

"Mujeres Alteradas": uma análise discursiva das identidades sociais de gênero

Fabiana Teixeira Lopes

Licenciada em Letras Neolatinas e Mestranda em Letras Neolatinas - UFRJ

Flopes73@resenet.com.br

Resumo

A pós-modernidade trouxe uma série de mudanças em todos os aspectos da vida social. Os discursos que circulam na mídia assumem um papel crucial na construção identitária, pois nossos significados passam a ser prioritariamente construídos pelos discursos midiáticos. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é mapear os discursos sobre feminilidade presentes na mídia impressa, e repensar como estes cristalizam e respaldam certas formas de ser e viver a experiência feminina. Parto de uma concepção sócio-construcionista de linguagem, de discurso e de identidade social, e utilizo o referencial da análise crítica do discurso e da análise multimodal para abordar a construção das imagens sobre o universo feminino disponibilizadas para identificação em uma tira cômica da primeira série do livro *Mujeres Alteradas* de Maitena.

Palavras-chave

Discurso midiático; Identidade; Gênero

Abstract

The late modernity has brought a series of changes in all fields of social life. Media discourses have an important role in the identities construction because of the power of meanings of these discourses in our lives nowadays. In this sense, this paper aims to examine the discourses about femininity present in press media, and (re) think how these discourses construct certain ways of being woman. Considering a social perspective of language, of discourse and of identities, I use the framework of a Critical Discourse Analysis and a Multimodal Analysis to approach the images about femininity based on the comics *Mujeres Alteradas 1* of Maitena.

Keywords

Media discourse; Identity; Gender.

Introdução

A pós-modernidade trouxe uma série de mudanças em todos os aspectos da vida social (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fridman, 2000; Moita Lopes, 2002). O dinamismo dos meios de comunicação e produção, a volatilidade do capital mundial e o acesso aos estoques mundiais de informação, possibilitados pela era da tecnologia, exerceram grande influência nas novas formas de relação social e no processo de construção das identidades sociais.

Segundo Moita Lopes (2002), um dos objetivos básicos que subjaz à pesquisa nas Ciências Sociais atualmente é dar sentido às mudanças que as sociedades estão experimentando devido aos processos de globalização e de mediação das experiências através da mídia. Tais mudanças foram centrais na reorganização dos modos de pensar e viver o mundo, como também de ver e experienciar a diversidade humana. Uma questão que se torna central em tais estudos é a construção das identidades sociais. Na contemporaneidade, a mídia tem um papel crucial na construção identitária, pois nossos significados passam a ser prioritariamente construídos pelos discursos midiáticos, embora existam outros, tais como os da escola, família, religião etc. (Thompson, 1998).

Neste sentido, este trabalho consiste em um exercício de reflexão sobre o papel dos discursos que circulam na mídia e sua relação com a construção da identidade de gênero feminino que vai ao encontro das "verdades" sobre o ser e o universo feminino que circulam no senso comum, cristalizando-os. Seu objetivo é mapear, a partir de uma concepção sócio-construcionista de linguagem, de discurso e de identidade social, os discursos sobre feminilidade presentes na mídia impressa, e repensar como estes cristalizam e respaldam a estereotipação da mulher como sensível, consumista, histérica, vaidosa etc.

Primeiramente, faço uma breve discussão sobre a contemporaneidade, situando o papel da mídia nas suas transformações. Depois, discuto uma visão de discurso como ação social, focalizando o discurso midiático e seu papel na construção e legitimação das identidades sociais, mais precisamente, a construção da identidade social de gênero feminino. A seguir, situo o primeiro livro da série *Mujeres Alteradas*, da chargista e cartunista argentina, Maitena¹, no cenário sócio-cultural. Além disso, analiso uma tira cômica do livro em tela, utilizando o referencial da Análise Crítica do Discurso e da Análise Multimodal (Fairclough, 1995, Kress & Van Leeuwen, 1996 e 2001). Para concluir o trabalho, traço um breve panorama sobre as imagens disponibilizadas no livro para identificação, apontando as implicações éticas de tais imagens.

