

A IMAGEM DA MULHER DO FUTURO PROJETADA PELA REVISTA VEJA: UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DISCURSIVA

Vanda Mari TROMBETTA (UPF)

Introdução

É pela linguagem que o homem estabelece relações, significando a si e o meio em que vive, como também é forma de ação e de confronto ideológico entre homens e meio social. A língua deixa de ser vista como sistema abstrato para ser vista como um sistema que demarca o social, histórico e o ideológico. Assim, o sujeito, ao enunciar, professa modos de viver em uma realidade social e histórica, demonstrando que ocupa determinadas posições nas relações sociais.

O estudo de como a linguagem se constitui no processo de interação - homem e sociedade - contribui para melhor compreender como a língua acontece no homem. Esse sujeito de linguagem, para a teoria em estudo, apresenta características bastante diferenciadas. Para Orlandi (2001a, p.16) é um sujeito descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pela história, não tendo controle sobre o modo como língua e história o afetam.

Partindo dessa noção de sujeito e de linguagem este artigo aborda o discurso produzido em um texto de uma edição especial da Revista Veja, *Especial Mulher: comportamento, estilo e prazer*. O texto a ser analisado está na seção, *Para onde vamos*, e intitula-se *A mulher do futuro*. A perspectiva teórica adotada será a Análise do Discurso (AD). Inicialmente, procura-se explicitar alguns conceitos relevantes para o trabalho de análise, como língua, discurso, ideologia, formação discursiva, sujeito. Os pressupostos teóricos da teoria permitem perceber as marcas do sujeito na língua, pois, para a teoria da AD, o sujeito constitui e é constituído pela linguagem. Posteriormente, tem-se como objetivo observar como a linguagem opera neste discurso, sobretudo analisar se o sujeito enunciator ocupa um lugar de repetição ou de ruptura em relação aos discursos que já circulam na sociedade sobre a mulher.

1. Pressupostos teóricos

A Análise de Discurso nasceu na França nos anos 60, e tem como seu principal precursor, Michel Pêcheux. Pêcheux, ao desenvolver a idéia de que a linguagem é uma importante forma material da ideologia, proporcionou uma grande contribuição aos estudos lingüísticos. No Brasil, uma das principais pesquisadoras da análise de discurso, Eni Puccinelli Orlandi, afirma que (2001b, p.9) “a entrada no simbólico é irremediável e permanente”. Assim, a teoria interessa-se pelo estudo do discurso, a língua funcionando, pois, como explicita a analista (2001b), no discurso observa-se o homem falando, o homem sócio-histórico, membro de uma determinada forma de sociedade, como também visa compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos.

Essa teoria estuda a linguagem constituída em espaços demarcados social e historicamente, pois a língua não é um sistema abstrato, independente do homem. História e sociedade são dependentes para a significação do discurso, já que os sentidos são estabelecidos em um dado momento histórico e em uma dada sociedade. Sendo assim, para Orlandi (2001b, p.16) “o discurso é a língua no mundo, com maneiras de

significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos como parte de suas vidas”. Portanto, a significação se estabelece no processo de interação locutor-interlocutor, no confronto de interesses sociais, já que dizer não é apenas informar, nem comunicar, mas reconhecer o ideológico.

Nessa perspectiva, Grigoletto (2003, p.43) especifica que “a linguagem é sempre intencional, sendo o lugar privilegiado de manifestações da ideologia”. Desse modo, o sujeito, ao viver em uma realidade social e histórica, ocupa determinadas posições nas relações sociais. Pêcheux (1997, p.164) especifica que a ideologia, reprodução das relações de produção, denomina-se de *interpelação*, ou o assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico, assim “cada sujeito é *conduzido*, sem se dar conta, e tendo a impressão de estar exercendo sua livre vontade, a ocupar o seu lugar em uma ou outra das duas classes”.

