto outras se deliciam com a titulação. Algumas palavras/ expressões têm sentido familiar e outras assumem um significado bastante diferente do usual:

Tabela 5. Gírias

Abalar	arrasar, estar linda
Boy	playboy
Checar	impressionar
Dar um tapa	levantar o visual, se produzir
Fashion	quem está na moda, tem estilo
Fifi	Patty peruinha, do tipo que vai para o colégio de bota
Fofa	bonito
Hype	último grito da moda
Passado	o que está fora de moda
Look	visual, aparência

As palavras e expressões destacadas aqui se referem à tentativa da revista em constituir-se como uma publicação que não só discute os assuntos de interesse da adolescente, mas diz o que ela quer ouvir e como quer ouvir. A seleção lexical é marcada pelas preferências da maioria das meninas nesta fase, as quais arriscam tudo para ser diferente, chamar a atenção, além de demonstrar identidade.

O uso intenso de palavras no diminutivo, com funções variadas, como foi exposto, denota a tentativa de ecoar uma linguagem própria de meninas, assim como é instituída culturalmente; meninas são mais sensíveis, preferem coisas delicadas, bem ornamentadas, que foram pensadas para elas. Ainda que haja exceções, a maioria adere àquilo que foi ensinado para elas, como a mulher deve agir e falar socialmente.

Por outro lado, a referência ao homem lança mão de qualificadores como “gostoso”, “sarado”, “tudo de bom”, “bombado”, ressaltando seu caráter de dominação, também outra instituição social. Há exceção de “Mauricinho”, porém o sentido é pejorativo.

Quanto à utilização de superlativos, abreviações e reduções podem indicar um certo ar de liberdade que o adolescente também deseja demonstrar, então através das inovações e transgressões da norma, podem expressar o descontentamento com os protocolos que são “obrigados” a seguir na sociedade.

Velarde (1988, p. 108) relaciona este fenômeno à contracultura, e argumenta que “Uma forma de manifestar que esos valores no se comparten es precisamente la adoción de um language que representaria justamente unos contravalores<sup>4</sup>”.

Alguns falares provocam estigma, e isso dependerá do grupo que adota, porém na revista, a linguagem coincide (ou pelo menos se esforça para isso) com a linguagem própria das adolescentes da classe média e alta, leitoras previstas para a publicação. Dessa forma, adotar esta expressão lexical simboliza pertencimento e denota status.

Outro aspecto que se destaca é a influência da idade, as palavras e expressões são efêmeras, algumas desaparecem e outras ressurgem com significados diferentes, e dificilmente na idade adulta, as pessoas continuam usando o mesmo jargão. Como o tempo passou, “novas” palavras foram incorporadas e as situações vão exigir uma linguagem “diferenciada”, ou talvez, como diriam alguns, mais “apropriada” para o contexto.

Palavras como “blog”, “deletar” evidenciam a influência do progresso tecnológico na linguagem, são elas que num tempo posterior poderão testificar através dos registros um momento que revolucionou, não apenas a ciência, mas também a língua e as relações pessoais. A Internet tem conquistado os jovens de modo cada vez mais intenso, e a incorporação de palavras próprias deste universo, além de um ritmo novo no processo de interação tem possibilitado a ampliação lexical e com isso sua renovação.

Isso denota que a Revista *Atrevida*, assim como especifica no texto de abertura do seu *site*, prevê uma adolescente engajada, dona de si, preocupada com a moda e com o processo de conquista do outro e a seleção lexical é um dos recursos que utiliza a fim de tornar-se uma produção que corresponda aos interesses que a mídia criou para a adolescente dita moderna.

A escolha lexical denota a posição do enunciador, como a revista se vê, como vê o outro, a AD considera a questão lexical do ponto de vista da memória – um saber disseminado, retomado numa certa sociedade, em decorrência de uma certa história - Pêcheux (1990, p.160) argumenta que as palavras, expressões, proposições, etc. mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as sustentam, isso numa determinada conjuntura.

---

<sup>4</sup> Uma forma de manifestar esses valores incompatíveis é precisamente a adoção de uma linguagem que representaria justamente uns contra-valores.

## 2 O SUJEITO E A CONSTITUIÇÃO DO SENTIDO EM *ATREVIDA*

*“O sentido de uma palavra é um conjunto de outras palavras que mantém com ela uma certa relação”  
(POSSENTI, 2005, p.372).*

Ao lidar com um conceito da AD é quase impossível não mobilizar outros, uma vez que, a inter-relação desses conceitos é que permite tecer a rede do funcionamento do(s) sentido(s) num determinado discurso, o qual também não se encontra totalmente delimitado como uma região num mapa, mas estabelece relação com outros discursos que se tornam nas práticas discursivas seus constituintes. Contudo, pretende-se, neste capítulo, discutir inicialmente os aspectos relacionados ao sujeito e ao sentido em *Atrevida*, destacando as condições de produção do discurso e as formações discursivas como condição de existência do sujeito e do discurso.

Para Brandão (1997, p. 76), “o sujeito só constrói sua identidade na interação com o outro. E o espaço dessa interação é o texto”. Nesta perspectiva, entende-se que o sujeito se constitui como tal à medida que interage com o discurso.

Segundo Althusser (1973, p. 67), “não há sujeitos da história, há sujeitos na história”, portanto clivado e assujeitado, longe de constituir-se como totalmente livre, tomado pela consciência ou como ponto de origem do discurso. Isto está relacionado com o pensamento lacaniano, sobre o qual argumenta Mussalim (2004, p. 107):

o inconsciente se estrutura como uma linguagem, como uma cadeia de significantes latentes que se repete e interfere no discurso efetivo, como se houvesse sempre, sob as palavras, outras palavras, como se o discurso fosse sempre atravessado pelo discurso do Outro, do inconsciente.

Daí decorre a concepção de sujeito, o qual se define a partir do modo como se relaciona com o inconsciente e com a linguagem, e como se posiciona como representação dos diversos discursos que permeiam a construção de um discurso, que se constitui sobre a ação inconsciente dos discursos do Outro; como é interpelado ideologicamente.

Sob a perspectiva de Foucault, a constituição do sujeito se apresenta em três domínios: a) o sujeito em sua relação com a verdade e conhecimento ou saber; b) o sujeito em sua relação com a força e ação sobre os outros, em outras palavras com o poder; c) o sujeito em sua relação com a ética e agentes morais.

Ao considerar o enunciado como acontecimento discursivo, ele concebe um sujeito como uma posição, uma função determinada e vazia que pode ser ocupada por diferentes indivíduos, sob certas condições. Diz o autor:

na medida que é uma função vazia, podendo ser exercida por indivíduos, até certo ponto, diferentes, quando chegam a formular o enunciado; e na medida em que um único e mesmo indivíduo pode ocupar, alternadamente, em uma série de enunciados, diferentes posições e assumir o papel de diferentes sujeitos” (FOULCAULT, 1969, p.107)

Por isso mesmo, descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele disse (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser sujeito (IDEM, p.109).

Foucault (1982, p.31) argumenta que o sujeito é constituído pelos acontecimentos discursivos, epistêmicos e práticos, ou seja, o sujeito é da ordem do discurso. Derrida, por sua vez, no campo filosófico, avança que não há sujeito fora da ordem do signo. Lacan, sob a ótica da psicanálise, afirma que o sujeito desta linha teórica é o sujeito do inconsciente estruturado como uma linguagem e, portanto, falado pelo simbólico.

Althusser, como já citado, supõe que o sujeito é o da ideologia, que a ideologia existe por causa dos sujeitos, não há outro sujeito senão o da ideologia; desse modo ele se constitui pela sua sujeição à ideologia.

A AD surge de uma ruptura epistemológica com a ideologia que dominava as ciências humanas, principalmente na psicologia. Pêcheux tomou o discurso na sua relação com a língua como objeto de estudo, pensando a AD em relação a uma teoria do discurso que considerava uma interpretação althusseriana do materialismo histórico. Segundo Maldidier (2003), os estudos de Althusser em relação ao sujeito possibilitaram a Pêcheux um rompimento da sua concepção sobre o sujeito, colocando-o como um lugar de crítica, como tema obsessivo, na relação entre o sujeito e o sentido.

Pêcheux questionou a lingüística e as extensões da ciência piloto, ou seja, os campos das pesquisas lingüísticas, que diluíram a língua nos domínios biopsicossociais, decorrentes de diferentes formas de humanismo, que consideram a forma sujeito de direito, coberto pela subjetividade moral e psicológica; percebe a existência de uma jogada teórica fundamental no corte saussuriano; e tomou como base a teoria de valor que coloca a língua como sistema formal,

para construir o objeto discurso. No confronto teórico da articulação entre o sujeito da linguagem e o sujeito da ideologia (FONSECA-SILVA, 2003).

Entende-se, então, que Pêcheux não concebe um sujeito como indivíduo livre, fonte do dizer e senhor da sua língua na base de toda atividade lingüística, propõe um nível intermediário entre língua e fala. Ele introduz a noção de sujeito-estrutura e sujeito-assujeitado para definir o sujeito do discurso como um efeito de assujeitamento de um lugar na estrutura social. Para ele as posições dos protagonistas do discurso se relacionam através de um jogo de imagens que designa o lugar do qual falam, a imagem que fazem desse lugar e do referente. O sujeito encontra-se representado, isto é, presente, mas transformado, desse modo, funciona nos processos discursivos como uma série de formações imaginárias (PÊCHEUX, 1990)

Pêcheux retoma conceitos de Althusser, Freud e Lacan para explicar o que vem a ser sujeito do discurso. A noção de interpelação althusseriana é reconfigurada, como segue:

1. os indivíduos são interpelados em sujeitos por meio das FD submetidas às FI relacionadas;
2. a ideologia e o inconsciente são fatores determinantes na constituição do sujeito;
3. a idéia de pré-construído fornece a ancoragem lingüística na tomada do interdiscurso. A relação do discurso e do sujeito ao “já ouvido”, ao “já lá” (MALDIDIER, 2003, p.34);
4. o sujeito do discurso se constitui pelos esquecimentos que o determinam. O esquecimento 1, a ilusão de que é um e a origem do sentido; esquecimento 2, remete à região em que o enunciador constitui o seu enunciado, colocando as fronteiras entre o dito e o não-dito, o sujeito crer que pode controlar os sentidos do seu discurso e que tem plena consciência do que diz.

Com base nestes pressupostos, Pêcheux propõe o sujeito como aquele que se constitui pelo esquecimento daquilo que o determina (1995, p. 228). Refere-se ao modo como o indivíduo é interpelado em sujeito do seu discurso, e dessa forma, a relação desse sujeito com a FD é que permite dizer o que diz, considerando a posição que ocupa.

Neste sentido, para a AD, a língua não veste um pensamento prévio, mas é a condição do pensamento, é a materialidade discursiva; e o sentido é concebido como efeito (de sentido). Dessa forma tanto o sujeito quanto o discurso são afetados pelo inconsciente e pela ideologia.

A partir dos estudos de Ricouer (apud BRANDÃO, 1997, p. 26), emergem duas concepções de ideologia, a primeira fortemente influenciada pelo modelo marxista, corrobora a

existência de um discurso ideológico que reforça e legitima o poder de uma classe social. A segunda define ideologia como uma visão de mundo de uma determinada comunidade, numa certa circunstância histórica. Dessa forma, os conceitos de linguagem e ideologia estão estritamente ligados.

Ao discutir estes conceitos, Fiorin (2001) conclui que, nessa perspectiva, não há conhecimento neutro, todo conhecimento está comprometido com os interesses sociais. Ideologia não pode ser entendida apenas como “falsa consciência”, pois existe independentemente da consciência dos agentes sociais.

Para explicar o que entende por ideologia, Althusser (1974, p.12) apresenta três hipóteses, 1) a ideologia como relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência; 2) a ideologia tem uma existência porque existe sempre num aparelho e na sua prática ou práticas; 3) a ideologia interpela indivíduos que são transformados em sujeitos, o papel fundamental da ideologia neste processo. Pressupõe que as ideologias têm existência material e, por isso, devem ser estudadas como um conjunto de práticas materiais que reproduzem as relações de produção. Esta idéia encontra terreno fértil na Lingüística, visto que a linguagem se constituiria num meio para a materialização da ideologia e possibilitaria um sujeito implicado numa posição “não ideológica”.

Michel Pêcheux (1990), influenciado pelas idéias althusserianas, discute o modo como se define e como funciona a ideologia, concebendo o discurso como o lugar de acesso e observação da relação entre a materialidade específica da ideologia e a materialidade da língua. A ideologia passa a ser vista como o que se estabelece quando pensamos a própria construção dos sujeitos e dos sentidos, não como um pólo em relação à linguagem, mas como constitutiva desse processo.

Na perspectiva da AD, a noção de sujeito deixa de ser uma noção idealista e imanente; o sujeito da linguagem não é o sujeito em si, mas tal como existe socialmente interpelado pela ideologia. Dessa forma, o sujeito não é a origem, a fonte absoluta do sentido porque na sua fala outras falas se dizem. (BRANDÃO, 1997, p. 92)

Neste aspecto, o sentido não se submete aos critérios da língua, seu funcionamento está relacionado à forma que o sujeito se posiciona nas formulações discursivas. Como não há princípio de unidade, o discurso é caracterizado por uma dispersão de sujeitos e dos sentidos, os quais se constituem ao mesmo tempo, na articulação da língua com a história, do imaginário com

a ideologia. A ideologia interpela o indivíduo em sujeito, e este, se submete à língua significando e significando-se pelo simbólico. Das discretas relações entre as formações discursivas, nascem as formulações, não do sujeito.

Posto isto, entende-se que o sentido não está alocado em lugar nenhum, mas se produz nas relações sujeitos/ sentidos, portanto a condição para a existência do discurso é a dispersão desses elementos. O lugar que ocupa o sujeito determinará o sentido.

## 2.1 AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO DISCURSO

Em suas reflexões sobre as formas de funcionamento do discurso, Orlandi (1996, p. 176 e 1999, p.30) aborda a questão das condições de significação ou condições de produção (Quem fala? A quem fala? Para dizer o quê? Onde e quando? Com qual intenção? E de que maneira?) em sentido estrito como o contexto imediato, as circunstâncias da enunciação, e em sentido amplo, como o contexto sócio-histórico-ideológico, enquanto capaz de refletir o movimento entre o lingüístico e o discursivo; a relação do implícito e do explícito; a relação do texto com os textos possíveis naquele contexto; a relação de um sentido sobre os outros possíveis. Compreende uma relação com o sujeito e a situação, nas quais se consideram os efeitos de sentidos, elementos que derivam da forma de pensar de nossa sociedade, e a história, a produção dos acontecimentos que significam, segundo um imaginário que afeta os sujeitos em suas posições políticas.

As condições de produção antes entendidas como representação imaginária do discurso e do lugar do sujeito na estrutura social, as relações entre os lugares que ocupam o emissor e o receptor, os quais se acham representados por uma série de formações imaginárias; são redefinidas por Courtine e Marandi (1981) como as circunstâncias em que os sujeitos do discurso interagem, as quais estão relacionadas à análise histórica das contradições ideológicas e ao conceito de formação discursiva - concepção vinculada ao quadro teórico do marxismo.

É importante considerar, ainda, que o que é admissível numa dada época, pode não o ser em outra, o que é considerado normalidade para uma classe pode não o ser para outra, o que é possível se admitir em uma região é proibido em outra, o que é válido no interior de uma formação discursiva é censurado em outras. O que se concebe como apropriado para a mulher adolescente, na atualidade, é resultante das várias transformações sociais, inclusive dos movimentos feministas, que provocaram a emancipação da mulher e, com isso, a discussão de

temas como a sexualidade feminina, abordados na revista de forma mais “atrevida” do que há alguns anos, em publicações do mesmo estilo.

Na década de 90, quando é publicada a primeira edição da *Atrevida*, o Brasil vive um período de tensão nos setores político e econômico. O presidente Fernando Collor de Melo, assume o governo em 1990 e decreta o confisco de poupanças a fim de estabilizar a economia; com o slogan “fim dos marajás”, é logo repudiado pelos brasileiros, principalmente os jovens (os caras pintadas, depois de um forte incentivo da mídia), o que resultou no Impeachment em 1992.

No ano de 1994, ano de lançamento da edição 1 da revista, o país sofre uma reestruturação econômica e social com o Plano Real, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, autor do plano econômico, elege-se presidente. Ano de Copa do Mundo, e de importantes avanços na ciência e tecnologia; o mundo presencia a descoberta de planetas além dos solares, a clonagem da ovelha Doly, projeto genoma, e grande expansão dos computadores e Internet, telefone móvel, a tecnologia do CD redimensionada no DVD. É também a época da “Girl Power”, filosofia que aponta para o poderio feminino; na moda, as cinturas altas começam a dar lugar às barriguinhas e umbigos à mostra.

Por que uma publicação para adolescentes, neste contexto<sup>5</sup>? Algumas considerações se fazem necessárias. Em 13 de setembro de 1990, é promulgada a Lei nº 8.069, que de acordo com o seu art 1º, dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente (BAHIA, 1990, p. 7). A partir desse período, há um forte apelo dos veículos midiáticos para as formas de se lidar com a adolescência e de como esse indivíduo deveria interagir na sociedade. Os adolescentes de classes mais favorecidas, como já foi apontado, continuam sendo os principais alvos da indústria cultural.

Outro detalhe interessante é que, coincidentemente ou não, setembro é o mês de aniversário da revista, início da primavera, geralmente convencionado como o período das flores, metáfora para juventude, fertilidade, portanto do amor, da paquera, do encontro. Esse pensamento faz parte da memória discursiva de uma sociedade, que segundo Orlandi (1999, p. 43), constitui os interdiscursos do dizer, todo discurso está relacionado a uma rede discursiva, onde outros dizeres se dizem, na retomada de sentidos alhures, que se manifestam na materialidade discursiva.

---

<sup>5</sup> A referência ao contexto histórico-social está relacionada às condições de produção do discurso, visto que, em AD, os sentidos são historicamente construídos.

Quanto às condições de produção do *corpus* selecionado para este trabalho, de um modo geral, tem-se como contexto imediato uma revista feminina, de publicação mensal, que envolve os sujeitos (enunciadores e leitores) numa situação comunicativa, por um lado o sujeito em posição de autoridade (quem conhece e pode falar sobre determinados assuntos e de uma certa maneira), e por outro o interlocutor, que autoriza (no sentido de manter a confiança e a interação) o outro agir como tal.

As condições de produção envolvem ainda o momento e (ano e mês) em que o discurso circula, os acontecimentos discursivos que motivam a realização de um modo de dizer e não outro, dessa forma pode-se identificar nos editoriais as seguintes circunstâncias de enunciação: aniversário da revista, edições 10s3, 13s6, 14f7 (celebra a edição de número 150); férias, 9j4; datas especiais, tais como dia dos pais, 13a6; dia dos namorados, 13j6, 14j7; início de ano, 13f6, 14m7, concursos internos, 13j6, 13o6, 14a7; halloween, 10o3; personagens em evidência como os Rebeldes, 13m6, 13n7; High School Musical, 14m7. Algumas edições focalizam temas como o beijo, 14j7, retrospectiva no tempo, 13a6, 13j6.