Contemporaneidade, Mídia, Discurso e Identidade Social

Contemporaneidade e Mídia

A contemporaneidade é altamente marcada por processos de globalização e comunicação instantânea, pela volatilidade do capital, pela ação à distância, por novos *apartheides* sociais, pelo processo de fragmentação do sujeito e pela predominância da mídia na constituição do universo simbólico das grandes massas (Fridman, 2000).

Diversas mudanças de ordem econômica, cultural, institucional, política e social acompanham a caracterização da contemporaneidade. O dinamismo de tais mudanças atinge de tal forma as relações sociais e as subjetividades, que se faz necessário discutir sua natureza e suas conseqüências para a construção das identidades sociais. Como afirma Fridman (2000, p.14):

O declínio da esfera pública e da política nos moldes consagrados, a crise ecológica, o impasse histórico do socialismo, os tribalismos, a expansão dos fundamentalismos, as novas formas de identidade social ou as conseqüências da informatização sobre a produção material e sobre o cotidiano trouxeram à tona a discussão sobre pluralidade e fragmentação pós-modernas.

A nova organização econômica das sociedades contemporâneas, por exemplo, vive sob o impacto da especialização flexível (Fridman, 2000, Chouliaraki & Faiclough, 1999). Esta nova faceta da economia utiliza-se de uma intensa inovação tecnológica na diversificação da produção a fim de atender às necessidades específicas de um mercado cada vez mais segmentado e exigenteⁱⁱ (Fridman, 2000), ao mesmo tempo em que opera com instituições flexíveis onde grupos de trabalhadores se engajam em projetos específicos, durante um tempo determinado (Chouliaraki & Faiclough, 1999, Fridman, 2000). Segundo Fridman (2000, p.56), "a nova organização da produção derivada das inovações tecnológicas permite uma descentralização das tarefas e pressiona os trabalhadores a se adaptarem a novas habilidades e iniciativas".

O capitalismo moderno, por seu dinamismo, "quebra as narrativas pessoais pela readaptação contínua a instituições permanentemente reinventadas" (Fridman, 2000, p.58). Segundo Fridman (2000), o homem contemporâneo deve ser informado, autônomo, criativo e se sentir bem na instabilidade. Por outro lado, aqueles que não conseguem se adaptar às freqüentes inovações ficam à deriva, observando, de fora, as "maravilhas" de um mundo altamente tecnologizado. Esses são o que Bauman apud Fridman (2000, p. 51) caracterizou como o "refúgio humano (...) que vegeta à espera da morte".

Essas mudanças econômicas e institucionais têm sido descritas como uma nova era pós-industrial na organização do capitalismo moderno. "As transformações culturais comumente

chamadas de pós-modernas são a faceta cultural destas mudanças econômicas” (Chouliaraki & Fairclough, 1999, p.3). Os avanços na tecnologia da informação, por exemplo, subjazem tanto as transformações econômicas quanto culturais, abrindo também espaço para novas formas de experiência e conhecimento, e novas possibilidades de relacionamentos com outros distantes via meios de comunicação, tanto impresso quanto eletrônico (Chouliaraki & Fairclough, 1999). A pós-modernidade fixou-se na transmissão de sinais econômicos e culturais que ultrapassam a barreira do tempo e espaço, tornando possível uma grande circulação e renovação do conhecimento, bem como novas formas de ação e interação à distância (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fairclough, 1995; Fridman, 2000; Thompson, 1998).

A separação entre os contextos de produção e os contextos de recepção, possibilitada pelo desenvolvimento tecnológico, permite que mensagens mediadas se tornem disponíveis nos mais remotos e variados contextos. Essa compressão tempo-espaço nos permite, ao simples clicar de um botão, ter acesso a informações que vêm de todas as partes do globo sem sair da comodidade de nossos lares. Em outras palavras, a atividade social passou a transcorrer em grandes distâncias espaço-temporais, onde indivíduos e grupos vivem relações globalizadas em suas práticas locais via mídia. Tais relações geram uma multiplicação de informações, conceitos e descobertas que podem ter conseqüências devastadoras na vida social, tanto por seu caráter libertador quanto por seu caráter perturbador (Fridman, 2000; Thompson, 1998). O grande fluxo de informação e o fácil acessoⁱⁱⁱ a diversas formas de ver e viver a experiência humana tanto podem propiciar um repensar e uma redefinição das relações e identidades sociais construídas nos contextos locais de atuação, quanto podem despertar reações fundamentalistas que vão de encontro a essas novas possibilidades.