Todo o sujeito, ao construir seu discurso, está inscrito em uma determinada formação discursiva. A Formação Discursiva, para Pêcheux & Fuchs (1997), determina o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada, excluindo, por sua vez, o que não pode e não deve ser dito. A FD representa um lugar de articulação entre língua, discurso e sujeito, tratando, assim, das relações entre os discursos e a sociedade na qual o sujeito está inserido. Ressalta-se que, segundo Orlandi (1998a, p.19), o sujeito “não se apropria da linguagem por um movimento individual, há uma forma social de apropriação, em que está refletido o modo como ele o fez, sua ilusão de sujeito, sua interpelação feita pela ideologia”. Prossegue a analista:

do ponto de vista discursivo, as palavras, os textos, são partes de formações discursivas que, por sua vez, são parte de formação ideológica. Como as formações discursivas determinam o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada, assim é que se considera o discurso como fenômeno social. (ORLANDI, 1996b, p.158)

Para a teoria, o sujeito não é fonte do seu dizer, todavia a pretensão do sujeito estar na fonte do dizer não passa de um efeito ilusório do sujeito. Efeito necessário para que ele possa se constituir, ocupar a posição de enunciador, já que a ele cabe a responsabilidade do dizer.

1.1 Texto e discurso

Para estudar a ocorrência da linguagem, observa-se o texto, mas, ao estudar as condições de produção do texto, far-se-á dele um discurso. Desse modo, o objeto de estudo da teoria em estudo é o discurso, mas o que viabiliza esse acesso é a estrutura da língua, pois o léxico está marcado por traços ideologicamente interpretáveis. É por meio da história circunscrita no texto que se atinge a exterioridade presente no discurso, já que, no discurso, estão presentes a língua e a história, bem como o sujeito interpelado pela ideologia.

Conforme Orlandi (1996), o discurso tem suas normas, se inscreve em formações discursivas - pedagógicas, religiosas, empresarial, sindical e outras - se reporta a instituições com coerções ideologicamente marcadas, submetidas à história. Para Pêcheux (1997, p.77) um discurso é “sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas”, ou seja, o que se diz, não tem a mesma conotação conforme o lugar que o enunciador ocupa, pois o discurso prossegue o autor “deriva da estrutura de uma

ideologia política, correspondendo, pois, a um certo lugar no interior de uma formação social dada”.

Um discurso remete a outro, frente ao qual é uma resposta direta ou indireta, ou do qual ele ‘orquestra’ os termos principais ou anula argumentos. Com essa afirmação, Pêcheux (1997, p.77) refere-se ao fato que o processo discursivo não tem, de direito, início, pois, para o pensador, “o discurso se conjuga sempre sobre um discurso prévio, ao qual ele atribui o papel de matéria-prima”.

Assim para o pensador a produção de linguagem não se constrói sem retorno ao já dito, nem surge do acaso, são sim construções, efeitos de um processo histórico e ideológico. Eni Orlandi (1996) aborda características fundamentais para produção da linguagem que se faz, segundo ela, na articulação de dois processos: o parafrástico e o polissêmico. O parafrástico, que é um retorno constante a um mesmo dizer sedimentado. Já, o polissêmico aponta para o rompimento da relação entre homem e mundo, e se define pela atribuição de múltiplos sentidos ao texto.

1.2. Sujeito

Ao enunciar, explicita Rodríguez (1998, p.58), o sujeito está inscrito na história. Ao mesmo tempo ele não é totalmente determinado, pois nessa/por essa inscrição ele pode deslocar sentidos, interpretações, significar outras coisas. Orlandi (1998a) prossegue afirmando que é nesse jogo tenso entre o já-dito e as novas formulações, entre o mesmo e o diferente, entre a paráfrase e a polissemia, que os sujeitos e os sentidos se constituem e que a história se reproduz e ou se transforma.