Quanto ao contexto amplo (memória discursiva), trata a discussão que segue, delineando as principais formações discursivas e efeitos de sentido num jogo imaginário da imagem de si e do outro em *Atrevida*.

## 2.2 AS FORMAÇÕES DISCURSIVAS: LUGAR DE REPRESENTAÇÃO DO SENTIDO

Todo texto é heterogêneo do ponto de vista de sua constituição discursiva, ele é afetado por diferentes formações discursivas, e são estas, que representam o lugar de constituição do sentido e de identificação do sujeito. A formação discursiva a que o enunciado pertence é que o condiciona a formular seqüências que podem e devem ser ditas.

Segundo Fiorin (2001, p. 33), as formações discursivas impõem o que dizer, elas constituem um conjunto de temas e de figuras que materializam uma dada visão de mundo, possibilitando a construção dos discursos. Neste jogo simbólico, os sujeitos interpelados ideologicamente reconhecem numa formação discursiva a visão de mundo que a ela subjaz, a qual está relacionada à determinada classe social. A partir dela o indivíduo é direcionado para o que deve pensar dentro de uma conjuntura que envolve várias formações discursivas, algumas vezes em relação de conflito, isso será retomado no capítulo seguinte.

Depreende-se daí que o sujeito não é pré-determinado, não é atravessado pela unidade, mas pela dispersão; é o lugar vazio que pode ser preenchido por qualquer indivíduo que se torne responsável pela enunciação.

Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre autor e o que ele diz (ou quis dizer sem querer); mas determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser sujeito (ORLANDI, 1996, p.15).

Neste processo de articulação da ideologia com o discurso, além do conceito de formação discursiva, é importante ressaltar o de formação ideológica, que pode ser entendido como várias formações discursivas interligadas, constituída por um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem individuais nem universais, mas dizem respeito, mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas com as outras. Assim, todos os discursos são atravessados pela ideologia e o discurso é concebido como a materialização da ideologia e, as formações discursivas, subconjunto de uma formação ideológica, é que determinam o que pode e deve ser dito num discurso.

Quanto à noção de formações discursivas, Orlandi (1999, p. 43) expõe dois aspectos fundamentais. O primeiro é que todo discurso é sempre determinado ideologicamente, as formações discursivas podem ser consideradas como regionalizações do interdiscurso, relacionadas aos dizeres presentes e aos que remetem a uma memória discursiva. O segundo é que pela referência à formação discursiva é possível compreender os diferentes sentidos que as palavras assumem no evento discursivo.

Posto isto, compreende-se que o sentido é da ordem das formações discursivas, as quais materializam as formações ideológicas, que são da ordem da história. A mesma palavra ou o mesmo enunciado podem ter sentidos diferentes, se pertencerem a formações discursivas diferentes. O sentido decorre das enunciações, atos que se dão no interior de formações discursivas, às quais determinam o sentido do que se diz.

Para a AD não importam apenas as palavras ou expressões, o sentido apenas como conteúdo; se não há sentido em si, é impossível um acesso direto a ele. O sentido de uma palavra ou expressão equivalente se resolve na medida em que uma delas pode ser substituída por outra, no interior de uma formação discursiva. Segundo Possenti (2005, p.372), “O sentido de uma

palavra é um conjunto de outras palavras que mantém com ela uma certa relação”. Assim, qualquer enunciado supõe uma posição e é a partir dessa posição que os enunciados significam.

### 2.3 O JOGO DE EFEITOS DE SENTIDO: IMAGENS DE SI E DO OUTRO EM *ATREVIDA*

Partindo do pressuposto de que para se chegar ao sentido é preciso considerar as condições de produção de um discurso, se estas forem ignoradas, o sentido será alterado, ou seja, os sentidos são, portanto, historicamente construídos e as condições de produção não são exteriores ao discurso, mas constitutivas dele. Num discurso veiculado pela mídia, necessário se faz considerar a linha editorial, o público previsto, o gênero discursivo, o porquê se aborda um tema de uma maneira e não de outra. No caso específico da *Atrevida*, a forma de dizer recorre a estratégias como a personalização do interlocutor: “a sua *Atrê*” (10s3), “Você vai deixar os meninos com gostinho de quero mais” (13j6), “Você é nossa convidada de honra” (13s6). A fim de amenizar os reais efeitos de sentido que se deseja produzir, o “Cá entre nós” que denomina a seção editorial, é um convite para uma conversa a sós, numa relação de confiança. Ao se identificar no discurso, o sujeito passa a co-enunciador e constrói um objeto simbólico “universal”, reconhece na voz que ecoa a sua própria voz, que fala a verdade, porque veicula idéias com as quais ele compartilha.

Os sentidos que se atualizam estão relacionados a um já-dito conservado em uma memória discursiva; um enunciado nunca se repete da mesma maneira, em cada nova formulação pode haver um deslocamento espaço-temporal ou semântico-discursivo específico.

Em relação ao discurso, a memória é tratada como interdiscurso (aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente), ela disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. É condição de existência dos sujeitos e dos sentidos: constituem-se na relação tensa entre paráfrase (processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, a memória) e polissemia (deslocamento, ruptura de processos de significação). Conforme argumenta Orlandi (1999, p.37).

Considerando que todo discurso é caracterizado pela ideologia, infere-se que num discurso, as posições do sujeito enunciador podem estar em harmonia ou em conflito, a depender do lugar de onde enuncia, das condições de produção do discurso e das suas normas de formação. Uma palavra, frase ou expressão pode variar de sentido se mudar de formação discursiva; e as

formações discursivas por sua vez, estão relacionadas ao que pode e deve ser dito, embora não constitua um limite definitivamente traçado, mas se inscreve entre diversas formações discursivas como uma fronteira que se desloca em função dos embates da luta ideológica (COURTINE e MARANDI, p. 1981).

Desse modo, os sentidos derivam das formações discursivas dadas, e estas representam no discurso as formações ideológicas, “cada formação ideológica constitui assim um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ nem ‘universais’ mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas em relação às outras”, tal como argumenta Haroche et al. (1971, p. 102).

Segundo Pêcheux (1990), os sentidos são produzidos num imaginário social, resultante das relações entre poder e sentidos, emitindo esforços para que o efeito de sentido produza a impressão de um sentido único, é um jogo de efeitos de sentido, no qual os sujeitos se encontram em lugares determinados na estrutura de uma formação social. Esses lugares designam as imagens que os interlocutores fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro:

IA(A): Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A - Quem sou eu para lhe falar assim?

IA(B): Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A - Quem é ele para que eu lhe fale assim?

IB(B): Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B - Quem sou eu para que ele me fale assim?

IB(A): Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B - Quem é ele para que me fale assim?

Isso pressupõe que, no processo discursivo, os sujeitos envolvidos já fazem uma antecipação do seu interlocutor, o que já orienta a formulação do locutor. No caso de *Atrevida*, o que a revista divulgará e a forma que tratará os assuntos vai ser influenciada pela representação que tem de si mesma e pela imagem que faz de sua leitora, quais as respostas que esta quer obter, e, para isso precisa antecipar as questões e o referente. Interessam aqui as formações imaginárias do lugar de A, como a fórmula editorial da revista se caracteriza como representante do discurso midiático e que estratégias discursivas vão resultar para conseguir a consubstanciação de seu discurso refletido na imagem de B.

Os sentidos só podem ser interpretados quando se recuperam as vozes que falam através do discurso produzido em certo momento histórico. Um discurso só tem sentido para um sujeito quando ele o reconhece como pertencente à determinada formação discursiva, na qual está investida uma série de formações imaginárias, que designa o lugar que os sujeitos se atribuem mutuamente (PECHEUX, 1990, p.18).

Considerando estes princípios como constitutivos do discurso, nas margens das formações discursivas, formulam-se as imagens que o sujeito tem dele mesmo, do referente e do interlocutor. Neste jogo de efeitos de sentido postulado por Pêcheux, temos:

### **2.3.1 A imagem que a revista *Atrevida* tem dela mesma**

A revista constrói uma auto-imagem positiva e, isso pode ser percebido no início de cada editorial, geralmente o caráter (positivo) da revista é colocado em primeira posição. Enfatiza a importância da revista para a leitora, é ela quem traz surpresas, presentes, se empenha em torná-la mais feliz, realiza um trabalho de qualidade, com seriedade e carinho, apresenta-se, na verdade, como a fórmula para espantar a tristeza e irradiar a felicidade, como se tudo fosse tão fácil que num passe de mágica, ao abrir a revista, as coisas pudessem realmente se tornar melhores. Deseja apresentar uma imagem de uma amiga que, entre outras coisas, desperta até saudades.

Um outro aspecto interessante é que a revista projeta uma espécie de instrutor, “o sabido”, segundo as formulações, praticamente para tudo o que a leitora quiser saber a revista tem uma resposta adequada (talvez a mais adequada), com esta mesma intenção apresenta alguns testes para ajudar a leitora a descobrir traços da personalidade e a agir em situações embaraçosas, como o primeiro beijo, por exemplo; vê-se como autorizada para oferecer auxílio, uma espécie de manual. É também aquela que está sempre ao lado, torce pelas realizações do outro, cresce junto com o outro. E ao interagir com a leitora, apresenta-se como alguém bastante próximo, com quem se pode conversar e confiar.

Além disso, apela para os sentidos com os recursos visuais, e algumas formulações que despertam na leitura imagens relacionadas a algo comestível, de sabor tão delicioso ao ponto de salivar só em pensar... isso se constata na reincidência de formulações tais quais “retheadíssima”, “recheada”, “matérias gostosas”, “devorar”, “especialíssima”, e se a revista e as matérias possuem estas qualidades, devem ser consumidas o quanto antes, e vão fazer bem à leitora. Por

outro lado, apresenta-se também como se tendo uma corporalidade semelhante a da leitora: “linda”, “atraente”, “interessante”, “bonita”, “divertida”, “superatrevida”, “conta segredos”, permite viajar, rir, faz convites, parece compartilhar das mesmas idéias da leitora, é alguém com quem se pode comemorar.

Ser atrevida, segundo o dicionário (FERREIRA, 1986), é ter ousadia, insolência, no jargão comum significa estar onde não deveria sem autorização para, se pensada no sentido da palavra feminina, vai além disso, é quem tem coragem para tomar iniciativas, tomar decisões, agir com autonomia diante das situações impostas pela vida, e é justamente isso que a revista deseja provocar na leitora. A forma de ser da revista deve ser a forma de agir de sua leitora, como pressupõem as formulações a seguir:

- 13n6 “Esta edição está recheadíssima de presentes para você.”  
 “Para conseguir a exclusiva com a fofa (Anahí, do Rebeldes) acredite, suamos a camisa.”
- 13m6 “Experimente abrir esta edição e mergulhe em cada página com a certeza de que ela foi feita com um único objetivo, o de torná-la mais feliz.”  
 “E tem mais um montão de novidades que a gente descobriu e resolveu contar pra você do nosso jeito, com muito carinho e seriedade que faz parte do nosso trabalho.”
- 14m7 “Essa edição está recheada de coisa boa!”  
 “Para contaminar você de felicidade, a gente começa aqui, espantando o baixo-astral. Espero, de verdade, que a cada página você se sinta como se estivesse abraçando uma amiga querida, que não vê há tempos. Afinal de contas, a última *Atrê* chegou às bancas há um mês. Aproveite!”
- 10o3 “Outubro chega com a *Atrê* recheadíssima de boas notícias para você!”  
 “... damos todas as dicas para você!”  
 “... mostramos como fazer para que tudo dê certo entre você e o gato.”  
 “... ensinamos tudinho. E por aí vai, em cada página uma surpresa gostosa...”
- 13f6 “Também vamos torcer por todos os outros projetos que estão ganhando vida a partir de agora, na nossa e na sua vida... Com elas (as mudanças), todas nós vamos crescer muito.”
- 14m7 “Aproveite a *Atrê* para dar um fresco na cuca quando o dia estiver ruim. Uma dica

- imperdível para viajar e rir até é devorar a matéria com a galera do NX Zero, feita pela Marina.”
- 10s3 “É a sua *Atrê*... Olha só como ela está linda! E com visual novo, superbacana e exclusivo!”
- “Um beijo e curta sua linda *Atrê*!”
- 13s6 “... demos o maior pique para presentear você com uma edição recheada de matérias quentes e promoções.”
- “Entre nessa festa que começa nas próximas páginas.”
- 14f7 “A *Atrê* chega à edição 150 em grande estilo, recheada de matérias, que aposto, você vai curtir...”
- “E, isso, com o objetivo claro de deixar a revista cada vez mais atraente, interessante, bonita.”
- 13j6 “Que esta edição seja um convite para amar mais, inclusive a você mesma!”
- 14j7 “... aqui na *Atrê* todas as garotas têm vez. E quem já encontrou alguém também vai aproveitar nossas idéias para comemorar muuuuito!”
- “Se a tristeza quiser chegar, finja que não é com você. Pegue sua *Atrevida* e divirta-se!”
- 13a6 “... até mesmo esses (os pais-malas, pais-ciumentos, pais-que-só-pisam-na-bola) merecem a nossa consideração e carinho.”
- 14j7 “...na falta de um livro desses (manual do beijo), temos uma matéria superatrevida pra você!”
- 13j6 “Este mês a sua *Atrê* está recheada de matérias gostosas!”
- “E isso sem falar no super guia do beijo”,
- “Tem também um teste para ajudá-la a descobrir em que tempo você vive.”
- “E depois me conte como foi”
- 13j6 “Olha só como as 5 finalistas do nosso concurso de capa são lindas... Afinal, todas têm a cara da *Atrevida*!”
- 13o6 “E conte com a gente.”
- 14a7 “Nesta edição, especialíssima...”

### 2.3.2 A imagem que a *Atrevida* tem do referente

É possível destacar em *Atrevida* alguns temas recorrentes, bem como a quais formações discursivas eles estão relacionados; a maneira de abordá-los remete a uma tentativa de alcançar a adesão do destinatário por meio de uma posição sujeito semelhante a que visualiza do outro. Questões como amor, namoro, vida, trabalho/profissão, educação, relações familiares, sucesso, beleza, sexualidade, felicidade, amizade e saúde, perpassam todas as edições, desde a capa até às seções mais secundárias. Sendo que há uma predominância de uns em relação a outros, (amor) namoro, sexo e beleza, por exemplo, ganham maior espaço na diagramação.

O tratamento dado ao amor constitui um discurso que contraria a questão do amor eterno, cantada por muitos poetas e consagrada nos versos do apóstolo Paulo (I Coríntios 13) “O amor jamais acaba”. Em formulações como “Se o amor obedecesse a regras, não tinha a menor graça, não é?” (13j6), “Pintou um novo amor?” (13m6), denota que se trata de um sentimento passageiro, que pode surgir a qualquer hora, por isso a menina deve estar sempre pronta. “Viver um grande amor” (13j6) é o sonho de toda menina e a revista dá a receita para isso. O amor confunde-se com a pessoa, e nesse caso, qualquer um que “pintar” já é um amor.

A respeito do namoro, é possível distinguir três fases ou talvez três tipos, a paquera, a ficada e o namoro mesmo. Para a revista, a ficada, é o namoro sem compromisso, se resume em beijar muito, quantos quiser (permite ficar com outros), assim como o discurso da *Atrevida* sugere. A paquera ou rolo envolve mais encontros, são várias ficadas com a mesma pessoa, e o namoro, um compromisso mais sério (envolve geralmente o sexo). Com isso, entende-se que importa mais o momento do que o sentimento, importa mais a quantidade do que a qualidade, quanto mais ficadas maior é a experiência e a história pra contar. Prevalece a idéia de que não precisa necessariamente de amor para namorar, namora-se e depois se surgir o amor, vive-se enquanto ele durar.

O discurso sobre a sexualidade está intimamente relacionado à saúde, as dúvidas encaminhadas pelas leitoras são esclarecidas com o auxílio de uma ginecologista, em seções específicas, “Alô doutora” ou “Tudo sobre sexo”. Em outras seções, também são divulgadas formas de prevenção contra as doenças sexualmente transmissíveis e contra a gravidez indesejada. Apregoa-se que não existe a hora certa, se a garota se sente preparada, este é o melhor momento para iniciar a vida sexual; de modo geral não aconselha sobre a escolha do parceiro,

mas sobre a escolha do contraceptivo. Este pensamento está relacionado ao desejo de liberdade, próprio do ser humano, e que também, caracteriza os ideais da pós-modernidade.

Consoante a isto, a própria maneira de abordar assuntos como educação e trabalho tentam caracterizar o estilo adolescente de ser, nas formulações dos editoriais ao se referir ao trabalho de produção da revista, assume-se uma formação discursiva em que se trabalha para se “divertir”, e o próprio ambiente de trabalho pode se tornar um espaço para isso. O editorial da edição 14m7 sugere que a liberdade nesse ambiente chega ao ponto de fazer dele uma pista de dança.

Quando se refere a profissões que a leitora deveria conhecer a fim de fazer escolhas acertadas, são quase sempre posicionadas como projeto futuro e, são citadas, geralmente, as mais elitizadas, ligadas à beleza e ou *status* social elevado. Diz respeito também ao ideal de sucesso, sempre relacionado ao mundo artístico, na música, nas telenovelas, nas passarelas.

Com isso, tem-se um discurso sobre a beleza em que predomina a raça branca, estampa em todas edições garotas e garotos de pele clara, cabelos lisos, corpo perfeito; embora não se possa constatar que se trate de um discurso racista, esse estereótipo representa o que a revista veicula como ideal de beleza. O corpo é tratado como símbolo de sedução, todos os cuidados relacionados a ele constituem numa tentativa de atrair o outro.

A faixa etária que compreende a adolescência é a mesma em que o indivíduo, se não houve nenhum impedimento, está cursando o nível médio, e, neste caso, a educação deve ser uma prioridade. O que se percebe, porém, é que a revista se posiciona da mesma forma que o adolescente, de modo geral, diz a respeito dos estudos, algo necessário, mas não prioritário, são muito mais interessantes as conversas no intervalo do que as aulas, “quando bate o sino do colégio e somos ‘obrigadas’ a sair para papear” (13a6). A palavra que se destaca, “obrigadas”, indica o lugar de onde se fala, a posição que o sujeito assume no interior da formação discursiva, ou seja, as meninas são “obrigadas” (pelos pais, pelo professor, pelos adultos) a permanecerem em sala de aula, mesmo que não estejam interessadas em estudar, outra idéia sugerida pela formulação, porém, as aspas indicam ironicamente que a preferência das meninas é o bate papo com os amigos no intervalo, algo que, se fosse obrigação, obedeceriam com prazer.

Nas poucas referências ao pai ou à mãe, quase sempre em datas específicas, as relações familiares são relacionadas geralmente aos conflitos entre pais e filhos, e entre irmãos. São apresentadas características dos pais reprovadas pelos filhos, pois na maioria das vezes estão

ligadas à forma como os pais delimitam a liberdade deles, “Pais-malas, pais-ciumentos, pais-que-só-pisam-na-bola” (13a6).