Neste sentido, a mídia torna-se um espaço central não só para a difusão da informação renovada, como também para a permanente reconstrução das identidades sociais (Grodin & Lindlof, 1996; Thompson, 1998). Em outras palavras, na contemporaneidade, o processo de construção das identidades sociais torna-se cada vez mais dependente de um grande fluxo de materiais simbólicos mediados. Enquanto experiências vividas permanecem fundamentais, há uma crescente suplementação de experiências mediadas pelos discursos da mídia, que assumem um papel cada vez maior no processo de construção das identidades sociais (Thompson, 1998), o que torna esses discursos, entendidos aqui não só como lugar de reprodução, mas também de construção da vida social (Fairclough, 1995), um importante objeto de estudo se desejarmos entender a vida social.

Como afirmam alguns estudiosos (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fairclough, 1995), as transformações na contemporaneidade são transformações no discurso, devido ao uso cada vez mais estratégico e elaborado da linguagem^{iv}, o que destaca a importância de uma consciência crítica da linguagem como elemento fundamental em uma educação de linguagem para uma sociedade democrática. Para se ter controle e transformar as circunstâncias sociais, faz-se necessária uma consciência crítica de como a linguagem as constrói.

Discurso e Identidade Social

A compreensão de discurso que norteia este trabalho está relacionada a contextos de ação (Fairclough 1995; Moita Lopes, 2002, 2003a e 2003b), ou seja, o discurso é entendido como práticas sociais nas quais nos engajamos em contextos históricos, culturais e institucionais específicos através da interação a fim de agir no mundo. E, ao fazermos coisas no mundo com o outro, via discurso, estamos, ao mesmo tempo, construindo o mundo a nossa volta, o outro e a nós mesmos (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fairclough, 1995; Moita Lopes, 2002, 2003a e 2003b). Em outras palavras, as teias de significados que circulam no mundo são construídas socialmente via linguagem^v em circunstâncias sócio-históricas particulares, o que significa dizer que alteridade e contexto são categorias básicas para compreender como o significado é elaborado na sociedade (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fairclough, 1995; Moita Lopes, 2002 e 2003a).

Fairclough (1995) argumenta que todo discurso é ação, no sentido de que práticas são necessariamente discursivas; além de ser representação, uma vez que o mundo é discursivamente representado. Essas representações ajudam a sustentar relações de dominação nas práticas, já que contribuem para a (re)produção e/ou transformação da ordem social. No entanto, todo discurso é ideológico (Moita Lopes, 2002). Os participantes agem no mundo via linguagem de acordo com seus valores, crenças e interesses, e sua posição e relações sociais com os co-participantes em contextos específicos. Isso quer dizer que o tipo de relação social estabelecido em determinado momento, assim como a maneira como o sujeito social é reconhecido podem mudar a cada interação e no curso de várias interações. É nesse sentido que, segundo Moita Lopes (2002 e 2003b), as identidades sociais são fragmentadas, múltiplas e contraditórias. Assim, uma professora mulata, assalariada pode ser autoritária com seus alunos e completamente submissa com seu esposo, por exemplo. A esse respeito Chouliaraki & Fairclough (1999, p. 41. Tradução minha) afirmam, “em uma comunicação interativa as pessoas não representam o mundo abstratamente, mas sim de acordo com suas relações sociais com outros e sua construção das identidades sociais”.

Assim sendo, discursos e identidades são ação conjunta (Chouliaraki & Fairclough, 1999), pois ao mesmo tempo em que estamos interagindo no mundo via linguagem, estamos construindo o mundo e uns aos outros em um processo contínuo e dinâmico. Segundo Shotter & Gergen (1989), as identidades são construções sociais e discursivas que pressupõem o outro. Essa concepção de identidades vai de encontro a ideologias biologizantes acerca das identidades sociais fixas e estáveis definidas por fatores biológicos internos (Fabrício, no prelo).