No artigo, *A interpretação na análise de discurso e nos estudos da tradução*, de Maria Paula Frota assinala que a AD:

recusa a idéia do sujeito que fala livremente, que produz sentidos (inovadores) advindos de um gesto de mestria, e passa-se a pensá-lo como um sujeito que é falado por uma ordem que, concebida nos termos, digamos assim, de uma história social, não contempla uma história particular que se constitui em meio dela. (FROTA, 2007, p.391)

Para Ercília Ana Cazarin (2007, p.109) “o sujeito ao mobilizar uns e não outros saberes para enunciar, já o faz determinado por esse lugar social, capaz de administrar as diferenças internas e, ao mesmo tempo, dar-lhes um efeito de unidade dispersiva”. Desse modo Leandro Ferreira justifica que o sujeito:

não é totalmente livre, dado o próprio modo de sua constituição, nem é totalmente determinado por mecanismos exteriores. Ele estabelece uma relação ativa no interior de uma dada formação discursiva; assim como ele é determinado, ele também a afeta e a modifica em sua prática discursiva. (LEANDRO FERREIRA, 2000, p.23)

Orlandi contribui com o tema ao afirmar que (1996a, p.27), o sujeito é descentrado, não é origem, não é centro. Mas também (1998, p.17) “o sujeito se faz em um movimento de entrega e de resistência”, pois o discurso é (1998, p.17) “ideologicamente marcado, logo regulável, submetido à história, não brotando magicamente de uma essência de um sujeito”, assim o sujeito é posição e essa posição

não é indiferente à história, deriva de relações ideológicas. O processo de resistência se estabelece quando o sujeito constrói um outro lugar de discurso em que se (re) significa o que ficou de fora do discurso, Orlandi (1998, p.17), é nesse momento que embora se entenda que o sujeito sofra uma determinação, é capaz de criatividade na linguagem.

Para a teoria o sujeito não se apropria da linguagem de forma individual, mas segundo a analista (1996b, p.110) “há uma forma social de apropriação da linguagem em que esta reflete a ilusão do sujeito, sua interpelação pela ideologia”.

A ideologia não é consciente, é efeito da relação do sujeito com a língua e com a história Orlandi (1996a, p.48). A ideologia é entendida pela analista (1996a, p.48) como “interpelação do indivíduo em sujeito” embora essa posição não lhe é acessível, fica no nível do inconsciente. Esse sujeito que se define como posição, pois não é o sujeito empírico da sociologia, o sujeito abstrato ideal, mas um sujeito significante, histórico (material). Esse sujeito de acordo com a autora (1996a, p.50) ao entrar na instância da formulação, em que entram as intenções, “já tem sua posição determinada e (...) está sob efeito da ilusão subjetiva, funcionando a nível imaginário, afetado pela vontade da verdade, pelas suas intenções, pelas evidências de sentido e pela ilusão referencial (a da literalidade)”.

2. Análise

Para a AD, compreender como o discurso produz sentidos, como um objeto simbólico está investido de significação para e por sujeitos implica em explicitar como o texto organiza e relaciona sujeito e sentido. Não há discurso sem sujeito, e não há sujeito sem ideologia. Os estudos da AD têm contribuído para ampliar os horizontes de significação dos textos, pois permitem um novo olhar para a linguagem.

A Revista Veja publica edições especiais durante o ano sobre temas variados. A edição em estudo intitula-se *Mulher: comportamentos, estilo e prazer*, de junho de 2007. Como o nome sugere é uma edição destinada a mulheres e discute temas relacionados ao universo feminino. A revista está dividida em 18 seções: Carta ao leitor, Para Onde Vamos, Tendências, Sexo, Carreira, Saúde, Dieta, Consumo, Poder, Meio ambiente, Fitness, Perfil, Viagem, Arte, Arquitetura, Beleza, Spa, Luxo. Toma-se como *corpus*, para fins de análise a capa da revista, e o artigo que faz alusão à capa, o qual está inserido na seção *Para onde vamos*. A escolha do texto deve-se ao fato de o mesmo, segundo os editores, ser orientador e ilustrador de comportamento para as mulheres. Procede-se, então, à análise com o objetivo de verificar como a linguagem opera neste discurso, sobretudo como as escolhas lexicais constituem a construção dos aspectos ideológicos, bem como que orientação de sentido se constrói a partir dessa linguagem.