Pelo tom do texto, os sentimentos de amizade envolvem sinceridade, conversa, confissão de segredinhos, cumplicidade, diversão, aconselhamento, tal como a revista se projeta. Ser amigo é compartilhar das mesmas idéias, dos bons momentos, é estar sempre presente, então além de um “amor”, toda menina deve ter pelo menos uma amiga, aquela com que se pode concorrer ou manter lealdade; nos casos de disputa, o objeto concorrido é o homem, o qual desenha exatamente o tipo de mulher que deseja, ganham as mais espertas.

Nesse sentido, a felicidade está relacionada a momentos de alegria e alto-astral, à leitura da *Atrevida*, à comemoração de uma conquista, de um namoro, por ter conseguido seguir corretamente as dicas da revista. Diz respeito a viver o momento de modo intenso e sem muitas responsabilidades, um discurso que materializa tanto um desejo como uma motivação da adolescente em se tornar o modelo simbólico, fantasioso que para ela foi apresentado. Tal como sugere a discussão a seguir.

A imagem constitui um discurso e, em muitos casos, é utilizada como artifício para fortalecer o dizer e configura um modo de apresentar as idéias, de fazer referir e provocar no interlocutor uma melhor identificação. A fotografia como recurso imagético remete à história, história de vida, momentos inesquecíveis (ou não), lembranças, algo que ficou registrado no tempo. Ao olhar para uma fotografia, o indivíduo pode facilmente reconstituir os fatos, remontar o momento e lembrar coisas que estão guardadas na memória. Este é um dos recursos utilizados pela revista, a fim de dar maior consistência ao discurso, além de oferecer mais uma alternativa para que o indivíduo se projete no imaginário criado por ela, todos os editoriais trazem a fotografia da redatora e/ou da equipe da redação, imagens dos lugares visitados pelos repórteres e pessoas entrevistadas, geralmente recriadas a partir de um imaginário social.

O editorial que apresenta a edição 13j6 (ver figura 1) evidencia de forma bem marcada esta relação do discurso com a memória discursiva, ele está formatado em dois planos, os quais destacam o tema principal e aludem ao pensamento dos editores sobre o assunto. No alto da página duas fotografias em destaque abrem a seção e remetem a duas épocas distintas, despertando na memória discursiva passado e presente; e em segundo plano, o texto assinado que constitui os temas e seções relevantes da edição. As imagens pressupõem que o tempo

cronológico é o assunto a ser discutido; elas dividem quase a mesma delimitação de espaço com o texto escrito, devido ao grau de importância que assumem na formulação.

Figura 1. Edição 13/6

• CA ENTRE NÓS •



A redação da Atrê viajou ao passado. Mas foi só para ficar bem na foto, feita no estúdio A Máquina do Tempo. Depois do clique, voltamos rapidinho ao presente!



Este mês a sua Atrê está recheada de matérias gostosas! A começar pelo bate-papo com a galera do CPM 22, sempre querida e muito bem-humorada. Fala sério: é impossível não curtir o som desses caras! Para quem ainda não se animou, tem mais: uma entrevista exclusiva com o Chuck, do Simple Plan. E isso sem falar no superguia do beijo. Você vai deixar os meninos com gostinho de quero mais! Tem também um teste para ajudá-la a descobrir em que tempo você vive. Achou estranho? Pois saiba que muitas meninas, mesmo sem perceber, não vivem o ano de 2006, embora essa data esteja estampada em todos os calendários. Ou elas estão presas a lembranças de histórias que já terminaram ou perdem um tempão sonhando com o futuro. É claro que ninguém precisa passar uma borracha no que já viveu nem se comportar como se este fosse o seu último dia de vida. Mas curtir o presente, mergulhando de cabeça nas oportunidades que a vida dá, é muito mais divertido do que ficar remoendo tristezas ou se preocupando com um futuro ainda tão distante. Experimente viver um dia de cada vez! E depois me conte como foi.

Beijinhos,

Rita

AGRADECIMENTO ESTÚDIO A MÁQUINA DO TEMPO. SHOPPING EDORADO

Como elemento de um álbum de família, a primeira fotografia de aspecto amarelado, com moldura detalhada em estilo barroco, apresenta sete mulheres vestidas ao estilo europeu do século XVIII, o que se pode observar pelo uso de leques, chapéus, vestidos longos, rodados e bem comportados, luvas e sombrinhas; como pano de fundo, móveis antigos decoram o ambiente, um cabideiro com chapéus pendurados; todo o cenário completa um ar sério e compenetrado. O olhar sisudo das mulheres e a postura ereta fazem transparecer um todo como se as pessoas e o ambiente se confundissem, tornando-se um só.

A segunda fotografia seria uma réplica da primeira, se não fosse pelos contrastes que se destacam, apesar de conter as mesmas “personagens”, no mesmo ambiente, e alinhadas na mesma posição. Quais são as diferenças e quais os são os efeitos de sentidos? Ao invés de um espaço real, na segunda foto, o ambiente aparenta um cenário devidamente preparado para o sentido que a imagem deveria produzir. O ar sério e compenetrado da primeira imagem, o que denota uma volta ao passado, dá lugar a sorrisos e gestos de saudação, braços erguidos, chapéus e leques para o ar; o colorido, principalmente as nuances de amarelo e vermelho, trazem ao ambiente maior descontração, mais vida e ar de liberdade, atributos que a revista assegura serem ideais para a mulher adolescente, na contemporaneidade.

O efeito de sentido é construído pelas imagens como uma ação cíclica, um olhar no passado e um rápido retorno ao presente. Pode-se perceber também, embora implicitamente, o percurso percorrido pelas mulheres ao longo do tempo, antes submissa, complacente com os padrões impostos para ela sobre a forma de ser mulher, sem voz, sem poder de decisão. E no agora, tempo vivido na segunda fotografia, um momento de conquistas, de quebra de paradigmas e de protocolos, no qual importam as oportunidades do presente, como fica evidenciado no texto que constitui a segunda parte do editorial.

As duas imagens querem marcar duas épocas e, com isso, sugerem uma época como mais prazerosa, muito mais divertida do que a outra, neste caso, o momento presente representado pela segunda imagem, o que confirma a inscrição ao lado de uma das fotografias “A redação da *Atrê* viajou ao passado. Mas foi só para ficar bem na foto, feita no estúdio A Máchina do Tempo. Depois do clique, voltamos rapidinho ao presente!”

As formações discursivas que caracterizam os discursos no texto, e que predominam no *corpus* em análise, estão relacionadas à forma de (vi)ver a vida, e com isso, à maneira de considerar o tempo. Neste caso, o discurso que prevalece se inscreve na formação discursiva do *Carpe diem*, viver o presente é o mais importante, pensar no futuro é perder tempo, pois o futuro ainda é muito distante - “Mas curtir o presente... é muito mais divertido do que ficar remoendo tristezas ou se preocupando com um futuro ainda tão distante”. Essa regra de vida constitui um interdiscurso, na medida em que remete a uma memória discursiva, um já-dito que circula socialmente.

*Carpe diem quam minimum credula postero*, do Latim, significa “Aproveita o dia, confia o mínimo no amanhã”, amplamente divulgada no ocidente, esta expressão é utilizada para solicitar

que se evite gastar o tempo com coisas inúteis ou como justificativa para o prazer imediato, sem medo do futuro, ou como palavra de ordem: aproveite o momento. Seu autor é Horácio, um poeta romano que viveu antes de Cristo e a deixou registrada em Odes, Livro 1, ode 11, versos 6-8; originalmente o poeta aconselha seu amigo, a voltar ao trabalho de sempre porque ninguém sabe o que os deuses lhe reservam; então a melhor coisa é parar de sonhar com o futuro, admitir que a vida é curta, e colher os frutos de hoje. “Sê prudente, começa a apurar teu vinho, e nesse curto espaço/ Abrevia as remotas expectativas. Mesmo enquanto falamos, o tempo,/ Malvado, nos escapa: aproveita o dia de hoje, e não te fies no amanhã.”

Nos séculos XVI e XVII, esta idéia popularizou-se na poesia inglesa, a exemplo o livro de Robert Herrick, “*To the Virgins*”, na poesia “*to Make Much of Time*”, que inicia com os versos “*Gather ye rosebuds while ye may*”. Outros versos semelhantes são atribuídos a um poeta chinês, “Colha a flor quando florescer; não espere até não haver mais flores, só galhos a serem quebrados”.

No filme *Sociedade dos Poetas Mortos*, o ator Robin Williams, que faz o personagem do professor, utiliza as mesmas idéias “Mas se você escutar bem de perto, você pode ouvi-los sussurrar o seu legado. Vá em frente, abaixe-se. Escute, está ouvindo? – Carpe – ouve? – Carpe, carpe diem, colham o dia garotos, tornem extraordinárias as suas vidas”.

Com a mesma intenção, a banda *Metallica*, lança em 1997 a música “Carpe Diem Baby”, que motiva o público a “espremer e chupar o dia” – *Come squeeze and suck the day/ Come Carpe Diem Baby*. E a *Dream Theater*, em *A Change of Seasons*, presta uma homenagem à filosofia do *Carpe Diem* com sua música título do disco, de 23:06 minutos, incluindo na letra trechos do filme *Sociedade dos Poetas Mortos* (WIKIPÉDIA, 2007).

Posto isto, entende-se que as formações discursivas autorizam os sentidos que são atualizados a cada discurso e fornecem aos sujeitos, através das formações imaginárias, certas imagens de si e do outro, as quais são partes constituintes das posições a serem ocupadas pelos sujeitos. Tais posições, assim como os sentidos, são construídos historicamente pelo contexto ideológico em que está inserido o sujeito.

“Mas curtir o presente, mergulhando de cabeça nas oportunidades que a vida dá, é muito mais divertido do que ficar remoendo tristezas ou se preocupando com um futuro ainda tão distante” (13j6). Nesta formulação, a memória discursiva como interdiscurso constitui um elemento para os efeitos de sentido que o sujeito enunciador quer produzir, a partir da imagem

que faz de seu interlocutor. O adolescente em nossa sociedade se caracteriza pelo inconformismo, rebeldia, senso de irresponsabilidade, de aventura, pela ânsia de aproveitar o momento e, como já constituído historicamente, viver o momento, é melhor que planejar o futuro.

Por outro lado, há um embate ideológico com uma outra formação discursiva que o enunciador admite, na qual o passado passa a ser também importante e deve ser considerado na história de vida de cada um, como esclarece a assertiva “É claro que ninguém precisa passar uma borracha no que já viveu nem se comportar como se este fosse o seu último dia de vida”. Pode-se evidenciar, aí, uma idéia que perpassa duas formações discursivas, uma delas mais diretamente relacionada ao discurso dos pais, do adulto, de que se deve pensar agora para que o futuro seja melhor, e uma outra que diverge, quando o futuro chegar, pensa-se sobre ele.

Para Mussalim (2004, p. 125),

uma formação discursiva se inscreve entre diversas formações discursivas, e a fronteira entre elas se desloca em função dos embates da luta ideológica, sendo esses embates recuperáveis no interior mesmo de cada uma das formações discursivas em relação.

As formações ideológicas, constituídas na interação, especificam para as formações discursivas os padrões de ver e de dizer dentro de um campo discursivo. É a partir desse instituído que as formações discursivas interpelam o indivíduo em sujeito, isto é, colocam-no numa posição, da qual produz um discurso determinado histórica e ideologicamente.

“Ou elas estão presas a lembranças de histórias que já terminaram ou perdem um tempão sonhando com o futuro”, “Mas curtir o presente, mergulhando de cabeça nas oportunidades que a vida dá, é muito mais divertido do que ficar remoendo tristezas ou se preocupando com um futuro ainda tão distante”. Para a revista, o que importa é o tempo presente, o qual deve ser aproveitado da forma mais intensa possível, corrobora a filosofia do *Carpe Diem*. Quanto ao passado, remete a acontecimentos que ficaram no passado e, por isso, não vale a pena relembrar. A vida é uma diversão e curtir as oportunidades do momento é muito mais interessante. E o futuro diz respeito a sonhos que podem nunca se realizar, portanto, pensar no futuro é perder tempo na vida.

Abaixo, seguem algumas formulações que testificam o já dito.

- 13n6 “... a cantora e atriz é a queridinha de nove entre dez garotas: ninguém menos que Anahí, do RBD.”  
 “Na capa, a gente conta quantos meninos lindos estão na edição.”
- 13m6 “A matéria principal traz os caras mais pedidos do momento, os atores da novela Rebelde.”  
 “... montou um guia para ajudar quem está passando por esta situação difícil (levar um fora).”  
 “Pintou um novo amor? Comemore e leia a matéria de conquista... com dicas para agarrar o gato.”
- 14m7 “Para ficar na boa, ligo o som e caio na pista de dança – que pode ser a sala de casa ou até mesmo a redação.”
- 10o3 “... sem contar a capa, com o gatésimo Erik Marmo. Esse menino está cada dia mais bonito...”  
 “Faço parte daquela galera diz “não acredito em bruxas, mas que elas existem, existem sim”... E palmas para as bruxinhas do bem.”
- 13f6 “Começo de ano é sempre tempo de chacoalhar a poeira e rever os planos para o futuro.”  
 “Afinal, um novo ano sem sonhos renovados só é novo no nome. E que venham as mudanças! Com elas, todas nós vamos crescer muito.”
- 14m7 “... depois do Carnaval o ano começa a engrenar, as provas e os trabalhos vão pintando e a gente tem que mudar de ritmo...”  
 “A Carol foi até o Havaí conversar com o elenco! Chique, né?”
- 13s6 “Quem não gosta de fazer aniversário? A data especial é motivo de muita agitação, comemoração e alegria.”  
 “E no final das contas, também nos divertimos bastante!”
- 13j6 “Qualquer amor já é um pouquinho de saúde, remédio contra a loucura.”  
 “Voltamos a falar desse sentimento tão especial que inspira poetas, músicos e artistas de todos os tempos.”  
 “... ao ler a matéria para Viver um Grande Amor.”  
 “... vão encontrar, ali (no texto), algumas razões para dar uma segunda chance ao coração.”  
 “... se o amor obedecesse a regras, não teria a menor graça, não é?”

- 14j7 “Ministério da *Atrê* adverte: Esta edição não foi feita só para quem tem namorado.”  
 “Lembro que passei um montão de datas como essa (dia dos namorados) com uma pontinha de tristeza, mais ainda ao ver aqueles comerciais de TV super-românticos. Eles faziam com que me sentisse a pior das piores por não ter um namorado! Depois passei outros tantos dias dos namorados bem acompanhada.”  
 “O importante é continuar no maior alto-astral.”
- 13a6 “Não é à toa que Marjorie Estiano é a nossa garota de capa. Autêntica, fofa, não perde tempo fazendo tipo.”  
 “Quantas vezes, antes do Dia dos Pais, você presenteou o seu com um papo?”  
 “Pais-malas, pais-ciumentos, pais-que-só-pisam-na-bola, até mesmo esses merecem a nossa consideração e carinho.”
- 14j7 “Antes da primeira ficada, toda garota deveria receber em casa um manual com dicas básicas de como beijar... até quem já cansou de beijar (se é que existe!) vai curtir.”
- 13j6 “A redação da *Atrê* viajou ao passado. Mas foi só para ficar bem na foto, feita no estúdio A Máchina do Tempo. Depois do clique, voltamos rapidinho ao presente!”  
 “Mas curtir o presente, mergulhando de cabeça nas oportunidades que a vida dá, é muito mais divertido do que ficar remoendo tristezas ou se preocupando com um futuro ainda tão distante.”
- 13a6 “O homem inventou o tempo e dividiu a nossa vida – a minha e a sua, inclusive – em pedaços que cabem dentro das horas, dos dias, dos anos. E nós aprendemos a viver nesse ritmo. Às vezes, a invenção parece boa... Só que em outros momentos, esses mesmos ponteiros são vilões.”  
 “... quando bate o sinal no colégio e somos "obrigadas" a sair para papear...”  
 “Mesmo assim, é divertido espiar o que os jovens faziam nas décadas passadas.”  
 “Afinal, não há nada de errado em trocar de opinião, de visual, de turma. Cada um pode ser o que quiser e deve ter o tempo que precisa para decidir como quer ser.”
- 13o6 “Toda capa com leitora é uma delícia de fazer!”  
 “Depois ainda tivemos que encarar mais uma missão quase impossível: a de escolher entre as cinco garotas... uma única para brilhar na nossa capa. Não foi nada fácil, mas conseguimos!”

### 2.3.3 A imagem que a *Atrevida* tem do interlocutor: um olhar sobre o público previsto

Após as reflexões sobre a imagem de si e do referente, em *Atrevida*, se faz necessário compreender também qual a imagem que a revista tem do seu co-enunciador, a partir de qual identidade feminina, constrói o seu discurso. Para isso, se partirá dos conceitos sobre a adolescência defendidos na sociedade e, em seguida, da relação entre estes e o perfil da mulher adolescente previsto pela revista.

Na sociedade ocidental, a adolescência é um período que se caracteriza principalmente pelas transformações biológicas e psicológicas que o indivíduo enfrenta na transição da infância para a idade adulta. Em outros termos, um movimento para a entrada no mundo adulto, o qual exige uma mudança de personalidade, uma mudança de papel frente ao mundo externo, mudanças nem sempre bem compreendidas, as quais podem resultar num jogo de defesas para o adolescente - o qual muitas vezes refugia-se em seu mundo interior, ocasionando por um lado, a introspecção, e por outro, rebeldia e revolta – e em uma série de dificuldades para a sociedade dar passagem à nova geração que lhe impõe uma revisão crítica de seu mundo e de seus valores.

Segundo Aberastury e Knobel (1981), a adolescência é uma fase difícil em decorrência de uma sociedade difícil, hostil, incompreensiva, diante de alguém que quer agir sobre o mundo e modificá-lo sob a ação de suas próprias transformações. Atitudes que comumente se têm como irresponsabilidade do adolescente, deveriam ser interpretadas como tentativas de estabelecer uma conduta, ou identidade, que necessariamente pode não coincidir com aquela que a sociedade julga ser a mais correta ou a mais adequada.

Esse processo constitui uma busca de identidade, uma busca de “um lugar” para estar no mundo, bem própria desta fase, e na maioria das vezes, as tentativas de acerto resultam em controvérsias, choque de valores entre o indivíduo em formação e os paradigmas estabelecidos pela sociedade. Apesar dos diversos estudos sobre esta fase da vida, parece não haver ainda um esclarecimento do que deve fazer o indivíduo neste período, principalmente em relação às classes mais favorecidas, enquanto ele acredita que está numa época de liberdade para maior “curtição”, é-lhe cobrado às vezes um comportamento mais criterioso, e outras vezes julga-se que ele ainda não tem idade para fazer determinadas coisas, como dirigir ou viajar sozinho.

Entre os estudiosos não há um consenso sobre o que de fato determina o período da adolescência, em que idade se inicia e quais as especificidades do período, porém todos

concordam que ela se manifesta de uma forma ou de outra, e que vai assumir determinadas características ou não, a depender da cultura e do costume de um povo em determinado lugar.