Por outro lado, a possibilidade de olhar para a multiplicidade da vida humana em um mundo globalizado tornou possível um repensar das identidades sociais entendidas como única possibilidade de existência, bem como a realização de novos discursos^{vi}, podendo gerar reações fundamentalistas, como vimos na seção anterior. Segundo Grodin & Lindlof (1996), a desestabilização das identidades

sociais, devido à exposição a outras formas de ver e viver a experiência, é uma característica da contemporaneidade. Por essa razão, o estudo dos discursos de identidades, entre outros, que circulam na sociedade contemporânea assume grande importância nas ciências sociais, se quisermos compreender a complexidade da vida humana.

Como visto anteriormente, a mídia está cada vez mais imperativa na vida social contemporânea devido ao papel fundamental que exerce no processo de construção e circulação de repertórios das grandes massas (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fridman, 2000; Thompson, 1994; Grodin & Lindlof, 1996). Em outras palavras, os letramentos pelos quais circulamos são cada vez mais midiáticos, o que destaca a importância de se voltar os olhos para os discursos da mídia a fim de compreender o seu papel nas transformações na contemporaneidade.

O desenvolvimento de tecnologias de comunicação cada vez mais sofisticadas muda a natureza das ações e interações que passam a acontecer não mais exclusivamente em contextos de co-presença, chegando inclusive a superá-los. Há uma colonização da interação face a face por práticas mais sofisticadas de ação e interação à distância via meios de comunicação, o que torna possível o acesso a uma grande diversidade de formas de viver a experiência humana. Segundo Chouliaraki & Fairclough (1999), houve uma mudança nos tipos de discurso a que temos acesso, e também na relação entre eles, ou seja, como são articulados com as práticas sociais. As formas de interação mediada possibilitaram o diálogo entre o discurso institucional e o discurso do dia-a-dia, no sentido de que os discursos midiáticos são “consumidos” em contextos locais, e sua onipresença tem o potencial de marcar a maneira como pautamos e construímos nossa vida. Em outras palavras, os horizontes de significado em que nos construímos são cada vez mais amplos, graças à diversidade de discursos propiciados pela mídia, que se estabelece como espaço de (re)construção das identidades sociais (Grodin & Lindlof, 1996; Thompson, 1998).

Nesse sentido, os discursos da mídia têm chamado atenção devido a seu poder inegável de influenciar conhecimento, crenças, valores, relações sociais e identidades sociais (Fairclough, 1995). Os discursos midiáticos funcionam ideologicamente para representar e construir o mundo e relações sociais particulares, incluindo relações de classe, gênero, sexualidade, etnia, entre outras (Fairclough, 1995). Contudo, a questão do poder que subjaz o trabalho ideológico da linguagem midiática, em muitas circunstâncias, é internalizado e tomado como natural pelos indivíduos, o que afasta qualquer possibilidade de estranhamento e transformação da ordem social vigente. Por outro lado, a consciência desses processos de dominação e a tematização de certos assuntos possibilitariam uma agência maior por parte dos sujeitos sociais (Chouliaraki & Fairclough, 1999).

Segundo Fairclough (1995), precisamos analisar a mídia linguisticamente em termos do discurso, usado como prática social, pois sua natureza é lingüística e discursiva. É necessário olhar para o modo como a mídia trabalha certos discursos, que apontam para determinadas direções, tentando trazer para um controle democrático aspectos do uso contemporâneo da linguagem que estão comumente fora do controle democrático, e suscitando, assim, uma postura mais atenta e

questionadora dos materiais simbólicos a que temos acesso. Mills (1940, apud Shotter & Gergen, 1989, p. 141. Tradução minha) enfatizou que “a principal função da linguagem não é a representação das coisas no mundo (...), mas seu uso na sustentação das ordens sociais”. Nesse sentido, cabe ressaltar que a mídia, ao mesmo tempo em que possibilita um olhar para a diversidade identitária, ao facilitar o acesso à pluralidade de formas de ser e viver a existência humana, seus discursos também trabalham no sentido de privilegiar e engessar certos modos de ser, operando em uma lógica essencialista de identidade.