A edição especial traz na capa a foto da atriz Angelina Jolie, com enquadramento no rosto da atriz, em aparente displicência, sem glamour, cabelo preso, sem brincos, boca e os olhos acentuados pela maquiagem, seu olhar é bastante expressivo, dirige-se ao longe, como se não estivesse sendo fotografada. A capa estabelece uma das regras do texto publicitário que, segundo Maingueneau (2002, p.12) “é fundamentalmente imagem e palavra; nele até o verbal se faz imagem”. Assim, o rosto da atriz, embora com aparente simplicidade, demarca com minúcia seus traços mais marcantes, sobrancelhas delineadas, bocas e olhos acentuados. A capa chama a atenção também, pois, além da imagem, há um enunciado logo abaixo da foto, prenunciando o

que será apresentado no interior da revista, não só sobre a atriz, mas também sobre a leitora, e a própria escritora: *O que ela já tem da mulher do futuro e que todas teremos*.

O enunciado antecipa uma identificação da leitora, ou seja, já está inscrito na materialidade lingüística do texto, o leitor-virtual que produz um efeito-leitor, como diz Orlandi. Como também afirma Pêcheux (1997, p.84) “Todo processo discursivo supõe por parte do emissor uma antecipação das representações do receptor, sobre a qual se funda a estratégia do discurso”. A jornalista segue o preceito de Pêcheux ao incluir a expressão *que todas teremos*, como estratégia de inserção da leitora com o verbo conjugado na primeira pessoa do plural (nós), e também com o pronome indefinido (todas), assim o argumenta é: nenhuma mulher poderá deixar de ter essas características, objetivando estabelecer um processo de identificação com as descrições que elabora da mulher do futuro. Palavras, como o verbo *tem* indicam posse, pois a atriz é detentora das características da mulher do futuro; o advérbio de tempo, *já*, sugere que, além de ter as características da mulher do futuro, ela antecipou-se ao tempo futuro e apresenta características que as demais mulheres não têm no presente. Embora o texto não apresente ponto final, indica uma asserção afirmativa, não deixando dúvidas à leitora de que são essas as características enunciadas pela imagem da capa, características que ela também, como mulher do futuro, deverá ter, pois sem esses atributos a leitora, será só denominada de mulher, não lhe cabendo o adjetivo, futuro.

O texto, intitulado *A mulher do futuro*, é assinado por Heloisa Helvécia. Embora o título não advenha com verbo no imperativo, a imposição da frase nominal *A mulher do futuro*, mais a imagem que ocupa uma página e meia é bastante impositiva. O parágrafo que antecede o artigo enuncia: *Eleita a segunda mulher mais influente do mundo, a atriz Angelina Jolie é a cara dos novos tempos*. O verbo no particípio indica tempo findado, portanto, houve uma eleição, e espera-se que a leitora, por meio desse argumento, acredite que a atriz é representante legítima, da representação-mulher do futuro. O advérbio, *mais*, intensificando o adjetivo influente, sugere intensidade. Portanto, ela não é só influente, é muito influente. Por esses argumentos ela é a representante legítima, *é a cara dos novos tempos*.

Assim, o artigo objetiva preconizar um exemplo de como será a mulher do futuro, tendo como ícone, para antever quem será essa mulher, a atriz Angelina Jolie. As associações que a revista constrói da atriz & mulher do futuro apresentam-se da seguinte maneira:

1. corpo: *sex symbol, atributos protuberantes, formosura, siliconada, aparência simples, todo tatuado, cicatrizes de automutilação*.
2. comportamento: *radical, despojada no vestir, extrapola, choca, ativista humanitária, careta por ter um homem só, autêntica, ex-usuária de drogas, mil faces, heroína de carne e osso, essência complexa, guerreira e frágil, velho coração maternal*.
3. enquanto filantropa: *doa tempo, imagem dólares, faz bem para si e para o mundo*
4. profissão: *ex-modelo, atriz*
5. codinomes: *amazona de peito forte, diva ambígua, a cara do futuro*.

Percebe-se que as construções lexicais apontam sempre para um sentido positivo da atriz, constroem um sentido evidente de como deve ser a mulher do futuro, a qual está associada não só à perfeição do corpo, mas a uma “simplicidade” no vestir, e

especificamente atenuando atitudes não aceitas pela sociedade, como as cicatrizes de automutilação, que são vistas como pontos positivos, radical nas ações, atitude aceita na mulher ícone do futuro. Todavia, pouco aceitáveis na vida cotidiana: lembra-se aqui a trajetória de homens públicos tidos como radicais tão freqüentes no telejornalismo e com pouca aceitação pela sociedade.