Para Bock, não se tem adolescência e sim adolescentes. (BOCK et al, 1999, p.255), desse modo, não é possível determinar um período para o início e o final da adolescência, esta fase é entendida, nesse contexto, como um comportamento resultante das inúmeras apelações às quais o indivíduo está submetido. Poderia se falar então de adolescências, uma manifestação de diversas vozes e expressões, que apresentam ora pontos divergentes ora pontos convergentes. Outro detalhe interessante é que ser adolescente numa classe privilegiada não é a mesma coisa de ser adolescente no morro ou na favela, embora em ambos os casos haja aspectos bem semelhantes entre si. Numa classe privilegiada, a adolescente, de forma mais fácil, tem os seus desejos de consumo satisfeitos com a ajuda dos pais ou responsáveis, além de, geralmente, receberem uma mesada para gastar como quiser. Algo bem diferente da adolescente de classe desfavorecida, a qual, muitas vezes, têm os seus sonhos frustrados e, para as quais, determinados objetos de consumo nunca deixarão de ser apenas um sonho. Este é um dos aspectos que se destacam, embora, existam inúmeros traços de divergência.

Um estudo realizado por Oliveira (1995) concluiu que o estereótipo popular de uma crise aguda e prolongada de identidade durante a adolescência parece exagerado. O adolescente parece ter obtido conquistas emocionais que podem ser decorrentes das oportunidades de vivência pessoal na família, na escola e na sociedade onde está inserido. Por trás da rebeldia, há algo mais, o adolescente também assume mais responsabilidades do que se imagina. O que antes parecia um período totalmente irresponsável tornou-se também um período de vivências e experiências diversificadas, muitas adolescentes já precisam trabalhar para contribuir com as despesas da família, e com o Estatuto da Criança e do Adolescente, e leis que regulamentaram o trabalho infantil, cada vez mais empresas abrem suas portas para empregar adolescentes que estão estudando e precisam de estágio remunerado. Isso, porém, não se constitui numa regra geral, visto que os adolescentes de classes A e B, público que interessa a este estudo, tem cada vez menos responsabilidades partilhadas e por desfrutarem de algumas comodidades, concentram suas energias para diversão e aventuras, a maioria delas sem a aprovação e/ou conhecimento dos pais.

Além desses aspectos, é importante destacar que é comum entre os adolescentes - e não apenas entre eles - uma tendência a ingressar em grupos que partilhem de ideais comuns e

estejam na mesma faixa etária; uma necessidade de fantasiar; contradições sucessivas em manifestações da conduta; e claro uma evolução sexual.

...desde que se deixa de ser um bebê, o corpo humano mantém uma identidade até a adolescência; essa identidade sofre uma desorganização com o aparecimento dos caracteres sexuais secundários. Isso implica a busca de uma nova identidade, inclusive identidade sexual. (CAMPAGNA, 2005, p.26)

Porém a identidade sexual só evolui na medida em que há uma aceitação do corpo e das emoções que ele provoca, e as questões sobre quem é ele e quem é o outro vão delineando suas preferências sexuais e o descobrimento do amor. “Só quando o adolescente é capaz de aceitar, simultaneamente, seus aspectos de criança e de adulto pode começar a aceitar em forma flutuante as mudanças de seu corpo e começa a surgir a identidade.” (ABERASTURY & NOBEL, 1981, p. 14)

Vale lembrar que a adolescência para ambos os sexos constitui uma fase de transição, de uma busca por ter um lugar no mundo, porém interessa destacar aqui, *a priori*, como a mulher adolescente interage neste ambiente social, como é vista e quais as atitudes que tem assumido visto os grandes incentivadores da cultura. Apesar das conquistas femininas, é inegável que as diferenças de gênero constituem ainda determinantes na valorização social, e é fato também que com o reconhecimento das diferenças, as mulheres conquistaram direitos, maior visibilidade e considerável espaço no mercado industrial, principalmente com produtos cada vez mais específicos, o que se pode facilmente comprovar no que se refere ao segmento adolescente.

Em suma, iniciou-se um processo de identificação. Não são apenas homens, mulheres, mas estes em relação aos papéis sociais que desempenham como mães, pais, filhos, filhas, esposos, esposas, etc., nas diversas fases da vida e a forma de exercer estas identidades dependeria da situação na qual o indivíduo estaria inserido, das motivações intrínsecas e extrínsecas, de como o ambiente discursivo construiria suas práticas.

Pode-se inferir com isso que o modo que a sociedade escolhe para produzir sentidos influencia tanto as ações quanto as concepções que o indivíduo tem do mundo e dele mesmo. É, então, a partir do discurso com o qual a pessoa se identifica que as identidades são construídas; dessa forma, as identidades não resultam apenas de processos individuais, porém de sua interação nos processos discursivos.

O indivíduo se inscreve no discurso a partir de quem é o outro, nos encontros interacionais dos quais participa; desse modo, as identidades sociais assumidas nas práticas discursivas nem sempre serão compatíveis entre si. “(...) nós somos (...) aquilo que a linguagem nos permite ser; acreditamos naquilo que ela nos permite acreditar e só ela pode fazer-nos aceitar algo do outro como familiar, natural, ou pelo contrário, repudiá-lo como estranho, antinatural e ameaçador” (COSTA, 1992, p.18).

Em especial, os diversos papéis atribuídos à mulher através da história da humanidade, demonstram que quanto mais elevada a classe e mais respeitada a raça, maior a possibilidade de aceitação e reconhecimento. Por outro lado, a questão de gênero/ sexo também se destaca nas relações sociais, quando homens e mulheres de mesma classe social podem ser concebidos numa base hierárquica distinta, ou quando determinadas atitudes são consideradas adequadas para um e censuradas para outro. Embora a sociedade reconheça que ambos tenham direitos iguais, porém identidades distintas, todos devem apresentar um comportamento que evidencie o que a sociedade traçou como adequado ou não. Um paradoxo que está longe de ser resolvido.

Nesta perspectiva, o que a sociedade espera da mulher (apesar das conquistas do feminismo) é que ela exerça um papel que coincida com o que já foi construído a respeito dela e para ela, o que passar disso, é “transgressão”. Desde a infância, passando pela adolescência, até chegar à idade adulta, todos os padrões já foram estabelecidos, nascer, crescer, casar e gerar filhos, as mulheres que optam pelo sucesso profissional e casam mais tarde ou mesmo não o fazem, são tidas como incomuns. Elas devem ser “saradas”, “preparadas” fisicamente para satisfazer todas as fantasias dos homens (e também as delas), e com isso, alguns valores são invertidos. A infância quase não existe mais e a adolescência está cada vez mais precoce, em consequência disso, tem-se um adulto cada vez mais frustrado e descontente com suas irrealizações nas diversas fases da vida, as quais foram tangencialmente atropeladas.

Os diversos apelos da mídia com a divulgação da sensualidade e do erotismo podem constituir um dos fatores culturais para a precocidade da maturidade sexual, e como tudo começa mais cedo, a fase em que a menina deveria amadurecer tranquilamente, torna-se um período de turbulências, devido a ações que não foram pensadas ou mesmo planejadas para que acontecessem tão precocemente.

Outro problema que a adolescente ainda enfrenta na sociedade é o fato de ainda não ser mulher e também não ser mais criança. Exige-se que tenha responsabilidades, mas ainda não

pode responder por determinados atos; neste entrave, a mídia exerce papel decisivo a fim de “sugerir” o que pode e deve ser feito nesta fase, sugestão quase sempre vista como única forma de exercer sua identidade. Não é muito difícil perceber que as tentativas de segmentação visam projetar uma menina dicotômica, por um lado, a “patricinha”, sonhadora, encantada pelos flashes da moda e pelo príncipe encantado “O texto de Rose Mercatelli fala a todas as meninas que sonham em encontrar um par” (13j6); por outro, a mulher bem resolvida emocionalmente (e sexualmente), que deve cuidar de si e ainda poder administrar todos os seus problemas. “Se é verdade que quem inventou a felicidade jogou a fórmula no lixo, já está na hora de você criar sua própria maneira de ser feliz” (13j6); “O menino é seu número... e você está louca para ficar com ele? Dê uma olhada nas nossas dicas e vá à luta!” (10o3); “Se você nunca disse essa frase – eu me amo – é sinal de que precisa cuidar da auto-estima” (14j7); “O gato vive pressionando, seus hormônios também, mas você não sabe se está pronta para transar? Faça o teste, pense bem e decida-se” (13o6).

Observa-se que cada vez mais cedo, a menina tem adotado modelos adultos de comportamento e preocupações que antes apareciam mais tarde, ao mesmo tempo em que está mais precocemente deixando de brincar. A excessiva valorização da aparência – culto narcísico do corpo – provoca a frustração de muitas meninas frente às suas impossibilidades de corresponder aos padrões exigidos pela mídia que como propulsora desta mudança difunde um modelo de aparência física adulto e extremamente idealizado, símbolo de status e poder, que as jovens devem seguir, às vezes com sérios prejuízos para a saúde física e mental. Quase toda menina tem o sonho de ser modelo ou atriz. (CAMPAGNA, 2005, p.20).

Com isso, a sexualidade é assumida com mais naturalidade, as diferenças são mais fáceis de serem aceitas, e ao contrário do que muitos pensam, a maioria delas tem preocupações quanto à gravidez precoce, doenças sexualmente transmissíveis, embora nem sempre utilizem meios preventivos. É a fase da paixão avassaladora, embora ela não precise durar mais do que uma semana ou um mês, o que importa é estar sempre apaixonada, não necessariamente pelo mesmo garoto. E nesta fase, é mais desafiadora a conquista do que a paquera, estar sempre pronta para atacar e por que não, ser atacada pela parte ameaçadora.

A adolescência feminina constitui um período de busca e construção de identidades, não identidades fragmentadas devido à insegurança ou indecisões decorrentes, mas identidades em

formação, que passam a ser ponto de partida para as fórmulas editoriais de muitos meios, inclusive da *Atrevida*.

A menina-mulher, principalmente a de classe média e média alta – o público previsto pela *Atrevida* - parece um público mais fácil para a grande máquina industrial, são para elas que as vitrines brilham mais; podendo, muitas vezes, ofuscar o discernimento e a autonomia tão almejada. Não é difícil perceber isso, ao olhar o tipo de apelo construído pela revista “Mergulhe em cada página com a certeza de que ela foi feita com um único objetivo, o de deixá-la mais feliz” (13m6), “Para contaminar você de felicidade, a gente começa aqui” (14m7), “que a cada página você sinta como se estivesse abraçando uma amiga querida, que não vê há tempos” (14m7), “entre nesta festa que começa nas próximas páginas. Você é nossa convidada de honra!” (13s6), os produtos divulgados “A matéria principal traz os caras mais pedidos do momento, os atores da novela *Rebelde*” (13m6) e as preferências do público adolescente feminino, não se sabe se foi algo feito para que elas gostassem ou se se trata de algo que passaram a gostar a partir do momento em que viram na vitrine.

Atualmente, são muito comuns estratégias midiáticas que visam conhecer a opinião do público consumidor para então adequarem os produtos de acordo com as ansiedades dele. Com esta finalidade, a revista *Atrevida* mantém um canal aberto com suas leitoras, acatando sugestões, críticas e, recentemente, apelou para o projeto *superatrês*, que consiste num grupo de 50 meninas que visita a redação da revista ou se comunica no ambiente virtual para dizer o que gostaria que a revista publicasse, de que forma e o que poderia mudar, ou seja, é uma forma de refinar o processo de identificação, não bastaria apenas alguém da redação falando como adolescente, será preciso uma adolescente para alcançar outra adolescente. E essa é uma característica muito forte na revista.

A Revista *Atrevida* fala a linguagem da adolescente, trazendo assuntos como amor, relacionamento, sexualidade, beleza, moda, música, ídolos e atualidade. É uma revista completa, a preferida das garotas brasileiras. Sua leitora é a adolescente que procura informações sobre as mudanças que estão ocorrendo na sua vida. Interativa, antenada e atualizada, a leitora de *Atrevida* está sempre aberta à novidade<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Referência ao site da Revista *Atrevida* [www.atrevida.com.br](http://www.atrevida.com.br), acesso em 05 de fevereiro de 2007.

O texto acima retirado da página de abertura do *site* oficial da *Atrevida* apresenta o perfil da Revista, o que ela pretende e qual o tipo de leitora que idealiza; refere-se a si mesma como uma produção editorial completa e como a preferida das meninas brasileiras, apresenta a imagem de única fórmula para atender às expectativas da adolescente contemporânea. Esses aspectos caracterizam o *ethos* do anunciador, a maneira como a revista concebe sua fórmula editorial. Por outro lado, enuncia que a menina mulher, público alvo da revista, é alguém de personalidade, que quer compreender as transformações que ocorrem na sua vida e por isso mesmo vai a busca de fontes “autorizadas” e “confiáveis” como a *Atrevida*. A leitora além de atualizada, é também aberta a inovações e isso pode se evidenciar em vários níveis, na moda, no estilo musical, na linguagem, na forma de encarar os relacionamentos, na sexualidade, nas diversas escolhas que deve fazer.

Fica evidente a concepção de adolescência como a fase em que ocorrem transformações, podendo ser de ordem física, social e/ou psicológica “Sua leitora é a adolescente que procura informações sobre as mudanças que estão ocorrendo na sua vida”, e, na busca de uma identidade, assuntos como “amor, relacionamento, sexualidade, beleza, moda, música, ídolos e atualidade”, são lançados como forma de atender à curiosidade peculiar da adolescente, bem como, oferecer condições para firmar um posicionamento frente às inúmeras situações que vivencia ou pode vir a vivenciar.

Um dos temas principais que a Revista aborda está intimamente ligado ao eixo amor e sexo, o indivíduo é instigado desde a capa de cada edição, a participar de um mundo de conceitos e experiências relacionados ao *ethos* do enunciador ou à vivência de algum famoso, que perpassam um modo de exercer a identidade sexual e de gênero. Os modelos apresentados sugerem à leitora, a idéia de uma mulher heterossexual, branca, livre, apaixonada, capaz de despertar e inspirar desejos e paixões, tendo o corpo como um meio para atingir seus objetivos, no jogo da sedução. Isso se evidencia na materialidade discursiva, na forma de apresentação do conteúdo, nas imagens e até mesmo na seqüência em que são apresentados os temas de cada edição, namoro, ficada, beleza, moda e ídolos...

A menina deve ter um namorado e se não tem fica “uma pontinha de tristeza” (14j7). Apesar de destacar que a produção é também para quem não tem namorado, deixa escapar pelo exemplo da editorialista na mesma edição - “Eles (os comerciais românticos) faziam com que me sentisse a pior das piores por não ter um namorado!” (14j7) – que feliz mesmo é quem tem um

namorado. Oferece ainda “Guia completo para descolar um namorado” (1. chamar a atenção do garoto, 2. lançar a cantada certa, 3. impressionar no 1º encontro), “Beijo de cinema – um passo a passo para arrasar” (14j7), “Dicas para quem está dividida entre dois garotos” (14j7), e truques para conquistar o alvo “Pintou um novo amor? Comemore e leia a matéria de conquista ... com dicas para agarrar o gato” (13m6).

Preferem garotas que devem ter atitude positiva diante da vida, assumem maior independência emocional, buscam um guia para resolver seus problemas, freqüentam baladas, devem estar sempre produzidas para atacar o parceiro, vêem o sexo com naturalidade, apreciam o lado *fun* da vida e ainda podem se divertir e/ou estudar no exterior, oferece informações sobre cidades para quem deseja estudar no exterior (14m7), guia de viagem para o Canadá (13m6) – embora não tenha ainda independência financeira, o aspecto econômico não se constitui num problema para a realização de seus sonhos.

Estes pressupostos podem ser reforçados com o perfil psicográfico da adolescente leitora da *Atrevida*, divulgado no *site* oficial da Editora, transposto fielmente para a tabela abaixo:

Tabela 5. Perfil da leitora

<b>Periodicidade :</b> Mensal <b>Tiragem:</b> 174.000 exemplares <b>Leitores:</b> 680.000
<b>Público-alvo</b> Mulheres classe A/B, na faixa etária dos 10 aos 19 anos.
<b>Perfil psicográfico:</b> É a adolescente que procura por informações sobre as mudanças que estão ocorrendo em sua vida. Interativa, atenta e atualizada, a leitora de <i>Atrevida</i> faz questão de ser líder do seu grupo. Por isso, quer ser a primeira a saber das novidades do mundo <i>teen</i> .
<b>Hábitos de consumo:</b> <b>Beleza: compraram nos últimos 30 dias:</b> 29% produtos para maquiagem 32% produtos para tratamento de pele e corpo.
<b>Usaram nos últimos 6 meses:</b> 21% creme antiacne
<b>E usam...</b> 95% perfume 66% creme nutritivo 28% loção de limpeza 85% batom 85% esmalte 75% lápis e sombra 72% absorvente higiênico
<b>E nos últimos 15 dias...</b> 31% foram a salões de beleza 40% receberam mesada
<b>Se interessam por:</b>

<p>83% humor, passatempo e divertimentos  63% por astrologia e horóscopo  64% por gente famosa</p>
<p><b>Lazer</b>  <b>Costumam:</b>  46% ir a danceterias  68% fazer compras em shoppings  86% comer ou passear no shopping  83% assistir a filmes em vídeos/ DVD  45% ir a shows  94% ouvir música  41% freqüentar clubes  47% ler livros nos momentos de lazer</p>
<p><b>Moda...</b>  79% se interessam por moda</p>
<p><b>Compraram nos últimos 30 dias:</b>  39% calçados / sandálias  45% jeans  16% lingerie  23% tênis  30% malhas, blusas, camisetas  41% bijuterias</p>
<p><b>Pet...</b>  <b>Têm:</b>  58% cães  11% gatos</p>
<p><b>Consumo nos últimos 30 dias</b>  86% produtos de maquiagem  27% creme anti-acne  95% perfume  62% creme nutritivo  67% batom  84% esmalte  78% lápis/ sombra  59% absorvente</p> <p><b>Nos últimos 15 dias:</b>  19% compraram em pet shops</p>
<p><b>Fonte: Marplan Consolidado 2005. IVC Fev 2006.</b></p>
<p><b>Comem e bebem:</b>  42% produtos diet / light  95% bolachas e biscoitos  90% goma de mascar  90% chocolate  86% drops e balas  73% salgadinhos  74% iogurtes  84% sorvetes</p>
<p><b>Foram nos últimos dias:</b>  71% a lanchonetes fast food  76% gostam de comprar roupas de marca  76% gostam de experimentar novos produtos e marcas</p>
<p><b>Em suma:</b>  São jovens consumidoras, vaidosas e que adoram estar na moda.</p>
<p><b>Leitoras: 1.350.000</b></p>

<b>Tiragem:</b> 170.000
<b>Periodicidade:</b> mensal
<b>Consumo</b> 88% consomem bolachas e biscoitos 85% chicletes/ gomas 96% chocolates 82% consome balas/ drops 69% salgadinhos 68% iogurte 87% sorvetes
<b>Hábitos de lazer</b> 37% freqüentam danceterias 82% compram em shoppings/ lojas depto 84% comer ou passear em shoppings 86% costuma assistir filmes vídeo ou DVD 98% ouvir musica 36% costumam freqüentar clubes
<b>Assuntos de interesse</b> 87% se interessam por humor/ passatempo/ diversão 67% interesse por astrologia/ horóscopo 75% interesse gente famosa 80% interesse por moda 55% interesse por dieta/ regime

Fonte: [www.simbolo.com.br](http://www.simbolo.com.br)

Como se pode observar a heterogeneidade característica do público consiste num grande desafio para a *Atrevida*, o propósito é chegar cada vez mais próximo de suas expectativas, e para isso, precisa partir de pontos gerais que alcancem interesse comum. Número inferior a 45% das meninas pesquisadas comprou nos últimos 30 dias artigos de uso pessoal, porém 79% se interessam pela moda, embora apenas 40% tenham recebido mesada, 82% têm como hábito de lazer freqüentar shoppings ou seções de loja. Baseada nestes dados, é que a publicação a cada mês consegue lançar assuntos que de uma forma ou de outra identificam a leitora.