No caso específico deste trabalho, estudarei os discursos de identidade de gênero feminino em um evento comunicativo específico: uma tira cômica de um livro de estórias sobre o universo feminino que comungam com os regimes de verdade sobre a feminilidade hegemônica que circulam no senso comum. O trabalho será pautado nos princípios da Análise Crítica do Discurso e da Análise Multimodal (Fairclough, 1995; Kress & Van Leeuwen, 1996 e 2001), dando destaque aos vários elementos semióticos articulados no texto a fim de produzir sentido. Esse tipo de abordagem se justifica pela característica cada vez mais multimodal dos textos da mídia em geral. Segundo alguns autores (Fairclough, 1995, Fridman, 2000; por exemplo) a mistura de diferentes modalidades semióticas (foto, cores, diagramas, efeitos de som etc) na contemporaneidade se deve à lógica mercadológica em que operam os discursos midiáticos, envolvendo uma primazia pela estética. Nesse sentido, o objetivo desta análise é ressaltar as escolhas discursivas de natureza multimodal que foram feitas para descrever certas formas generalizadas de ser mulher – como, por exemplo, “as mulheres são alteradas”.

Fairclough (1995, p. 57) argumenta que a “análise crítica do discurso de um evento comunicativo é a análise da relação entre três dimensões ou facetas do evento: o texto, a prática discursiva e a prática sócio-cultural”. A prática discursiva abrange os processos de produção, distribuição e recepção do texto; a prática sócio-cultural, o contexto mais amplo em que a prática discursiva está inserida; e o texto engloba os aspectos textuais propriamente ditos, ou seja, sua forma (vocabulário, organização das sentenças, organização textual, uso de imagens e sons etc.) e seu significado^{vii}. Nas próximas seções, procurarei situar o evento comunicativo em tela em termos dessas três dimensões. Contudo, cabe destacar que a análise se concentrará nos aspectos textuais de natureza multimodal.

Mujeres Alteradas de Maitena

Trabalharei com o primeiro livro da série *Mujeres Alteradas* escrita por Maitena, escritora argentina de renome internacional, que conta estórias universalizadas sobre o universo feminino. *Mujeres Alteradas* é uma série de cinco livros que procuram relatar, de forma cômica, as angústias, alegrias, prazeres, medos etc. de mulheres de todas as idades.

Por tratar do universo feminino de forma essencial e universalizante indo ao encontro das verdades sobre o ser feminino presentes no senso comum, a série *Mujeres Alteradas* foi traduzida a vários idiomas, incluindo o português, o francês e o italiano, alcançando um grande número de vendas em todos os países por onde circula. As histórias que compõem os livros são uma compilação das tiras cômicas publicadas nas páginas de humor de alguns dos grandes jornais de países de língua espanhola desde o início da década de 90, tais como o La Nación, na Argentina, e El País, na Espanha; para os quais Maitena continua escrevendo^{viii}. A autora também vem publicando suas histórias em revistas femininas desses mesmos países e de outros, incluindo, neste caso, também o Brasil^{ix}.

Mujeres Alteradas está dirigido a uma audiência ideal^x, basicamente heterossexual, branca e de classe média, que pode desfrutar da compra de livros. Por seu tom cômico, seu público alvo pode ser tanto homens quanto mulheres, apesar de ser mais identificado como um livro para mulheres, por retratar o universo feminino^{xi}. As histórias de *Mujeres Alteradas* me chamaram atenção por: a) por já estarem presentes em livros de ensino de espanhol no mercado brasileiro^{xii}; e b) trabalharem um tema (o universo feminino) bastante explorado no mercado editorial atualmente, o que é visível pela grande quantidade de revistas e livros disponíveis sobre feminilidade hegemônica e sobre diferenças, geralmente com base em estudos científicos, entre homens e mulheres.

A grande quantidade de livros e revistas interessados nesse assunto destaca a importância que a questão da construção de identidades sociais de gênero assume na contemporaneidade, ao serem cada vez mais entendidas como plurais e inconclusas (Shotter & Gergen, 1989).