O artigo acentua a versatilidade da atriz, pois mesmo tendo uma família *numerosa, multiracial, careta por ter um homem só, a amazona de peito forte tem tempo para filantropias*. A filantropia em tempos outrora era para reavivar a alma, só o benfeitor deveria saber, hoje deve ser demonstrada ao mundo, inclusive adotando crianças multiraciais. A mulher do futuro rejeita medo, pois dispensa dubles para as cenas de ação (filme que representou Lara Croft), rejeita fantasia de rica, pois é despojada no vestir, personificando a nova austeridade, não se importando com olhares que a desaprovam. Rejeita fantasia de rica embora estampe revistas com grifes famosas, mais uma vez vê-se a escritora conduzindo a leitora na identificação com a atriz.

Uma leitura, apoiada nas associações, diz que a mulher do futuro precisa ser versátil. As escolhas lexicais que remetem a quem é essa nova mulher significam valorização dos adjetivos atribuídos à atriz e, juntos, formam imagens muito fortes de como deve ser a mulher do futuro. Por isso, devem ser considerados itens lexicais que delimitam fortemente o sentido que o texto pode produzir. Junto com os itens lexicais, verifica-se que a autora do artigo traz outras vozes, com opiniões que objetivam reforçar a idéia defendida. São opiniões provenientes de enunciadores com certa autoridade no tema - analista de tendência, psicóloga, sociólogo. Com as citações transcritas em discurso direto, a assinante do artigo pretende indicar que as palavras relatadas são aquelas realmente proferidas, buscando fechar as possibilidades da contra-palavra, criando, assim, mais um efeito de autenticidade.

É importante lembrar qual é o lugar de onde a personagem ícone provém, lugar glamoroso, dos famosos que, aparentemente, conseguem tudo o que desejam, como fama, dinheiro, homens bonitos. Juntam-se a essa informação, as características acentuadas pela jornalista, as vozes de profissionais tidos com pensadores, para formar um conjunto que significa que a leitora tem que querer ser e parecer essa mulher, caracterizada como sinônimo da mulher do futuro, realizada e feliz.

Em um dado momento a palavra *automutilação* aparece, e poderia remeter a uma idéia não muito agradável, todavia a autora recorre a uma construção argumentativa atenuante. Inicia períodos antes abordando o fato de a atriz ser mãe adotiva de um menino cambojano, de um vietnamita, e de uma menina etíope, e mãe biológica de uma menina, filha com o marido (lembra a autora do texto é casamento legal), *mulher de nome e rosto de anjo tem o corpo todo tatuado. Hoje qualquer patricinha tem. Mas ela tem também cicatrizes de automutilação a faca*. O operador argumentativo, *mas*, nesse enunciado, apresenta a idéia de que até nas marcas do corpo ela é diferente. E, como diz Pêcheux, as palavras mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que a autora faz com propriedade, ao utilizar a palavra automutilação.

O artigo encerra com dois períodos interessantes: *A cara do futuro. E que cara*. Há um processo argumentativo explorando a ambigüidade com a palavra cara. Em um momento, a palavra cara representa ícone da atriz, mulher do futuro, já no segundo expressa a admiração pela rosto/fisionomia da atriz, seguido do sentido de linda. Afinal, quem não gostaria de ser uma Angeline Jolie?

O tema a ser discutido toma duas páginas da revista, mas a foto da atriz, modelo para mulher do futuro, ocupa três quartos das páginas. Assim, pode-se produzir um gesto de interpretação de que a imagem fala mais, não é necessário argumentar com o leitor sobre o tema. Pois, como explica Kátia Menezes de Sousa, no artigo intitulado *Os sentidos dos acontecimentos no jogo discursivo liderado pela mídia*, o poder da mídia se liga a um forte aparato de criação de símbolos. A análise das seqüências discursivas revelam enunciados que remetem a uma FD da mídia que reforçam a imagem de mulher símbolo, inacessível.