Os editoriais da revista já sugerem o que foi apresentado acima, uma mulher adolescente voltada principalmente para os interesses pessoais que se resumem em cuidar de si, “tem dicas de como recuperar o corpincho depois dos excessos do verão” (14f7), “também garimpamos alguns truques para as donas de cabelos cacheados e que vivem de bode por causa do volume”(14m7), “que esta edição seja um convite para amar , inclusive a você mesma” (13j6), e do seu relacionamento “comemore com a matéria de conquista para agarrar o gato” (13m6). Aquela que deseja e deve envidar todos os esforços a fim de encontrar o príncipe encantado, ainda que para isso, tenha que recomeçar várias vezes, “... fala a todas as meninas que sonham em encontrar um

par, principalmente as que não vão estar acompanhadas neste 12 de junho” (13j6). Por outro lado, também deve ser uma mulher determinada, tudo vale a pena na hora da conquista.

Deve estar sempre impecável, o corpo é o centro das atenções, e por isso a adolescente deve estar sempre informada sobre os assuntos que lhe dizem respeito. Embora este olhar para o corpo revele o estar bem para atrair, não há preocupação com dietas, observa-se no item consumo que a maioria dos alimentos não poderia ser considerada totalmente saudável; os aspectos que se destacam dizem respeito ao externo, à aparência, isso inclui os produtos para maquiagem e tratamento da pele, unhas, roupas e acessórios.

A partir do editorial, a revista apresenta um imaginário de adolescência muito longe da maioria das adolescentes brasileiras, faz crer que toda adolescente deva ter um namorado ou estar a procura dele, pode e deve fazer viagens ao exterior, mantém bom relacionamento com os ídolos *teens*, diverte-se quase que em todo o tempo, se estudam, é “só pra variar” (13f6), o colégio é um lugar que é freqüentado, porém não de boa vontade “bate o sinal do colégio e somos ‘obrigados’ a sair para papear” (14a6). Se tudo é uma diversão, não é necessário assumir determinadas responsabilidades que os adultos impõem, se dar bem não se trata só de trabalho, mas também de sorte, e sorte mesmo é poder estar inserido no mundo proposto pela publicação “Olha só como as 5 finalistas do nosso concurso de capa são lindas! Pena que só uma pôde estar na capa desta edição. Afinal, todas têm a cara da *Atrevida!*”, “A Marina, sempre sortuda, entrevistou para esta edição ninguém menos que Rodrigo Santoro e Tobey Maguire” (14m7).

Mais recentemente, para atingir um público intermediário, a fase da pré-adolescência - outro alvo do mercado editorial, que abrange os meninos e meninas dos 8 aos 12 anos, que vivem e consomem como gente grande e além do mais querem fazer escolhas, tomar decisões por si mesmos apesar de não serem crianças e também ainda não serem adolescentes, mas sofrem todo um apelo para viver como tais - foi lançada a *Atrevidinha*, uma das publicações com os mesmos temas discutidos na *Atrevida*, porém, presume-se, com nível apropriado para quem ainda não conquistou a adolescência.

Isso significa que a *Atrevida*, antes dirigida às meninas de 10 a 19 anos de idade, passa a ter como público previsto as adolescentes de 13 a 19, refinando mais ainda sua fórmula editorial, bem como as estratégias de identificação com seu público.

As assertivas a seguir corroboram as idéias apresentadas a respeito das imagens que a revista faz de seu interlocutor.

- 13n6 “Tem muito bate papo sobre namoro, ficada, beleza, moda e as últimas notícias dos ídolos que você ama ver por aqui.”
- 13m6 “...para quem levou um fora e não tem idéia de como toar a vida nas primeiras semanas depois da separação.”  
 “Quem quiser respirar novos ares para dar um basta na saudade também vai encontrar um roteiro interessante, traçado pela nossa colaboradora..., que foi ao Canadá.”
- 14m7 “... sinta como se estivesse abraçando uma amiga querida, que não vê há tempos.”
- 10o3 “Você tem facilidade para fazer novos amigos?”  
 “Sabe planejar uma ficada?”  
 “Quer alisar os cabelos?”  
 “E já pensou em fazer um blog?”
- 14m7 “Tá com preguiça só de pensar que o próximo feriado rola só em abril? (...) Mas não fique de mau humor por causa disso tá?”  
 “Divirta-se também com o perfil da Dulce Maria, a matéria da paquera, as promoções e um Superguia de Intercâmbio!”
- 10s3 “Também há novas seções que você vai adorar.”  
 “Outra novidade é o Calendário *Atrê*, para você ficar sempre por dentro do que está acontecendo...”
- 13s6 “... dicas para quem quer ser mais feliz. E quem não quer?”  
 “Você é nossa convidada de honra!”
- 14f7 “...você vai curtir. Tem um monte de gatos, dicas de como recuperar o corpitcho depois dos excessos do verão...”  
 “... damos as boas-vindas às 50 leitoras que, daqui para a frente, serão Superatrês.”
- 13j6 “... a todas as meninas que sonham em encontrar um par, ... e as que já se desencantaram com um romance...”  
 “É claro que cada leitora vai adaptar as sugestões da *Atrê* a sua própria maneira de se expressar.”  
 “... um convite para amar mais, inclusive a você mesma.”
- 14j7 “Quem não namora vai conferir as dicas para conquistar um garoto – se quiser! Em quem já encontrou vai aproveitar nossas idéias para comemorar muuuuito!”

- 13a6 “Os caras disseram coisas que nossos pais poderiam ter falado, se a gente desse um espaço para eles.”
- 14j7 “E se eu babar?” “E se eu não souber o que fazer com a língua?”
- 13j6 “Ou elas estão presas a lembranças de histórias que já terminaram ou perdem um tempão sonhando com o futuro”
- 13a6 “... quando bate o sinal no colégio e somos "obrigadas" a sair para papear...”  
 “... (ponteiros) nos empurram pra casa quando juramos ter encontrado um garoto com quem passaríamos tranqüilinhas o resto da noite se os compromissos com o tempo não existissem.”
- 14a7 “Gente, foi um arraso...”  
 “Se você não entrou nesse time, mas também tem algo a nos dizer, fique à vontade.”

A forma de se dirigir à leitora já pressupõe dois tipos de mulheres adolescentes, uma que se anima facilmente e aprova as sugestões da revista e outra que precisa de um motivo a mais para se animar “Para quem ainda não se animou...” (13j6), constitui uma interpelação universal.

Aprender a beijar para atrair os garotos, é uma interpelação universal, “Você vai deixar os meninos com gostinho de quero mais!” (13j6), infere que toda menina, na fase da adolescência, tem os mesmos intentos, aprender a beijar para conquistar e atrair os meninos.

Há meninas que vivem fora do tempo, que significa viver fora do tempo, segundo formula o editorial? “Pois saiba que muitas meninas, mesmo sem perceber, não vivem o ano de 2006, embora essa data esteja estampada em todos os calendários. Ou elas estão presas a lembranças de histórias que já terminaram (provavelmente algum relacionamento afetivo) ou perdem um tempão sonhando com o futuro”. Viver fora do tempo é não acordar com as idéias defendidas pela publicação, são meninas que ainda não namoram, não freqüentam as baladas, preferem planejar o futuro, ainda que esteja longe.

No capítulo que se segue será discutido o modo como estes embates se evidenciam no discurso da *Atrevida*, ao destacar as discursividades que produzem uma imagem do feminino, e sua relação com o silêncio e as formações discursivas.

### 3 UM EMBATE IDEOLÓGICO: MULHER ATREVIDA E UMA QUESTÃO ANTIGA

*“... a AD é em si esse espaço de  
enfrentamentos, de embates e de pontos de  
deriva...”.*  
(TENREIRO, 2007, p. 275)

Este capítulo objetiva discutir as estratégias discursivas que concorrem para as representações de mulher na revista *Atrevida*, tendo em vista os processos de construção de sentido discutidos até então. Para isso, foram consideradas além dos editoriais, as matérias relacionadas ao amor e à conquista constantes na seção comportamento. É mister verificar como a construção discursiva em torno das questões de relacionamento na adolescência funciona como mediadora para a representação da figura feminina, fruto de um imaginário coletivo, que a revista imprime. Nesta perspectiva, buscar-se-á analisar as formações discursivas a que se filiam estes discursos e de que forma elas estão relacionadas, se em posição de conflito e/ou de complementaridade.

Como já evidenciado, a linha editorial da revista prevê uma espécie de manual para a menina que precisa e deseja conquistar o menino a fim de se sentir bem e realizada, daí seu caráter instrucional/ tutorial. São dicas para “beijar muito” (14j7), “para se dar bem na paquera (14m7)”, “para sobreviver ao fora e fazer a fila andar” (13m6), “para esquecer o ex” (13n6), “para turbinar o namoro virtual” (14m7), “para conquistar pela Net” (14a7)1, “pra paquerar no colégio” (13f6), “para se dar bem na balada”; “o ABC da paquera - dicas espertíssimas para você ganhar o menino” (11j4), “para quem está dividida entre dois garotos” (14j7); “quer um grande amor? A gente ajuda você a chegar lá!”. Apresentam em todas as edições guias como o da beleza (13a6), da conquista (13s6), da ficada (13a6), do beijo (13j6), “antideprê” (10s3), “para ficar linda no verão” (13j6), “como conquistar os 10 gatinhos mais queridos do mundo”, “guia completo para descolar um namorado” (14j7), “um passo a passo para se dar bem com o gato” (14a7), “o passo a passo da ficada”(10o3), “maneiras bem descoladas de mostrar que você está a fim” (14s7), dentre outros. Todas as instruções estão voltadas para as atitudes que a adolescente deve tomar com o propósito de garantir uma boa relação, ainda que seja bem temporária. E em que isso diz respeito aos processos ideológicos que funcionam na sociedade?

Uma das principais características das sociedades contemporâneas é o sentimento de incompletude, as pessoas sempre estão em busca de algo que satisfaça suas necessidades de toda ordem, porém quando uma lacuna é preenchida outras necessidades são criadas, aparece uma

outra falta, em outros aspectos da vida. A mulher necessita **ser** bela, inteligente, sedutora, conquistar um grande amor; fazer escolhas acertadas quanto às questões amorosas; manter o equilíbrio na resolução dos conflitos, principalmente os amorosos; **ter** as melhores roupas, o namorado dos seus sonhos e além disso, a fórmula certa para conseguir tudo isso. Graças a esse sentimento de incompletude, a adolescente vive numa busca frenética para obter coisas e adotar um comportamento que satisfaça aos anseios impostos pela sociedade e que para a adolescente acaba se tornando regra de vida. É a partir desse sentimento, também, que a *Atrevida* materializa o discurso, delineando dessa forma a imagem de mulher sonhadora, consumista e sempre desejante.

Outrossim, as escolhas lexicais antecipam o jogo discursivo, as formações discursivas que estão funcionando no discurso, e este é um dos recursos utilizados pela *Atrevida* para firmar o seu caráter de utilidade, se tornar indispensável. Numa das propagandas que anuncia a própria revista, ela diz de si mesma: “Revista não, kit de sobrevivência” (13f6), ou seja, para sobreviver aos problemas que comumente se atribuem à fase da adolescência é preciso lançar mão de algo infalível: a *Atrevida*. Em todas as edições, o assunto da conquista se repete, variam o título, as representações imagéticas, mas os argumentos são os mesmos, o discurso que se materializa no texto parte da mesma formação ideológica, como explicitado a seguir.

Posto isto, pergunta-se, quais são as representações femininas que a revista apresenta, qual delas se destaca, como os sentidos funcionam nas formações discursivas a que os discursos se filiam e a que formação ideológica eles estão relacionados.

Entende-se que toda formação discursiva é contraditória, ou seja, o modo de dizer está relacionado às formações discursivas, a depender da formação discursiva a que o discurso se filia, ele vai se manifestar de uma maneira ou de outra. Sendo assim, as formações discursivas determinam o posicionamento ideológico do sujeito, uma palavra pode mudar de sentido se mudar a formação discursiva; por isso, é possível afirmar que o enunciado diz alguma coisa e para compreendê-lo é preciso determinar sua formação discursiva, ou seja, inferir sobre o processo discursivo que ele mobilizou. Como diz Grantham (2007, p. 278), “A AD é em si esse espaço de enfrentamentos, de embates e de pontos de deriva, na medida em que se trabalha na amostragem dos sentidos enquanto delineaes, ‘esburacados’ e fadados à incompletude”, e isso permite afirmar que neste espaço de embates os sentidos e os sujeitos se constituem.

Dessa forma, para a AD não existe um sentido único e verdadeiro, ele é historicamente determinado. A linguagem é encarada como trabalho simbólico, ou seja, como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Ela é vista como resultado de processos histórico-sociais e não como uma estrutura abstrata alijada do processo de produção social geral (MORAES, 2005, p.115). Analisar as construções discursivas em torno do feminino em *Atrevida* só é possível se forem consideradas as relações do dizer com o processo social que permitem determinadas formulações e não outras.

### 3.1 “EU PEGO, MAS NÃO ME APEGO”

*“Não existe tempo da sedução nem tempo para a sedução... Ninguém, se não for seduzido, seduzirá os outros”  
(BAUDRILLARD, 1992, p. 92).*

Para Orlandi, a construção do sentido se dá por meio do processo parafrástico, o qual produz diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado. Não há o novo, o diferente, ou seja, o polêmico, mas apenas um retorno aos mesmos espaços do dizer. Alguns dizeres são possíveis porque historicamente foi construída a imagem de que a mulher é um ser frágil, emocionalmente desequilibrado, dependente, e os homens historicamente os seus provedores; embora haja mudanças ao longo do tempo, esse construto possibilita dizeres que não fariam sentido algum se não houvesse uma relação com um tempo, com uma história, com uma memória discursiva.

Segundo Pêcheux (1995, p.190):

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc. não existe ‘em si mesmo’ [...] mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas.

Neste sentido, em todo dizer há algo que se mantém – a mulher age com o coração, vive sonhando com um amor que dure para sempre, é a parte frágil de uma relação, portanto, deve lutar para vencer suas debilidades e limitações até alcançar o ideal masculino – estas são construções que foram normalizadas na sociedade e, assim, podem ser facilmente identificadas no discurso da *Atrevida*. Podem-se destacar algumas formulações que reiteram esta discussão: “você deve perdoar de coração”; “(normalmente) confundem paixão com amor eterno”; “não

sofrer por amor”; “não se vai encontrar um amor em cada ficada”; “melhor fazer a fila andar do que sofrer insistindo para o garoto voltar”, “Se levou um fora, evite demonstrações públicas de tristeza ou raiva. Chore no seu quarto, assim você se preserva”; deve pedir dicas “para tentar passar pelas experiências sexuais sem tanto medo nem grilo”. Com base nas relações parafrásticas, observa-se aí um discurso ligado a um processo ideológico de suposta subalternidade, no qual a mulher age pela emoção, portanto, é fadada a sofrer com as decepções amorosas, e, ainda que seja traída, deve “perdoar de coração”. É sonhadora, acredita no amor e deve estar sempre pronta a se aventurar em novos relacionamentos. É curioso que aquele velho discurso de que homem não chora é revisado por estas formulações salientando que a mulher é sempre a parte sofredora, em compensação exige-se que a mulher contenha suas emoções, “evite demonstrações públicas de tristeza ou raiva”, ou seja, preserve-se.

Outras formulações sugerem que a mulher é essencialmente desequilibrada – tais quais “a sabedoria está no meio termo”; “não ficar muda como uma porta”; “Ser bem humorada é sinal de inteligência”; enfim ser mulher é atender ao ideal do outro, nunca o dela mesma.

Nesta discussão é preciso considerar algumas questões, em *Atrevida*:

1. Mesmo aventando que as mulheres devem ser ativas no processo social, donas de si e capazes de seduzir; o ideal é delineado pela preferência masculina, ou seja, seus esforços consistem em atender às expectativas do homem – o que eu denominaria de “processo de passivização”.
2. O corpo é o instrumento para a sedução, geralmente o olhar funciona como um ponto de partida, de atração.
3. Toda mulher tem a felicidade e a beleza ao seu alcance, basta seguir o ideal que a revista apresenta.

O discurso da revista é construído a fim de explicitar uma mulher liberal, moderna em suas atitudes, principalmente em ir à procura da caça, em vez de ser caçada, há uma relação conflituosa entre as mulheres ditas comuns e as consideradas como modelos, ideais, o como deve ser. As mulheres tidas como ideais são aquelas que segundo os homens sabem tomar a iniciativa na hora certa sem se atirar muito, na verdade um equilíbrio imaginário – trata-se da mulher ideal, não real. Os sentimentos são deixados à margem, a técnica e as regras é que valem na hora da conquista.

A mulher representada pela *Atrevida* não tem a tarefa diária de cozinhar para o amado, remendar suas roupas ou bordar um lencinho para ele em sinal de amor. Também não é aquela que fica em casa esperando ele chegar para pedir permissão para sair. Por outro lado (ou talvez do mesmo lado) é aquela que deve dominar as táticas para fazer a vontade do outro, para agradar sempre; importa agir do modo como ele gosta e espera, desprezando o que ela mesma gosta ou deseja. Em *Atrevida* destaca-se a mulher sedutora como símbolo da mulher moderna, cuja representação é construída através de interdiscursos que se materializam, principalmente os relacionados ao amor e ao sexo.

Para a mulher atrevida/moderna, sexo e amor estão relacionados ao prazer e envolvimento e o fato de promover o consumismo constitui um aliado para torná-la mais atraente a fim de satisfazer o outro. O sexo é opção, seduzir o homem é a maior conquista. A dica é para aparecer: na pista de dança “Para dar um xeque-mate na questão, também pode perguntar se ele dá aulas particulares, sempre sorrindo, para deixar no ar as suas intenções” (13m6), “Aproveite nosso guia de A a Z, recheado de táticas para chamar a atenção do gato e deixá-lo caidinho por você”; “Basta usar a cabeça e o charme (14s7)”; “Use todo o seu corpo para dizer que está a fim”; “Mexa no cabelo, sente-se de maneira insinuante. Os homens prestam atenção a esse tipo de sinal”; “Lance seu olhar mais sedutor ao passar do lado dele” (14m7).