Nesse sentido, o objetivo deste estudo é mapear os discursos sobre feminilidade presentes na mídia e discutir sua relação com a construção da identidade social de gênero feminino. Parto da concepção de que, ao utilizar-se de discursos que cristalizam e respaldam a estereotipação da mulher como sensível, consumista, histérica, vaidosa etc., a mídia trabalha no sentido de reforçar as diferenças e desigualdades sociais entre homens e mulheres.

Cabe ressaltar, no entanto, que não é intenção deste trabalho condenar o texto de *Mujeres Alteradas*, muito pelo contrário, acredito ser ele um importante instrumento para a tematização e problematização de conceitos naturalizados sobre as identidades sociais de gênero propalados pela mídia em geral. Nesse sentido, pretendo utilizá-lo, em um trabalho posterior mais amplo^{xiii}, em que incluirei a perspectiva da audiência, a fim de relativizar e desconstruir preconceitos e estereótipos socialmente cristalizados.

Análise

Este estudo se desenvolve com base na metodologia interpretativista, que se centra na idéia de que “as verdades” são uma construção social, frutos de subjetividades. Neste sentido,

destaco que as interpretações feitas são direcionadas por meu propósito de pesquisa e não se constituem, no entanto, em verdades absolutas. São apenas uma interpretação possível dentre outras. Utilizo como instrumento de pesquisa uma tira cômica do livro *Mujeres Alteradas 1*. Direciono minha análise para os aspectos discursivos, focalizando a linguagem em seu sentido mais amplo como sendo qualquer meio semiótico utilizado para fazer sentido, ou seja, faço uma análise multimodal dos textos de Maitena. Começo a análise pela prática sócio-cultural, ressaltando, uma vez mais, a importância que adquirem os discursos sobre construção de identidades de gênero feminino na contemporaneidade. A profusão de discursos possibilitados pelos meios de comunicação cada vez mais tecnologicizados, permitiu uma grande circulação de diversas formas de ver e viver a experiência humana para além dos limites de tempo e de espaço. O contato com outras formas de ser homem/mulher tornou possível a compreensão de que a experiência humana não está limitada a um gênero particular, bem como um repensar dos papéis tradicionais de gênero (Moita Lopes, 2002).

Por outro lado, as transformações econômicas e sociais trazidas pelo novo capitalismo, bem como os movimentos feministas, forçaram a entrada da mulher no mercado de trabalho, ampliando seu horizonte para além dos domínios domésticos. Hoje as mulheres cada vez mais estudam, trabalham, aspiram e efetivamente atuam em áreas que eram de domínio masculino, tais como medicina, direito, engenharia, carreira militar etc. A visão homogênea de identidade social de gênero, entre outras, foi sendo cada vez mais substituída por uma visão heterogênea, ampliando as possibilidades de ser mulher e abalando instituições tradicionalmente consagradas como, por exemplo, a família^{xiv}. Hoje, há mulheres que sustentam a casa e os filhos, ainda que tenham maridos; há outras que preferem viver sozinhas e manter relacionamentos rápidos com diferentes homens e/ou mulheres; ou ainda há aquelas que se aventuram pela maternidade independente, ou seja, sem a presença física de um homem para garantir a concepção e/ou o sustento dos filhos, entre outras práticas. Essas novas formas de viver a experiência feminina abalaram e ainda abalam projetos essencialistas de gênero, colocando em xeque a construção da feminilidade e da masculinidade hegemônica dominante em razão da dicotomia homem-mulher, uma vez que as diferenças entre eles têm sido cada vez mais entendidas em termos de construção social. Contudo, essas novas práticas sociais têm sido frequentemente confrontadas com discursos que insistem na caracterização da mulher como frágil, incapaz, fútil, consumista, extremamente vaidosa e alterada emocionalmente (Fabrício, no prelo).

O crescente interesse pela questão da feminilidade se expressa na quantidade de revistas e livros produzidos sobre o universo feminino que se configuram quase como um manual de comportamento (Fabrício, no prelo): falam sobre sexo, amor, trabalho, corpo, saúde e relacionamentos em geral. É nesse contexto que aparece a série *Mujeres Alteradas* aqui estudada.