Em citação anterior Pêcheux (1997, p.77) diz que a produção de linguagem, não se constrói sem retorno ao já dito. Nota-se, então, que a autora elabora nesse texto a paráfrase dos sentidos, pois retorna constantemente a um dizer sedimentado e não ao polissêmico que apontaria para o rompimento dos sentidos, elaborando assim uma análise similar a que a mídia se propõe a fazer a respeito da mulher. Assim a reportagem reforça o sentido já sedimentado, cristalizado sobre a mulher ideal: linda, corpo sex, rica, e acrescenta o adjetivo filantropa, ligado ao sentido heroína. Será que todas teremos essa cara de mulher do futuro?

Considerando-se que a ideologia se materializa na linguagem e que, no caso do artigo analisado, o texto apresenta outros sentidos que não só a informação, efeitos como os analisados como a persuasão (com as palavras analisadas), o nivelamento de opinião (vozes de profissionais), a ideologia de sucesso, mascaram outros sentidos que poderiam surgir para apresentar um possível prognóstico de como será a mulher do futuro. Exerce, assim, influência marcante no imaginário de mulheres, especialmente em uma época delineada pela sugestão da direção de caminhos que o ser humano deve tomar.

Considerações finais

É importante perceber que os meios de comunicação, ao selecionarem, ordenarem discursos que irão participar da constituição dos seus veículos de informação, conduzem, impõem, de certa forma, construções como a do exemplo analisado. O discurso da revista recorre a um tema bastante comum em nossa sociedade, a padronização da mulher, (re)direcionando a visão da leitora sobre a sua identidade.

O texto reforça um discurso delegando à mulher, mais uma vez, a esfera de símbolo sexual, estereótipo de diva. O léxico, imbuído de traços ideológicos, demonstra o movimento que a autora realiza com as palavras, administrando-as, para evidenciar por meio do discurso um ícone calcado em uma representação da atriz, uma vez que os sentidos vão sendo construídos na continuidade da descrição e correspondem a uma interpretação do sujeito enunciativo sobre a modelo.

A ideologia que constitui o texto, manifestada pela FD da mídia, conduz a mulher a um discurso homogeneizante, silenciando-se a possibilidade de outros sentidos e cristalizando-os como se fossem únicos. Assim, a mulher, adere ao discurso sem se dar conta que, nas condições de produção em que vivemos, parece natural a mídia exercer mecanismos de coerção que a conduzem a pensar que é livre, todavia agenda o que e como deve pensar. Textos como esses revelam uma percepção de mulher que vê a si mesma pelo olhar que a mídia cria, e que dificilmente questiona essa construção e adquire consciência da sua condição de mulher.