Este discurso delega à mulher um ar de “comando”, superioridade, a começar pelos títulos sugeridos, porém no desenrolar das matérias, as sugestões são de adequação para ela em função do outro (o homem), embora apareçam assertivas do tipo SEJA VOCÊ MESMA, a maior parte das dicas são para torná-la ou produzi-la de acordo com os padrões/ preferências masculinos - “Perguntamos a 100 meninos o que eles mais curtem na hora da paquera e na ficada! Com as respostas dos fofos, montamos um verdadeiro guia para você” (14m7); “O gato vai adorar vê-la prestando atenção enquanto ele estiver falando”; Use todo o seu corpo para dizer que está a fim. Mexa no cabelo, sente-se de maneira insinuante. Os homens prestam atenção a esse tipo de sinal” (14m7). Às vezes, ou quase todas as vezes, é preciso mentir/ fingir para se aproximar do alvo, como em uma das sugestões para se dar bem na conquista: “você deve fingir gostar dos mesmos gostos dele” (14j7). “Vá em frente e mostre quanto você é charmosa e inteligente e que pode fazê-lo feliz” (14s7). Sob um aspecto, a mulher mantém o domínio, ela é quem pode seduzir e deixar o homem “caidinho” por ela, sob outro aspecto, é o homem quem vai dizer o que deve acontecer e como, quanto a isso a revista traz a seção “Palavra de menino” justamente com esse

objetivo – são inúmeras dicas do que os homens gostam ou não gostam numa garota, dicas que devem ser seguidas para quem deseja “dominá-los”.

As formações discursivas que se evidenciam constroem uma rede de formulações ligadas ao papel da mulher em relação ao homem. Como já dito as formações discursivas constituem uma memória discursiva, tendo uma predominância de uma por outras. Destacam-se em *Atrevida*, segundo esta análise, três formações discursivas em concorrência relacionadas à representação feminina. Primeiro, a revista apresenta um discurso que nasce do ponto de vista ideológico das idéias desenvolvidas em torno da mulher liberal, moderna, com poder de decisão, principalmente em relação ao amor e ao sexo, neste caso, a denominamos a mulher sedutora – ela é quem deve partir para a conquista, estabelecer qual o alvo e as estratégias de caça. Todos os seus esforços giram em torno da produção para atrair o objeto de conquista. Esse discurso coaduna com as idéias do movimento feminista que proporcionou mudanças drásticas nas relações homem/mulher, além de ter despertado e reivindicado para a mulher, um lugar, um espaço igualitário com o homem. A intenção é apresentar-se como uma mídia atenta aos movimentos revolucionários e à emancipação social feminina. Esse discurso é construído a partir de algumas estratégias, tais como descritas a seguir:

#### 1. Erotização do amor

A revista legitima o discurso do amor efêmero, deseja erotizar este sentimento, e para isso desvincula a integração sexo e amor do mito do amor eterno.

No grego há três palavras que denominam o amor, embora as três palavras traduzam faces do mesmo sentimento, o amor *Filos* diz respeito ao amor desinteressado entre irmãos, pessoas do mesmo círculo de convivência ou em relação ao ser humano em geral, é o tipo de amor que deve predominar entre as pessoas no mundo. O amor *Ágape*, muito citado pela Bíblia, se relaciona ao amor de Deus pela sua criatura, é o amor genuíno, puro e incondicional. Por fim, o amor *Eros*, que pela etimologia da palavra já antecipa o tipo de sentimento a que ela se refere – *Eros* é a raiz de muitas palavras em Língua Portuguesa, sendo uma delas erótico/ erotismo que segundo o dicionário (FERREIRA, 1986) é aquilo que é relativo ao amor; voluptuoso; lúbrico, lascivo; sensual / paixão amorosa; lubricidade, sensualidade - é o amor que atrai pessoas, principalmente,

pelos atributos físicos, sem levar muito em conta outros aspectos como os emocionais e /ou racionais. É o tipo de atração que resulta no ato sexual.

Eros era considerado o deus do amor na mitologia grega, segundo a qual ele é descrito como belo e irresistível. Dentre as várias narrativas de seu nascimento, Platão assegura que Eros nasceu da união de Pínia (pobreza) com Poros e foi gerado no banquete que comemorava o nascimento de Afrodite (deusa do Amor), por isso se tornou seu seguidor e era por natureza amante da beleza porque Afrodite também era bela. Eros vive sempre à espreita dos belos de corpo e alma, com sagazes ardis. É um caçador temível e astucioso (WIKIPEDIA, 2008).

É justamente este aspecto do amor que é evidenciado no discurso da revista *Atrevida*, o mais importante é a atração física, a busca pela beleza e pelo prazer justifica os meios para obtê-los.

## 2. Dessacralização do sexo – repressão X liberação sexual

Em *Atrevida*, o discurso sobre sexo está vinculado ao amor e à saúde, sexo não é sinônimo de compromisso, mas de prazer e satisfação própria, cria-se um embate: discurso tradicional X discurso liberal. Mesmo que a adolescente não tenha um compromisso sério, um namoro, a prática do sexo é naturalizada, desde quando se tomem as medidas necessárias: uso de preservativos e/ou anticoncepcionais a fim de evitar as doenças sexualmente transmissíveis e a gravidez indesejada. Para o discurso religioso, por exemplo, o sexo é um privilégio do casamento e está destinado à procriação, por isso a humanidade não tem o direito de interferir no ciclo reprodutivo estabelecido por Deus, segundo a Igreja Católica Romana<sup>7</sup>. O “avesso” deste discurso defendido pela *Atrevida* seria você deve transar quando estiver a fim, quando perceber que é o momento adequado. Neste caso, delega a adolescente o poder de decidir quando iniciar sua vida sexual.

---

<sup>7</sup> A posição católica foi moderada pela encíclica *Humanae Vitae*, de 29 de julho de 1968, do Papa Paulo VI, que reconhece a moralidade da união sexual entre marido e mulher, mesmo se não visa a geração de filhos. A encíclica, embora condenando medidas anticoncepcionais artificiais, permite um método natural de controle de natalidade conhecido como o ‘método do ritmo’. Este método consiste em limitar a união sexual aos períodos inférteis no ciclo menstrual da mulher. (Bacchiocchi, 1996, p.9)

### 3. Poder de sedução

O discurso construído em torno deste aspecto sugere que toda garota pode conquistar um garoto, ou que toda garota linda pode conquistar um garoto lindo, neste caso toda garota pode ser linda e o amor é questão de técnica. Sugere a representação da mulher sedutora, caçadora em busca da conquista. Amar e ser amada não se trata, necessariamente, de manter um compromisso, mas de se dar ao outro, de comprometer-se fisicamente, a sedução é da ordem do ritual, o sexo e o desejo são da ordem do natural. A palavra sedução (*se-ducere*) que significa afastar, desviar de seu caminho sugere um jogo, uma espécie de soberania da sedução que é uma paixão e um jogo da ordem do signo, sendo ela quem prevalece em longo prazo, pois é uma ordem reversível e indeterminada. “Eu me esquivo, tu não me farás gozar, sou eu quem te fará jogar e quem te roubará o gozo” (BAUDRILARD, 1992, p. 27, 28). Desta sorte, de acordo com o autor já citado, este jogo constitui um universo onde o feminino não é o que se opõe ao masculino, mas quem o seduz.

“Eu pego, mas não me apego”, faz referir ao fato de poder seduzir, manter o domínio da situação por um tempo e quando for preciso virar o jogo, seria também um contradiscurso, visto que normalmente as mulheres são mais emocionais e tendem a apaixonar-se com maior facilidade, esta idéia traz em sua constituição discursiva um discurso machista, é ao homem que a sociedade “delega” este “poder” de se relacionar com diversas mulheres sem necessariamente estabelecer um compromisso. Porém é quando um signo é seduzido que se torna sedutor (IDEM, p.84), a construção discursiva simula um poder absoluto, que na verdade é relativo; a mulher não apenas seduz, mas também é seduzida.

### 4. Cultura do corpo

Este aspecto está intimamente relacionado ao item anterior, a cultura do corpo como objeto de e para sedução corrobora o discurso da sexualidade/ feminilidade em *Atrevida*, onde o espaço de atuação deste corpo é o consumo, o embelezamento e a conquista do homem. O corpo era o principal alvo da perseguição e afrontas às quais as mulheres eram submetidas na Idade Média, aquelas que através do corpo – sedução – atraíam os homens foram consideradas bruxas e acreditava-se que possuíam conhecimentos de feitiçaria. O poder de sedução não poderia ser

ignorado pelos homens que, temendo perder o controle da situação, resolveram exterminá-las nas fogueiras da Inquisição. O simples fato de ser mulher – de seduzir – a tornava merecedora do fogo. Na revista, o discurso da sedução se materializa também na construção imagética, como se pode ver nas fotos a seguir, é conferido ao corpo um ar de magia e encanto, uma estratégia de deslocamento de sentido; embora a sexualidade não seja explícita, e o corpo não apareça totalmente erotizado, o objeto de desejo e de prazer aparece camuflado.

Figura 2. Edição 13j4



Figura 4. Edição 13n6



Figura 3. Edição 13m7



Figura 5. Edição 13j6



Para (ALVES, 1985, p.143) “a alienação das pessoas a respeito de seus próprios corpos e da maneira como eles são apropriados pelas classes dominantes permite que bloqueios, torções e repressão sejam traduzidos como beleza e sedução, contribuindo para a modelagem de pessoas submissas”.

## 5. Idéia de controle

“Se você me chamasse para sair, eu não iria. Prefiro eu mesma fazer o convite e mostrar que sei o que quero” (14j7); “Eu pego, mas não me apego” (13a6); “você deve tomar a iniciativa para não perder a chance” “deve transar, mas não engravidar”, “Ele beija mal? É mala? Tem bafo de onça e espírito de porco? Então, deixe-o pra lá” (14s7). Essas são formulações que se relacionam ao controle do feminino sobre o masculino, inferem que a mulher domina a relação (e os sentimentos) ao ponto de namorar com vários garotos sem necessariamente apegar-se a nenhum deles, ou decidir quando esta relação deverá ter um fim.

Por que se julga uma idéia de controle? Primeiro porque gostar ou não de alguém ultrapassa os limites da vontade, considerando que na adolescência a menina ainda não saiba muito bem administrar seus sentimentos e emoções, muitos deles só perduram uma noite, é preciso considerar também que muitos sonhos são alimentados independentemente da razão. “Renata uma hora se apaixona pela galera do Rebelde, em outra, deixa os mexicanos de lado e põe pra rolar um rock pesado, tipo Green Day. Um dia, acha que ama o Pedro, mas depois, fica super-a-fim do Rodrigo. Parece estranho? Que nada! Pra tudo isso há uma explicação: Renata tem 15 anos e está no auge da adolescência!” (13s6). Se entendermos que esta é uma fase de mudanças e adaptações, nem sempre as decisões tomadas nesta fase são devidamente pensadas. De outro modo, uma relação amorosa em qualquer nível não se constitui uma unilateralidade, ambos os envolvidos têm poder de decisão num ou noutro momento. E quase sempre uma das partes se sentirá prejudicada.

Em segundo lugar, a maioria das meninas adora ser cortejada, “Mesmo que seja só de brincadeira, vai parecer muito divertido sonhar com o menino mais cobiçado dando em cima de você. Quem sabe você não se inspira e começa a investir?”, “Tire um dia para cuidar de você... Leia todas as seções da *Atrê* e mãos à obra! Tome um belo banho, faça esfoliação, hidratação nos cabelos e na pele, vá à manicure e, de quebra, coloque uma corzinha no seu rosto, com um make

bem bacana. Você vai chamar a atenção.” Desse modo, dizer que é preferível fazer um convite em vez de recebê-lo, remete a mais uma estratégia que confirma as idéias defendidas aqui. À primeira vista, testifica que a garota pode ser dona da situação, por outro lado, porém, apresenta formulações que sugerem justamente o contrário. “Pode parecer bobagem, porém, levar foras faz bem à saúde. Agora, você pode estar no fundo do poço (o que é normal), mas, com o tempo, vai se sentir bem mais madura para encarar um novo relacionamento”, “Eu nunca namorei, mas já me apaixonei por dois garotos. O primeiro não me dava bola e o segundo era apaixonado pela colega”, Você não só pode, como deve colocar sua opinião, sem, entretanto, parecer mandona ou grosseira.” Sendo que numa relação a dois, é necessário cumplicidade, será difícil um dos envolvidos assumir o controle da situação sempre.

## 6. Tensa relação masculino e feminino

Uma outra forma que a revista utiliza para legitimar o discurso da mulher moderna/sedutora é a representação do masculino em relação ao feminino. Há uma tensa relação entre os gêneros, se de um lado, a mulher é retratada como a quem pode e deve seduzir quantos homens quiser, o homem recebe os atributos de “galinha” (13m6); em uma das formulações se referindo ao garoto que está interessado numa garota, mas não é correspondido a *Atrevida* apresenta o conselho “Um pode servir de escada para o outro – quem sabe o seu grande amor não vem na garupa da bicicleta dele?” (13j6), em outras palavras, não se deve descartar ninguém, se não servir para paquerar ou namorar pode servir de ponte para a conquista de outro alguém. Nenhuma pessoa ficaria contente com isso, servir de escada para outro; isso, no mínimo, feriria o ego da pessoa, além de provocar um sentimento de incompetência.

Os atributos reprovados ou aprovados no homem estão ligados à performance na paquera, não ao intelecto, maior referência às qualidades físicas, não às psicológicas. O garoto deve ser bom de papo e beijar bem: “Ele beija mal? É mala? Tem bafo de onça e espírito de porco? Então, deixe-o pra lá” (14s7). A citação de autoridade fortalece essa idéia, “Enquanto não encontro o homem certo, me divirto com os errados”, diz Mae West, uma atriz americana, em uma entrevista publicada na edição 14m7, em outra edição os conselhos para a garota que passar por uma frustração amorosa são: “Aconteça o que acontecer, leve na brincadeira”, “Ex-namorado, ex-ficante, ex-amor platônico – partir pra outra, não ficar batendo na mesma tecla”. A partir destas

construções, é possível delinear um discurso no qual o homem não passa de um objeto, um brinquedo na mão da mulher e por isso mesmo vive em conflito. “Um pode servir de escada para o outro – quem sabe o seu grande amor não vem na garupa da bicicleta dele?”.

Entende-se que estes aspectos constituem estratégias discursivas a fim de configurar uma imagem de mulher moderna/ sedutora/ atrevida. Por outro lado, se predomina um discurso, há um outro que se opõe, neste caso, uma formação discursiva contrária, que seria a relacionada à figura da “mulher Amélia”, tradicional, preparada para servir no lar, educada para casar-se e “fazer tudo o que o mestre mandar”. É possível identificar a idéia de uma mulher “avançada” porque historicamente é oposta a idéia de uma mulher passiva, controlada, disposta a atender o homem em todos os seus caprichos, e sem direito a escolhas próprias, ainda que isto fosse generalizado, na história também é possível demarcar muitas mulheres que contrariaram o pensamento de sua época, estabelecendo o contraditório.

Vale retomar o conceito de Orlandi (1997, p.36) sobre os processos parafrásticos referidos no início desta seção, esta produtividade é que permite a produção do mesmo sentido sob várias de suas formas, não há o novo, o diferente, ou seja, o polissêmico, há apenas um retorno ao mesmo dizer sedimentado.

Para Pêcheux (1999) esse movimento do discurso traduz o efeito de repetição, reconhecimento e deslocamento. Os sentidos produzidos num campo discursivo remetem a formulações que já fazem sentido antes, e desse modo, conclui-se que é o inconsciente e as ideologias de cada um que determinam os discursos. O lugar de formação social do sujeito impõe o que seja dito.

Então, compartilhando das idéias de Orlandi (1999, p. 43) quanto à noção de formações discursivas, há dois aspectos fundamentais. O primeiro é que todo discurso é sempre determinado ideologicamente, as formações discursivas podem ser consideradas como regionalizações do interdiscurso, relacionadas aos dizeres presentes e aos que remetem a uma memória discursiva. O segundo é que pela referência à formação discursiva é possível compreender os diferentes sentidos que as palavras assumem no evento discursivo.

Posto isto, compreende-se que o sentido é da ordem das formações discursivas, as quais materializam as formações ideológicas, que são da ordem da história. A mesma palavra ou o mesmo enunciado podem ter sentidos diferentes, se pertencerem a formações discursivas

diferentes. O sentido decorre das enunciações, atos que se dão no interior de formações discursivas, às quais determinam o sentido do que se diz.

### 3.2 SILÊNCIO: UM LUGAR DE RECUO NECESSÁRIO

*É no silêncio que as diferentes vozes do sujeito se entretecem em uníssono. Ele é o amálgama das posições heterogêneas.*  
(ORLANDI, 1997, p. 92)

Um outro aspecto que concorre para o embate que está sendo discutido neste capítulo é o lugar do silêncio, o movimento que ele instaura entre o sujeito e o sentido, entre o dito e o não dito, é recorrendo ao já-dito que o sujeito significa, produz sentido. Em face do discurso, o sujeito estabelece necessariamente um laço com o silêncio, mesmo que esta relação não se estabeleça em um nível totalmente consciente; a incompletude do sujeito se dá devido à existência de um apagamento necessário, ou seja, do silêncio.

Ao analisar as estratégias de construção do discurso midiático impresso para a adolescente, talvez seja muita pretensão afirmar que é possível determinar todas as estratégias discursivas, até mesmo aquelas que podem ser interpretadas no campo do silenciamento. Ainda assim, vale considerar a atuação deste “não-dito”, na construção discursiva voltada para o feminino em *Atrevida*.

Inicialmente, cabe aqui refletir sobre as noções de silêncio propostas por Orlandi (1997, p.76), para a autora o silêncio exerce papel fundamental no discurso; na constituição do sentido está o silêncio, ocorre um processo denominado “forclusão”, segundo o qual é preciso não dizer para dizer, embora se faça parte de uma sociedade essencialmente democrática, por exemplo, é preciso considerar o lugar do discurso para avaliar o que pode ou não ser dito e quando.

Nas oscilações das palavras e do discurso no interior das formações discursivas está o silêncio, entende-se silêncio, neste caso, como a respiração da significação, um lugar de recuo necessário para significar, sempre se diz a partir do silêncio. O silêncio não se traduz, ele é a relação do imaginário com o real; dessa forma, a periferia da linguagem nada mais é do que sentido ainda.