Olhando agora para prática discursiva de produção do texto, trabalho com uma das sessenta e oito tiras cômicas do primeiro livro de uma série de cinco livros já publicados^{xv} por Maitena, escritora argentina de renome internacional que retrata o universo feminino com o

conhecimento e a autoridade de quem faz parte do mundo em tela, mas que, de alguma forma, estabelece certo distanciamento das estórias contadas por ter uma vida particular conhecida publicamente que não se encaixa no perfil das estórias relatadas^{xvi}. Sua audiência projetada são homens e, principalmente, mulheres de classe média e de todas as idades (Seção 3).

O livro *Mujeres Alteradas 1* é subdividido em cinco seções, que tematizam aspectos diversos relacionados ao universo feminino, a saber: 1) Alterações próprias de seu sexo; 2) Alterações físicas e outros derivados; 3) Um costume inalterável, o casamento; 4) Um motivo para se alterar sempre, a família; e 5) E alguns outros motivos para ficar meio alterada. O evento comunicativo estudado aqui foi retirado da primeira seção “Alterações próprias de seu sexo”. A seção é introduzida por uma ilustração que mostra uma mulher carregando o símbolo feminino (Anexo 1), como se fosse uma cruz pesada, difícil de carregar. Esta ilustração, já no início do livro, introduz a idéia de que ser mulher é viver com as dificuldades e limitações inerentes ao sexo feminino, posicionando a mulher em uma relação de desigualdade com relação ao sexo oposto. Observa-se o exercício do biopoder (Foucault, 1988 apud Fabrício, no prelo) na contemporaneidade onde a “natureza” feminina imputa às mulheres traços inerentes de certa fragilidade e dependência.

Partindo para a análise do texto propriamente dito, considero, com base em Fairclough (1995), que todo e qualquer texto tem simultaneamente três categorias de função. Em outras palavras, todo texto (função textual) articula uma representação particular do mundo (função ideacional) e construções particulares das identidades sociais de escritores e leitores, além da relação social entre eles (função interpessoal). Nesse sentido, tento olhar os aspectos textuais disponíveis no texto de Maitena a fim de rastrear que visões de mundo, de identidades e relações sociais estão sendo articuladas.

Começo lançando um olhar sobre o título, “Seis coisas que fazem uma mulher se sentir mal”, e o situo em relação a outros títulos dentro da seção em que se encontra, tais como, 1) Seis coisas tipicamente femininas; 2) O que as mulheres esperam encontrar quando chegam à praia; 3) Algumas paranóias mais freqüentes nas mulheres; 4) As oito atividades típicas para quando baixa a depressão; entre outras. Verifica-se que o título do texto em tela, bem como os outros apresentados, descrevem situações comportamentais relacionadas ao universo feminino de forma generalizada. Há uma construção da mulher como grupo homogêneo cujos membros compartilham os mesmos desejos, medos, angústias etc, apagando, no entanto, as diferenças. A identidade social de gênero é vista como se fizesse parte de um processo de subjetivação interno próprio da biologia feminina.

Uma outra observação sobre o título (anexo 2) é a forma como está escrito, em letras cursivas, o que dá ao texto um certo tom de informalidade e estabelece um vínculo de intimidade entre escritor e leitores. Maitena, como mulher, se posiciona como autoridade no assunto sobre o universo feminino e, por essa razão, pode descrever as coisas que fazem sentir mal uma mulher de forma aberta e informal como se estivesse conversando com uma amiga.

Fazendo uma ponte com os estudos de Fairclough (1995), pode-se dizer que a autora utiliza uma estratégia de conversacionalização, não só pelo tipo de letra utilizado no título, mas também pelo uso de texto curto e linguagem fácil, como veremos mais adiante, e pela retratação em suas estórias de pessoas comuns, em suas atividades corriqueiras. Tal fato possibilita a identificação dos leitores, homens e, principalmente, mulheres, de todas as idades, com os personagens retratados. Aqueles identificam as personagens com suas esposas, namoradas, amantes, mães etc. Segundo Fowler (1991, p. 57 apud Fairclough, 1995, p. 13. Tradução minha) “a função ideológica da conversação é naturalizar os termos em que a realidade é representada” e, ao naturalizá-los, disponibiliza um parâmetro de subjetivação generalizada.