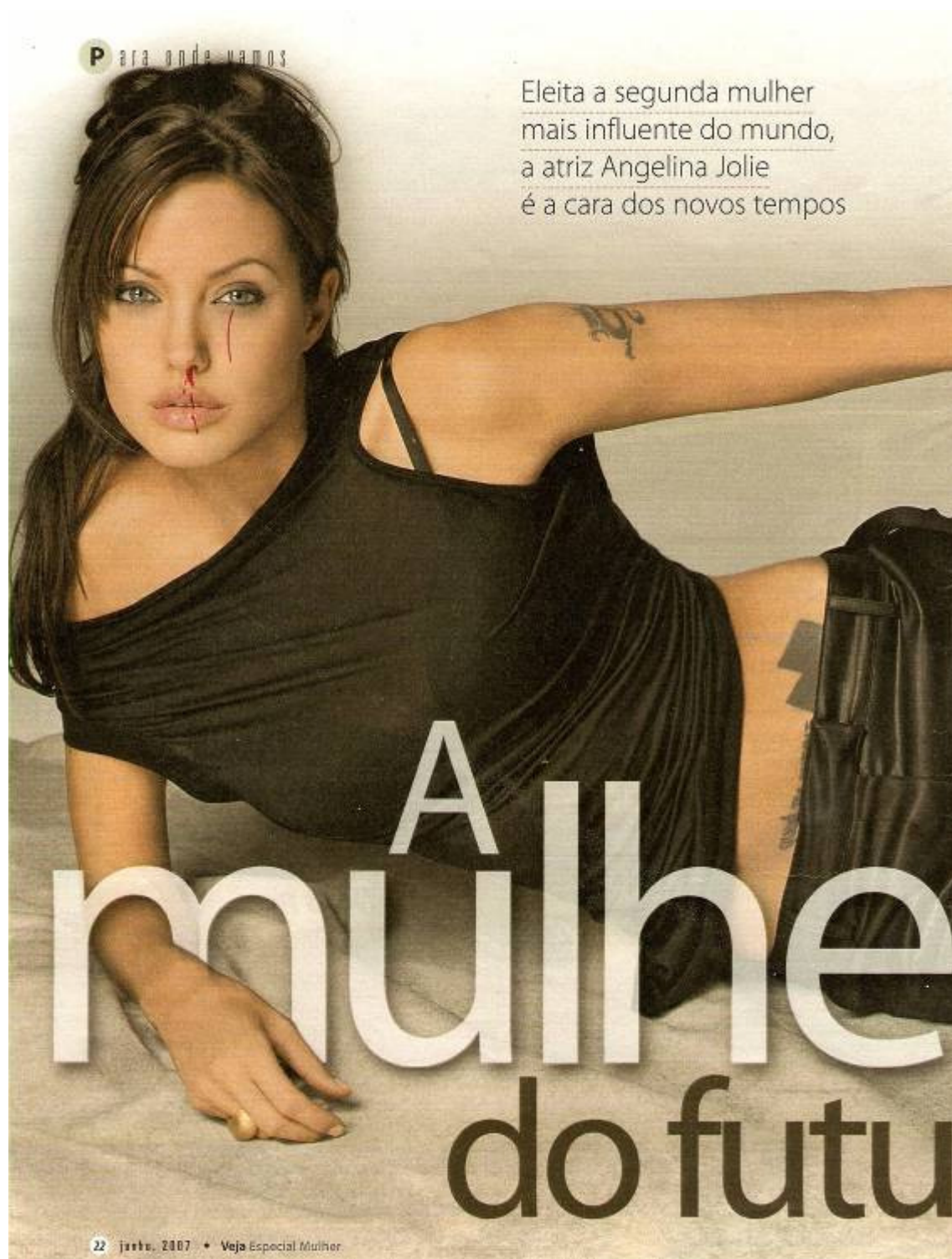
Referências

- CORACINI, M. J. **A celebração do outro: arquivo, memória e identidade: línguas (materna e estrangeira), plurilingüismo e tradução.** Campinas, SP: Mercado das Letras, 2007.
- FERREIRA, M. C. L. **Nas trilhas do discurso: a propósito de leitura, sentido e interpretação.** In: ORLANDI, E. (org.) **A leitura e os leitores.** Campinas: Pontes, 1998. p. 201 a 208.
- FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber.** 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- GRIGOLETTO, E. **Sob o rótulo do novo, a presença do velho: análise do funcionamento da repetição e das relações divino/temporal no discurso da Renovação Carismática Católica.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- LEANDRO FERREIRA, M. C. **Da ambigüidade ao equivoco: a resistência da língua nos limites da sintaxe e do discurso.** Porto Alegre: ed. Universidade UFRGS, 2000.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso.** 3 ed. Campinas, SP: Pontes, 1997.
- NUNES, J. H. **Aspectos da forma histórica do leitor brasileiro na atualidade.** In ORLANDI, E. (org.) **A Leitura e os Leitores.** Campinas: Pontes, 1998. p. 25 a 46.
- ORLANDI, E. P. **A Linguagem e seu Funcionamento.** 4 e. Campinas: Pontes, 1996.
- _____. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos.** 3ed., Campinas: Pontes.2001b.
- _____. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico.** 2 e. Petrópolis: Vozes. 1998b.
- _____. **Discurso e Leitura.** 6 ed. Campinas: Cortez, 2001a.
- _____. **A leitura e os leitores.** In ORLANDI, E. (org.) **A Leitura e os Leitores.** Campinas: Pontes, 1998^a
- PAYER, M. O. **Memória de leitura e meio rural. O leitor no contexto escolar.** In: ORLANDI, E. (org.) **A Leitura e os Leitores.** Campinas: Pontes, 1998, p. 139 a 154.
- PÊCHEUX & FUCHS (1975). **A propósito da análise automática do discurso: atualizações e perspectivas.** In: GADET & HAK (org.). **Por uma análise automática do discurso.** 3^a ed., Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.
- PÊCHEUX, M. (1969). **Análise automática do discurso (AAD-69).** In: GADET & HAK (org.). **Por uma análise automática do discurso.** 3^a ed., Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.
- _____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** 2^a ed., Campinas: Editora da Unicamp, 1995.
- PFEIFFER, C. C. **O leitor no contexto escolar.** In ORLANDI, E. (org.) **A Leitura e os Leitores.** Campinas: Pontes, 1998. p. 87 a 104.
- RODRÍGUEZ, C. **Sentido, interpretação e história.** In ORLANDI, E. (org.). **A leitura e os Leitores.** Campinas, SP: Pontes, 1988. p. 47 a 58.