Segundo a mesma autora, o silêncio pode se apresentar como silêncio fundador\_– aquele que existe nas palavras que significa, o não-dito, e que dá espaço de recuo significante, produzindo as condições para a linguagem significar, e a política do silêncio ou silenciamento, ao dizer algo, apaga-se o indesejável, este último bifurca-se em silêncio constitutivo\_– é o não dito necessariamente excluído, para dizer é preciso não dizer (uma palavra apaga outras palavras). O silenciamento é constitutivo de qualquer prática discursiva, porque todo dito implica um não dito, mas esse silenciamento se realiza também numa dimensão local, o silêncio local\_– se refere à interdição do dizer, um exemplo desse tipo de silêncio é a censura (aquilo que é proibido dizer numa certa conjuntura), em outras palavras é o fato discursivo que se produz nos limites das diferentes formações discursivas em relação.

As diversas formas do dizer que se materializam no discurso estão relacionadas a duas instâncias, a do dito e do não-dito, em AD, esse não dito que é diferente do implícito diz respeito àquilo que foi preciso excluir, silencia a fim de que os efeitos de sentido ou os efeitos da enunciação, segundo Possenti (2004, p.173), fossem aqueles compatíveis com o *ethos* do interlocutor.

É preciso que haja sentido para produzir sentido, mas ele nunca está completamente lá (há um deslocamento de sentido). Há um ritmo no significar que supõe o movimento entre silêncio e linguagem (ORLANDI, 1997, p. 25), por isso é preciso entender o silêncio para além da sua dimensão política. Não se pode pensar o silêncio como falta. O silêncio não fala, o silêncio é. Se o real da significação é o silêncio, o silêncio é o real do discurso. O que é dito está para o que não é dito, ou seja, é possível identificar nas margens do dito o que não foi preciso ou podido explicitar.

Há dois aspectos nesta relação que é preciso considerar, o lugar que ocupam os enunciadores, neste, caso, a que formações discursivas pertencem os enunciados, e a quem é dirigido o referencial. Em determinadas posições não é possível dizer - o discurso da mídia não ‘permite’ a discriminação entre os gêneros, entre as classes, mas ao silenciar um discurso, vai demarcar um posicionamento - porque a prática discursiva impõe uma forma de dizer, um discurso. Em *Atrevida*, as mulheres negras ou de classes desfavorecidas quase não são referidas no discurso, as questões sobre desigualdade, discriminação ou aquelas relacionadas à violência que muitas delas sofrem, são silenciadas na materialização das formações ideológicas que regem os discursos e os posicionamentos do sujeito enunciadador.

Nesta perspectiva, o silêncio trabalha os limites da formação discursiva, determinando conseqüentemente os limites do dizer, quando uma palavra passa de uma formação para outra muda de sentido, e a relação dito/ não-dito contribui para apagar os sentidos que se deseja evitar.

Como o silêncio trabalha os processos de produção de sentidos? De que forma o silêncio se constitui em estratégias discursivas e mobiliza e/ou apagar os sentidos relacionados à construção da identidade feminina, em *Atrevida*?

Em *Atrevida*, a política do silêncio, destacando-se, principalmente o silêncio constitutivo, como já dito, implica o não dito necessariamente excluído, aparece nas escolhas que o falante faz quando enuncia, porque uma escolha faz outras silenciarem, neste caso, o silêncio interfere na tomada de posição do sujeito, escolhem-se determinadas palavras para promover certos sentidos e não outros, com isso limitam-se certas posições do sujeito.

Neste jogo de sentido entre o silêncio e as formações discursivas, é possível referir este silenciamento em *Atrevida*, à posição sujeito do enunciador que se manifesta na escolha do que não dizer. Sendo uma mídia voltada para a classe média e alta da sociedade, foi preciso silenciar uma classe que está em situação divergente, a voz da menina da favela que também passa pela adolescência (vale retomar, bem diferente do que a revista veicula), o discurso que denuncia a discriminação das mulheres negras, tão pouco representadas, os valores (des)construídos na sociedade em torno da sexualidade e do amor, para muitas adolescentes isso é sinônimo de violência e abuso, as ideologias que regem as relações de gênero em outros campos da vida, além do afetivo, como profissional, por exemplo, as opções sexuais não valorizadas socialmente, as meninas que vendem o corpo para sobreviver. O lugar de onde fala este sujeito não permite aludir a estes discursos, caso assim fosse, os sentidos seriam outros, os efeitos de sentido também não seriam os mesmos, visto que, a produção editorial visa construir um imaginário que alimente os desejos e sonhos das adolescentes que a classe média e alta foi levada a valorizar, e, por isso mesmo, se avalia como o modelo ideal, símbolo de sucesso em todos aspectos.

É interessante notar que o sugestivo semântico que intitula a revista evidencia um lugar que apaga outro. Trata-se de um processo polissêmico, o a dizer, "*Atrevida*" deve apontar para um discurso que seja sinônimo de liberdade, autonomia, satisfação plena no campo do amor e do sexo; mas quanto ao silenciamento, apaga um fato, uma história de quase completa submissão ao outro, de entrega involuntária, do corpo como fonte de prazer mais para o outro do que para si. O fato de enunciar *Atrevida*, ainda que inconsciente, impõe aos sujeitos uma posição no discurso

que mobiliza determinadas formações discursivas que não dependem das escolhas desses sujeitos, de sua vontade, mas já estão lá, determinadas pelas formações ideológicas relacionadas.

Este discurso que a *Atrevida* silencia, apresenta-se sob as discretas relações entre as formações discursivas. Há um novo embate, que só é possível perceber no cruzamento entre as formações discursivas. É o fato de não dizer que diz. As relações entre as formações discursivas relacionadas à mulher moderna e mulher tradicional, entre o amor eterno e amor efêmero, entre o sexo sagrado e o banal só são possíveis porque um dizer apaga necessariamente o outro, e um dizer só é possível porque outros dizeres já fazem sentido.

Se a linguagem se funda no movimento permanente entre processos parafrásticos (mesmo) e polissêmico (diferente), dizemos o mesmo para significar entre outra coisa e dizemos coisas diferentes para ficar no mesmo sentido. Para dizer “isso” que estaria nessa posição, o sujeito tem de construir um outro lugar, para ser “ouvido”, para significar.

Sendo assim, o silêncio trabalha os limites das diferentes FD e trabalha o jogo da contradição de sentidos e da identificação do sujeito. Ao silenciar um discurso, o sujeito evidencia uma posição que não lhe é permitida por alguma situação, por isso, pode-se considerar o silêncio como parte da incompletude do sujeito, e a fim de compreender o silêncio é preciso considerar a historicidade, os processos de construção dos efeitos de sentidos que estão implicados num discurso.

Desse modo, o silêncio como estratégia discursiva em *Atrevida*, constitui um lugar de fronteira, ele está para o não dito que significa, a mulher moderna, sedutora constitui uma face da mulher atrevida, a outra face se configura no silenciamento que produz sentido ainda.

### 3.3 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE IDENTIDADE

*“Cada um de nós é membro de muitos Discursos, e cada Discurso representa uma de nossas múltiplas identidades”. (GEE, 1990, p. xix)*

Diante da discussão apresentada até aqui sobre a constituição do sentido em *Atrevida*, e visto que os sujeitos e os sentidos se constituem nas práticas discursivas das quais fazem parte, entende-se desse modo que o sentido não está pronto, acabado em alguma região do discurso, mas se constitui num processo infindo, que mobiliza sujeitos e enunciados (sentidos) para a construção de identidades (efeitos de sentido).

O discurso é o instrumento mediador na construção de significados e é por meio dele que os indivíduos tornam-se conscientes de quem são, construindo suas realidades e reconstruindo suas identidades sociais. Vale esclarecer que a questão de identidade aqui prioriza uma abordagem discursiva, ainda que haja grandes discussões no campo das ciências sociais.

De acordo com Shotter e Gergen (1989, p. ix), “as pessoas são em grande medida posicionadas em identidades de acordo com sua vinculação dentro de um discurso”. O que elas se tornam, a forma como agem, como vêem a vida e os princípios que defendem são “impostos” nas práticas discursivas em que elas estão envolvidas. O que significa que as identidades não são fixas e prontas, mas se constroem nos processos discursivos, implicam relações de poder, embora possam ser resistidas por meio de contradiscursos. Com isso, nem sempre prevalecerá o discurso hegemônico, embora ele já nasça com esse objetivo; se assim não fosse, teríamos um indivíduo totalmente passivo, algo que já não se concebe no momento atual.

Este pensamento corrobora uma visão discursiva de natureza socioconstrucionista, segundo a qual, os objetos sociais não são dados no mundo, mas são construídos, negociados, reformados e organizados pelos indivíduos em seus esforços de fazer sentido no mundo. Os discursos produzidos numa sociedade, num dado momento, determinarão em grande parte a maneira de ser e de agir de um povo; o que é resultado das práticas discursivas, do que a sociedade diz e consolida ao longo do tempo.

É importante ressaltar, ainda, que o discurso se caracteriza pela alteridade, todo evento discursivo pressupõe um interlocutor como regulador das experiências do outro; o que o outro diz de modo nenhum soa neutro, mas impõe normas de comportamento que, mesmo de uma forma indireta, vão implicar o modo como o indivíduo vê o mundo e as pessoas que o cercam.

Na prática discursiva, objeto deste estudo, não há um interlocutor presente de corpo, mas, ao considerar o texto escrito como um ato discursivo no qual alguém comunica algo para outro alguém com um determinado propósito, e a leitura como um fenômeno cultural, uma prática social, que pressupõe interlocutores, os significados dos textos são construídos cultural e socialmente pelos sujeitos na interação com o outro, nesse caso, autor e leitor. Se a leitura constitui uma forma de ação onde os significados construídos por leitores refletem a situação social imediata na qual estão localizados, como também o mundo social mais amplo, compreende-se que a construção discursiva da revista *Atrevida* apresenta modelos com os quais a

adolescente se identifica, ao tempo que se subjetiva num tom de autoridade e cumplicidade com o outro.

Assim, aquilo que uma pessoa diz, os discursos que atravessam sua fala, revela aquilo que ela é, sua identidade social, a qual é definida nos e pelos discursos que a envolvem ou nos quais ela circula. Segundo Moita Lopes (2003, p. 20),

Identidade é um construto de natureza social, portanto político, isto é, identidade social, compreendida como construída em práticas discursivas e que não têm nada a ver com uma visão de identidade como parte da natureza da pessoa, ou seja, identidade pessoal, nem com sua essência e nem com um si mesmo unitário.

Os discursos não só refletem ou representam as entidades e relações sociais, eles as constroem ou a constituem, impõem um Regime de verdade<sup>8</sup>, as idéias são naturalizadas a ponto de muitas vezes não serem mais questionadas, e um dos veículos mais poderosos para isso, é o espaço midiático. O que a mulher é ou deve tornar-se é tema sempre presente.

De acordo com o pensamento de Fairclough (*apud* MAGALHÃES, 2006, p.79), poderia se argumentar, por exemplo, que a experiência prolongada com a publicidade e outros textos comerciais contribui para moldar as identidades das pessoas como consumidores ou suas identidades de gênero. É na prática social que são produzidos, e aceitos ou rejeitados, os efeitos de sentido sobre as identidades.

Segundo Moita Lopes (2003), têm-se duas perspectivas ao se referir à construção de identidades. Nos moldes essencialistas, a ênfase é para os caracteres biológicos: homem tem que ser masculino, mulher tem que ser feminina, ambos com papéis bem definidos socialmente. Um dos problemas em defender uma posição totalmente essencialista, é o fato de desconsiderar a influência do contexto sócio-histórico-cultural na definição desses papéis. A visão socioconstrucionista encara o gênero como um construto social, considera as diferenças entre sociedades e momentos históricos e a diversidade dos projetos e representações sobre homens e mulheres. Há formas diversas de ser homem e outras diferentes formas de ser mulher, a depender da forma como uma sociedade, motivada pelo momento histórico, compreende e possibilita a construção dessa identidade social.

---

<sup>8</sup> Para Foucault (1979), toda sociedade institui os tipos de discursos que devem funcionar como verdadeiros; regime de verdade constitui os mecanismos que permitem distinguir os enunciados falsos dos verdadeiros, a forma escolhida e valorizada para a obtenção da verdade.

Esta visão permite um estudo relacional entre os dois gêneros, abdicando da primazia de um sobre o outro; a relação entre eles e a classe social, a raça, a sexualidade etc, não são as características sexuais que o constituem, mas sim a forma como essas características são representadas no discurso.

Para Scott (1989, p.14), gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, uma primeira forma de instituir relações de poder. Nesta mesma direção, Crawford (1995) considera gênero como um sistema que opera em três níveis: o social, que implica relações de poder, primazia do masculino, e em consequência, espaço mais restrito para as mulheres; o interpessoal, que constitui pistas de como se comportar, o que falar ou fazer, orientações que os indivíduos recebem nas diferentes práticas discursivas, das quais participam e que criam os diferentes tipos de gênero: a família, a escola, a mídia. Este é um aspecto bastante evidente no *corpus* em análise, o qual além de oferecer dicas de comportamento “fale num tom normal de voz, nem baixo demais, como se estivesse hesitando ou se defendendo, nem aos berros, para não parecer infantil e grosseira” (11j4), interpela os interlocutores com a projeção de um amigo, de um pai, mãe, tia ou de outro familiar bem próximo.

Além desses níveis, a autora aponta o nível individual, segundo o qual gênero é considerado algo intrínseco ao indivíduo, é dicotômico, e também dá ênfase ao masculino como infere o autor sobre o nível social, as características, comportamentos e interesses fixos estão associados a cada sexo específico. Diante destes aspectos, este nível situa-se mais próximo de uma visão essencialista de construção de identidades.

Interessa aqui relacionar as estratégias de constituição do sentido na revista *Atrevida*, e como essas estratégias possibilitam a construção de identidades sociais de gênero. O sujeito enunciador, em *Atrevida*, sustenta um imaginário de representação feminina que coincide com a imagem da suposta leitora, atrevida, liberada, ficante, alto-astral, que cuida de si, aprecia os atributos físicos do homem e está disposta a se envolver sexualmente. A leitora é interpelada a inscrever-se nesses lugares, enquanto vai se constituindo como sujeito que transita entre as diversas identidades ao passo que vai identificando-se com elas.

Isto concorre para uma visão socioconstrucionista de construção de identidade, as representações sobre homens e mulheres no discurso da revista dizem respeito a um momento histórico, em que as formas de ser mulher e de ser homem coincidem com o discurso neoliberal,

para o qual a beleza e a liberdade são condições para a felicidade. Em suma, a interpelação do indivíduo em co-enunciador destes discursos mobiliza uma tomada de posição a partir de formações discursivas que já estão relacionadas à visão de mundo do enunciador.

Quanto a isso, diz Fiorin (2001, p. 33) que as formações discursivas impõem o que dizer, constituem conjunto de temas e de figuras que materializa uma dada visão de mundo, possibilitando a construção dos discursos. Neste jogo simbólico, os sujeitos interpelados ideologicamente reconhecem, numa formação discursiva, a visão de mundo que subjaz, a qual está relacionada à determinada classe social. A partir dela o indivíduo é direcionado para o que deve pensar dentro de uma conjuntura que envolve várias formações discursivas, algumas vezes em relação de conflito.

Neste aspecto, o sentido não se submete aos critérios da língua, seu funcionamento está relacionado à forma que o sujeito se posiciona nas formulações discursivas. Como não há princípio de unidade, o discurso é caracterizado por uma dispersão de sujeitos e dos sentidos.

Para a AD todo texto é heterogêneo do ponto de vista de sua constituição discursiva, ele é afetado por diferentes formações discursivas, e são estas, que representam o lugar de constituição do sentido e de identificação do sujeito. A formação discursiva a que o enunciado pertence é que o condiciona a formular seqüências que podem e devem ser ditas.

Assim, a forma de enunciar em *Atrevida* provoca uma ilusão de coerência e de unidade de sentido que direciona o sujeito a identificar-se com essas verdades e perceber o discurso como única verdade possível, o problema não se apresenta tão grande quanto é e, determinados comportamentos assumem uma naturalidade tão grande que anormal é agir em desacordo com o padrão estabelecido.

No caso das ideologias de gênero, supõe-se que as imagens dominantes de feminilidade e masculinidade que levam as mulheres e os homens a buscarem gratificação, ajustando-se a normas de gênero estabelecidas, conduzem finalmente à opressão da mulher. Assim, a ideologia se expõe para como um mecanismo para explicar como as mulheres são cúmplices de sua própria opressão. (GRADDOL & SWANN, apud MAGALHÃES, 1999, p.141)

### 3.4 Passivização simbólica?

*“A mulher é treinada para admirar e fazer admirar seu corpo, fragilizar-se, bloquear-se e confundir passividade com sedução e poder”  
(ALVES, 1985, p. 142).*

Apesar da constatação de que na materialidade discursiva do *corpus* desta análise destaca-se o discurso da mulher moderna/atrevida em relação ao discurso da mulher tradicional, entende-se também que há, por outro lado, um processo de passivização<sup>9</sup> que aponta para um estado de submissão. Pergunta-se, portanto, qual o movimento do discurso em torno da imagem da mulher que a *Atrevida* configura? Quem é esta mulher *Atrevida*?

Para responder a estas questões, é importante retomar os conceitos da AD em relação ao processo de produção de sentido no e através do discurso. Esta figura feminina que a revista deixa entrever em seu posicionamento ideológico, não é tão atrevida assim como o veículo deseja transparecer, a relação do dito com o não-dito produz um discurso que apresenta uma face da mulher tradicional, porém reconfigurada, a mulher *Atrevida* está disposta a adequar-se, em determinados aspectos, aos caprichos e vontades do homem com o objetivo de também satisfazer os seus desejos, porém é perceptível que o olhar masculino, o do não visualizado acaba sustentando um domínio que é camuflado no/ pelo discurso.

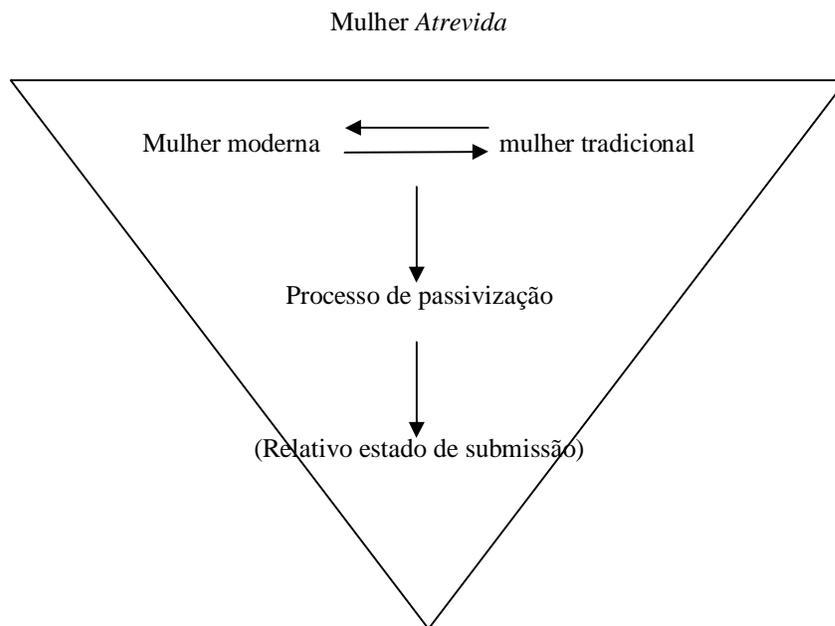
O gráfico abaixo é uma tentativa para descrever o funcionamento do discurso em torno da representação feminina em *Atrevida*, considerando os interdiscursos do amor e do sexo. Acredita-se que o discurso constrói uma identidade feminina através de um movimento horizontal e vertical, numa relação de complementariedade. As formações discursivas em relação, não necessariamente em oposição, movimentam-se de um discurso tradicional ao moderno da imagem na mulher na sociedade, as quais concorrem para o referido processo de passivização, ou seja, as estratégias discursivas que produzem uma idéia de conformidade com o padrão masculino, e é a partir deste processo de passivização que um outro discurso eclode, o discurso de um relativo estado de submissão. Relativo porque não se confunde com o discurso produzido para a mulher tradicional de total submissão ao masculino e aceitação de toda e qualquer circunstância, mas há alguns pontos de convergência, tais quais a predisposição em aprender algo

---

<sup>9</sup> A utilização da palavra passivização em lugar de passividade tem o objetivo de referir-se ao fenômeno como algo não estático resultante da construção discursiva, que se dá justamente pelo movimento do discurso em face de determinadas estratégias discursivas, podendo ser intencional ou não.

(sempre relacionado à conquista) para satisfazer o outro, este outro é sempre ressaltado como elemento importante. Como evidenciado no discurso, o masculino rege a relação entre os gêneros, um outro exemplo disso é a seção “Palavra de menino”, na qual a revista apresenta as preferências dos homens em relação ao comportamento das mulheres.

Figura 6. Representação discursiva



Estas idéias se confirmam nas expressões que se seguem. No jogo do beijo (14/7), predominam a vontade do garoto, orienta a revista, “coloque a língua devagar na boca dele e **tente acompanhar os movimentos do garoto. Se ele vai mais devagar, desacelere. Se ele beija rápido, trate de segui-lo.** Com o tempo, vai aprender a controlar o garoto de acordo com a sua vontade”; “Beijar bem devagarinho, **percebendo bem os movimentos do outro**, pode ser tão legal quanto acelerar, de repente, durante a cena de ação do filme que vocês foram ver no cinema”.

Este processo não está explícito no discurso, mas é construído justamente naquilo que foi preciso silenciar ao dizer. A intenção primeira é provocar no sujeito uma idéia de sucesso aparente na conquista, porém para alcançar este sucesso ele precisa se submeter a um lugar discursivo que lhe é imposto.

É certo que nem todos tenham consciência disso, possivelmente as leitoras não se dêem conta desta estratégia discursiva, mas é justamente isso que provoca o analista, a possibilidade que o discurso tem de dizer e ao dizer não dizer, suscitando efeitos de sentido diversos, considerando a historicidade e a memória discursiva. Aspectos que permitem interpretar um discurso e penetrar numa rede de sentidos que se manifestam nos interdiscursos que caracterizam uma formação ideológica.

O discurso que materializa na revista é, naturalmente, apresenta a imagem de uma mulher à frente de seu tempo, mas ao fazê-lo traz na memória discursiva outros discursos ligados ao processo histórico e social que apresenta algo mais, um jeito de ser mulher adolescente numa sociedade que apesar de “moderna” continua defendendo determinados valores e demonstrando posturas que aparentemente desarraigadas continuam fortemente marcadas nas práticas discursivas, como o domínio masculino, por exemplo.

Segundo Bourdieu (1999, p.138), apesar das revoluções que a sociedade vivenciou e das novas relações estabelecidas entre homem e mulher, as práticas discursivas evidenciam uma dominação simbólica, o olhar masculino perpassa os vários discursos e práticas direcionadas à mulher e predomina de forma simbólica. Por mais que os discursos produzidos tenham a intenção de delegar poderio à mulher para agir conforme seus próprios intentos, defronta-se com algo já arraigado socialmente, o predomínio masculino, às vezes por sucessivos apelos midiáticos, outras pela falsa idéia de que faz a sua própria vontade, a falsa idéia de controle discutida no item anterior. O discurso está mais focado em satisfazer ao outro (homem) do que a si mesma, principalmente em relação ao amor a ao sexo, temas predominantes em *Atrevida*, por isso a denominação passivização simbólica.

Acredita-se que esta prática não passe totalmente despercebida pelas mulheres e que muitas delas tem driblado estes discursos e construído estratégias próprias para permanecer no controle se assim desejarem, pois, muitas vezes, o que elas querem mesmo é que alguém exerça o domínio, seja nas finanças, nas atividades domésticas ou na cama. E quanto a isso, conscientemente, acredita-se, não há mal algum.

Diante do pressuposto, pode-se compreender que o embate ideológico de que trata este capítulo é resultante de estratégias discursivas que corroboram a construção de identidades femininas, ou seja, as discretas relações entre as formações discursivas, dentre elas, a política do silêncio.

Na tentativa de responder as questões postas no início desta discussão, é possível testificar que as representações do feminino em *Atrevida são*, principalmente a mulher consumista, preocupada com a beleza e com os ditames da moda, a mulher sedutora, tida como ideal, objeto de desejo e desejante, ambas representadas pela mulher moderna/ liberal; por outro lado, no discurso, esse modelo contrapõe-se à mulher tradicional, uma vez que tenta romper com os padrões ditos masculinos, porém nessa contraposição, faz emergir um modelo que se situa entre um pólo e outro, a mulher dividida, que anseia por liberdade e reivindica isso para si, mas que também está atrelada a um “querer” do outro, que a faz por vezes submissa.

## CONCLUSÃO

*“Compreender o sujeito discursivo requer compreender quais são as vozes sociais que se fazem presentes em sua voz”  
(FERNANDES, 2007, p.35).*

É certo que para compreender o sentido (ou os efeitos de sentido) de um discurso, é preciso considerar não apenas o seu sentido imediato, mas sua relação com a história e com a ideologia. Desse modo, o sentido, é então, determinado pelas relações ideológicas dentro do processo histórico social, e isso significa que depende das formações discursivas as quais o discurso está relacionado, o lugar social do sujeito, as condições que lhe permitem enunciar de uma determinada maneira.

Ao analisar os aspectos de construção do sentido em editoriais da revista *Atrevida*, constatou-se que as estratégias do sujeito discursivo para que o sentido seja um e não outro, estão relacionadas, principalmente, ao explicitado a seguir:

a) Forma de apresentação do *ethos* - Nos editoriais da revista o sujeito enunciador se apresenta ora com um tom de sabedoria e experiência ora com características que se aproximam as de uma adolescente. Com isso, estabelece um dialogo, e esse *ethos* – idéia de benfeitor – cúmplice, promove a incorporação e a auto-identificação. A seleção lexical (mais próxima de um jargão juvenil) denota um caráter de flexibilidade, de menor rigidez. O colorido e recursos imagéticos, referência a jovens do mundo da fama – um dos elementos constitutivos da cena da enunciação – e os temas relacionados aos interesses da menina nesta fase da vida - amor, sexo, namoro, beleza – são aspectos importantes que corroboram o posicionamento ideológico do locutor. Destaca-se o *ethos* pré-discursivo, para o qual o leitor já possui uma representação do caráter do locutor e com a qual se identifica.

b) Formações imaginárias – a imagem positiva que o sujeito formula de si mesmo lhe confere autoridade para falar e inspira uma relação de confiança. A imagem em relação ao outro, ao referente e ao destinatário possibilita uma adesão quase completa, uma idéia de pertencimento. As formações discursivas que estão em funcionamento apontam para a representação feminina de adolescente mais voltada para uma visão psicológica – fase em que ocorrem transformações física, social e/ou psicológica – por isso, trabalha com a identidade em formação, ela deve cuidar

de si e do outro (do relacionamento afetivo), e para isso, o enunciador premedita o que ela deve fazer e como deve fazer para obter sucesso em suas investidas. O discurso é formulado a partir da imagem que o enunciador faz da leitora prevista e funciona como uma resposta às questões ligadas à forma de interagir como adolescente no mundo criado pela mídia. Essas imagens vão determinar as formações discursivas nas quais se inscreverá o discurso, dando ao texto um caráter bastante familiar e conferem ao interlocutor o *status* de co-enunciador.

d) Silenciamento – como a *Atrevida* constitui um veículo marcado essencialmente pela visão de mundo da classe dominante, as formações discursivas contrastantes a esta ideologia são silenciadas no discurso, como estratégia para fortalecer as idéias desta classe e ainda criar a ilusão de que o sentido só pode ser um. Para que a mulher configurada no/ pelo discurso da revista fizesse sentido, foi necessário silenciar o discurso sobre a mulher tradicional, e com isso, as formações discursivas que coincidem com os valores a ela relacionados.

e) Embate ideológico na representação do feminino - a *Atrevida* constitui um lugar discursivo que permite o entrecruzamento entre as especificidades dos discursos produzidos para a mulher adolescente e as representações do feminino, os discursos relacionados ao feminino estão ligados a formações discursivas em relação de conflito, num movimento que opera com formações discursivas em relação, de um discurso tradicional ao moderno, ou seja, esta relação é que vai ocasionar uma idéia de confronto entre uma autonomia feminina e o ideal masculino.

f) Predominância de processos parafrásticos – as condições de produção, a relação entre memória e historicidade evidenciam que a construção do sentido se dá, principalmente, por meio de paráfrases; muitos estereótipos femininos, constituintes da memória discursiva são identificados no discurso que se diz “novo”. A construção discursiva sobre a erotização do amor, dessacralização do sexo, poder de sedução, cultura do corpo, idéia de controle, tensa relação masculino e feminino, as quais estão relacionadas ao discurso sobre o feminino, confirmam isso. A ação dos processos parafrásticos, em *Atrevida*, concorre para que o discurso que representa a mulher tradicional continue fazendo sentido, mesmo diante de uma perspectiva de mulher liberal.

Pode-se inferir, com isso, que a revista continua fazendo sucesso com o público para o qual se destina porque continua dando espaço para o discurso do consumismo, da cultura do corpo, do sonho de realização plena, da auto-identificação, da feminilidade/sexualidade como espetáculo.

Isto posto, fica evidente que as hipóteses delineadas para este estudo foram em parte comprovadas, acreditava-se que por se tratar de uma publicação dirigida à mulher, a representação feminina como objeto sexual seria patente. Na verdade, esse discurso é neutralizado pelas investidas em destacar o poder de sedução feminina como uma espécie de controle sobre o masculino. No entanto, apesar de no discurso a revista prever uma mulher liberada, moderna, o olhar masculino ainda predomina nas práticas discursivas, as quais delineiam uma mulher com uma dupla identidade – uma mais voltada para a liberalidade e autonomia, outra voltada para a satisfação dos caprichos do outro.

Como se inferiu no início deste estudo, a revista *Atrevida*, ao invés de desconstruir determinados estereótipos em relação ao feminino, os quais são motivos de feroz luta, ela os legitima em suas práticas discursivas. Desse modo, apesar de a revista investir um *ethos* feminino, ainda é um *ethos* atravessado pelo ideal masculino que prevalece na construção discursiva, segundo o qual as mulheres ainda estão a serviço do homem. Vale ressaltar que esta idéia não se apresenta tal qual ao momento em que a mulher seria punida se assim não consentisse, mas constitui, acredita-se, um processo simbólico de passivização. Isso não quer dizer, porém, que a construção discursiva em *Atrevida* represente a imagem de uma mulher submissa, ao contrário, a representa como liberada, moderna, decidida a cumprir seus propósitos. No entanto, o que se defende, aqui, é que ao confirmar este discurso, traz em suas formulações um interdiscurso relacionado à imagem da mulher tradicional, embora, redimensionado.

## REFERÊNCIAS

- ABERASTURY, Arminda e KNOBEL, Maurício. **Adolescência normal:** um enfoque psicanalítico. Trad. Suzana Maria Garagory Ballve. Porto Alegre, Artes Médicas, 1981.
- ABERASTURY, Arminda e outros. **Adolescência.** Tradução de Ruth Cabral. Porto Alegre, Artes Médicas, 2. ed. 1983.
- ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento.** Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro, Zahar ed., 1985.
- \_\_\_\_\_. A indústria cultural; o iluminismo como mistificação de massa. In: COSTA LIMA, Luiz (org). **Teoria da cultura de massa.** 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 157-204.
- ADORNO, T. W. **A Indústria Cultural e Sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ALTHUSSER, L. Observações sobre uma categoria: processo sem sujeito e sem fim(s). In: **Posições -I.** Rio de Janeiro: Graal, 1973.
- ALVES, Denise. **O desencontro marcado:** a velha-mulher-nova e o machão-moderno. Petrópolis, Vozes, 1985.
- AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso:** a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.
- ATREVIDA. [www.atrevida.com.br](http://www.atrevida.com.br). Acesso em 05 de fevereiro de 2007.
- BACCHIOCCHI, Samuele. Uma perspectiva cristã do sexo. In: **Diálogo universitário.** V. 8, n. 1. EUA: CAUPA, 1996.
- BAUDRILLARD, Jean. **Da sedução.** Campinas, SP: Papirus, 1992.
- BAHIA, Tribunal de Justiça. **Estatuto da criança e do adolescente e código de defesa do consumidor.** Macarani, Comarca de Macarani, do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia 1991.
- BAZKO, B. **Les imaginaires sociaux. mémoire et espoirs collectifs.** Paris: Payot, 1984.
- BÍBLIA. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2. ed. Barueri (SP): Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.
- BOCK et. al. **Psicologias:** uma introdução ao estudo da psicologia . São Paulo: Saraiva, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina.** Tradução de M. H. Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BRANDÃO, Helena H. Negamine. **Introdução à análise do discurso.** Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

CAMPAGNA, Viviane Namur. **A identidade feminina no início da adolescência**. São Paulo: Casa do Psicólogo®: FAPESP, 2005.

COSTA, Jurandir Freire. **A inocência e o vício: estudos sobre o homoerotismo**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992.

COURTINE, J. –J e MARANDI, J. –M. “Quel objet pour l’analyse du discours? In: **Matérialistés discursives**. Lille: Presses Universitaires de Lille, 1981.

CRAWFORD, M. **Talking difference. On gender and language**. Londres: Sage Publications, 1995.

DASCAL, Marcelo. O *ethos* na argumentação: uma abordagem pragma-retórica. In AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo dicionário da língua portuguesa. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FERREIRA, Claudemar Alves. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2007.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 2001.

FONSECA, Virgínia Pradelina Silveira. Indústrias culturais e capitalismo no Brasil. In: **Em Questão**. v.9, n.2. p.309-326. Porto Alegre: jul/dez/2003.

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição Fonseca. Os discursos do cuidado de si e da sexualidade em *Cláudia, Nova e Playboy*. 2003. 354p. Tese (Doutorado em Linguística) – Departamento de Linguística e Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** Trad. Roberto Machado. Lisboa, Veja Passagens, 1969.

\_\_\_\_\_. **O sujeito e o poder**. Trad. Vera de Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

GEE, J. P. **Social linguistics and literacies. Ideology in discourses**. Bristol: The Falmer Press, 1990.

GRANTHAM, Marilei Resmini. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: INDURSKY & FERREIRA (org). **Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos: Claraluz, 2007.

GREGOLIN, Maria do RosárioValencise. O acontecimento discursivo na mídia, metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, Maria do RosárioValencise (org) **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003. p.95-110.

HAROCHE, Cl. HENRY, P. PECHEUX, M. “La sémantique et la coupure saussuriense; langue, langage, discours”, **Langages**, n. 4. paris: Didier-Larousse, 1971. p.93-106.

LIMA-HERNANDES. Maria Célia. A dimensão social das palavras. In: SILVA, Luiz Antonio da (org). **A língua que falamos**. Português: história, variação e discurso. São Paulo: Globo, 2005. p. 121-161.

LOPES, Luiz Paula da Moita. **Discursos de identidade: discurso como espaço de construção de gênero, sexualidade, raça, idade e profissão na escola e na família**. Campinas: Mercado de Letras, 2003.

MAGALHÃES, Izabel. Discurso, ética e identidade de gênero. In: MAGALHÃES, Izabel e CORACINI, Maria José (org). **Práticas identitárias: língua e discurso**. São Carlos, Claraluz, 2006. p.71-96.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_, Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005.

MALDIDIER, Denise. **A inquietação do discurso: (re)ler Michel Pêcheux hoje**. Tradução Eni Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/ Fapesp, 2001.

MORAES, Magna Maricelle Fernandes. Humor, machismo e linguagem: a interdiscursividade entre o lúdico e o autoritário. In: COSTA, Nelson Barros da Costa. **Práticas discursivas: exercícios analíticos**.Campinas, SP: Pontes Editores, 2005. p.115-126.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, Fernanda, BENTES, Anna Christina (orgs). **Introdução à lingüística: fundamentos epistemológicos**. Vol. 2, 1. ed. São Paulo: Cortez, 2004. p. 101-140.

OLIVEIRA, Zilma de Moraes Ramos de. **A criança e seu desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. Campinas: Cortez, 1996.

\_\_\_\_\_. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 4. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PECHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso. In: GADET, F. e HAK, T. (org) **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Pêcheux. Campinas: EDUNICAMP, 1990.

\_\_\_\_\_, e FUCHS. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Orlandi et al.. Campinas, EDUNICAMP, 1995.

POSSENTI, Sírio. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, Fernanda, BENTES, Anna Christina (orgs). **Introdução à lingüística**: fundamentos epistemológicos. Vol. 3, 1ª ed. São Paulo: Cortez, 2005. p. 353-392

\_\_\_\_\_, Sírio. **Limites do discurso**. Curitiba, PR: Criar, 2004.

SARLO, Betriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e videocultura na Argentina. Tradução de Sérgio Alcides. 2. ed. Rio de Janeiro: URFJ, 2000.

SCOTT, J. “Gênero: Uma categoria útil para análise histórica”. **Revista Educação e Realidade**, 1989, p.14.

SHOTTER, J. e GERGEN, K “Social accountability and the social construction of ‘you’”. In: SHOTTER, J. e GERGEN, K **Texts of identity**. Londres: Sage, 1989.

TENREIRO, Carlos Alberto Ferreira. Tecendo o discurso. In: INDURSKY & FERREIRA (orgs). **Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos: Claraluz, 2007.

ULLMANN, Stephen. **Semântica**: uma introdução à ciência do significado. Tradução de J.A. Osório Mateus. 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1970.

WIKIPÉDIA. Desenvolvido pela Wikimedia Foundation. Apresenta conteúdo enciclopédico. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Carpe\\_diem&oldid=5722257](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Carpe_diem&oldid=5722257)>. Acesso em: 29 jan. 2007.

WIKIPÉDIA. Desenvolvido pela Wikimedia Foundation. Apresenta conteúdo enciclopédico. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Palavras\\_gregas\\_para\\_o\\_amor](http://pt.wikipedia.org/wiki/Palavras_gregas_para_o_amor). Acesso em: 25 fev.2008.

VELARDE, Manuel Casado. **Lenguaje y cultura. La etnolingüística**. Madrid: Editorial Síntesis, 1988.



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)