VEJA, Edição Especial. **Mulher comportamento, estilo e prazer.** Ed. Abril, ano 40, junho de 2007.

Anexos







HELISA HELVÉCIA

Sex symbol, vírgula. Ao doar tempo, imagem e dólares a refugiados e órfãos, a atriz Angelina Jolie sintonizou o espírito da época e chamou os flashes para além de seus atributos protuberantes. A americana acaba de ser indicada por leitores da revista *Time* uma das mulheres mais influentes do globo — não (só) por causa da formosura. Fosse esse o único critério, não seria a segunda no ranking, abaixo de J.K. Rowling, criadora do personagem Harry Potter. Ex-modelo e ex-usuária de drogas, Angelina chamou atenção como atriz em 1998, no papel da também modelo Gia Carangi, lésbica e junkie, que teve a vida dramatizada pela HBO. Um Oscar e três Globos de Ouro depois, ela encabeça agora a lista da filantropia: é destaque na edição da *Time* dedicada a gente “que transforma o mundo com seu poder, talento e exemplo moral”.

Radical no jeito de expor lados controversos de sua biografia, a estrela se diz destemida como Lara Croft, personagem do videogame que viveu no cinema, em 2001. Na ocasião, deu-se à soberba de dispensar dublês — encarou ela mesma as cenas de ação. A amazona de peito forte, assumidamente siliconado, é despojada no vestir. Nem ficaria bem uma ativista humanitária em fantasia de rica. Seu estilo personifica a “nova austeridade”, segundo analistas de tendências (veja reportagem na pág. 24). “Angelina representa este momento de ressaca e digestão dos tempos de excesso, em que questões antes tidas como públicas viram responsabilidade pessoal”, diz a psicóloga Camila Piza, especializada em ciências do consumo. “Ela extrapola, choca e ao mesmo tempo mostra que pode ser careta, ter um homem só, filhos, fazer o bem para si e para o mundo. Não tem medo do olhar alheio, é autêntica. É a atitude da nova austeridade”, diz Camila. “Sexy sem ser vulgar, Angelina concentra a versatilidade do papel feminino contemporâneo. Suas mil faces não deixam espaço para a imagem certinha. É um novo tipo de celebridade. Enfim, uma heroína de carne e osso”, diz o sociólogo Dario Caldas, do Observatório de Sinais.

A identificação de Angelina com o século XXI vai da aparência simples à essência complexa — mas esqueça a imagem da Mulher-Maravilha. Guerreira e frágil, a diva ambígua constrói, com um velho coração maternal, uma nova família multirracial. Mãe adotiva do cambojano Maddox, do vietnamita Pax e da etíope Zahara, e mãe biológica de Shiloh, sua filha com o marido, Brad Pitt, a mulher de nome e rosto de anjo tem o corpo todo tatuado. Hoje, qualquer patricinha tem. Mas ela tem também cicatrizes de automutilações a faca, lembrança de um passado bem punk. A cara do futuro. E que cara.

Veja Especial Mulher • junho, 2007 23