A tira cômica se desenvolve em seis quadrinhos independentes, cada um com um subtítulo listando as coisas que fazem sentir mal uma mulher. São elas: 1) Estar Gorda; 2) Estar mal vestida; 3) Não ter um centavo; 4) Estar sem telefone; 5) Cheirar a água sanitária; e 6) Que o ex se envolva com um mulherão. Dentro de cada quadrinho, há uma ilustração mostrando a situação em que se encontra o personagem que enfrenta problemas nesses itens. Os textos dos quadrinhos são curtos, são apenas comentários ou pequenos diálogos. No entanto, as ilustrações são bastante expressivas e situam as mulheres retratadas em um panorama de histeria, descontrole emocional e comportamento obsessivo. Segundo Kress & Leeuwen (2001), imagens, ilustrações e texto são combinados para produzir sentido. Por essa razão, os textos não podem ser analisados sem que as imagens sejam consideradas. Por isso, sigo para a análise de cada quadrinho individualmente.



Figura 0.1

No primeiro quadrinho, por exemplo, encontra-se uma mulher que mesmo sendo magra, sente-se mal por não se enquadrar nos padrões atuais de beleza propalados pela mídia. É magra, no entanto não é esquelética e, por essa razão, tem uma atitude depressiva com relação a seu próprio físico. Verificamos aí a força da mídia ao influenciar comportamentos e vender padrão de beleza. O

quadrinho em tela vem a confirmar e legitimar a necessidade de se enquadrar aos dítames impostos pela mídia, pois quem não se enquadra, está excluído da vida social (conforme palavras da personagem: *Não saio mais à rua!*). Para que uma mulher pertença ao grupo de mulheres consideradas bonitas e atraentes, tem que ser macérrima, alta, loira e ter determinado padrão de conduta e de consumo, como podemos ver abaixo, nos quadrinhos 2 e 3.



Figura 0.2

Assim como a mulher precisa ser macérrima para corresponder aos padrões de beleza exigidos atualmente, ela também tem que adotar um estilo de vida criado e propalado pela mídia, que divulga incessantemente padrões de comportamento e estilos de vida diretamente incorporados ao consumo^{xvii}. Segundo Fridman (2000), há uma transformação de experiências de todo tipo em mercadorias através dos meios de comunicação, despertando desejos e criando necessidades que passam a se constituir em necessidades reais. Em outras palavras, as imagens produzidas e veiculadas pela mídia passam a ser o real/ideal que todos desejam alcançar, criando uma sociedade das imagens^{xviii}. O quadrinho 4.2 acima referenda a idéia de que para se sentir bem, a pessoa deve estar dentro dos moldes de elegância divulgados pela mídia no momento, uma vez que há uma (re)criação dinâmica e contínua dos desejos e necessidades^{xix}.

Por outro lado, a ênfase no desconforto do ser feminino ao não se encaixar nesses padrões caracteriza sua fragilidade em relação aos dítames da moda e legitima a concepção de que para ser aceito, deve-se seguir certos padrões de conduta e comportamento, vide, por exemplo, a postura incômoda e aborrecida da senhora na ilustração. Ela se sente, e, de certa forma, está excluída da prática social desenvolvida, ainda que fisicamente presente. Seu pensamento ratifica a mensagem expressa pela imagem: *Quero ir para minha casa*; ou seja, ela não pertence a esse mundo por não estar “bem” vestida, segundo os padrões criados e divulgados pela mídia.



Figura 0.3

O terceiro quadrinho refere-se a uma atividade, que no senso comum está relacionada ao universo feminino: compras. Na figura 4.3, verificamos uma senhora, que se encontra provavelmente em um shopping, não tem dinheiro e, por essa razão, não se sente bem. Esse quadrinho agrega valor ao anterior, ao situar e limitar os desejos de compra da mulher a peças do vestuário e acessórios (a senhora está contemplando vestidos e calçados), entendidos no senso comum como escolhas típicas de mulheres. Mais uma vez o universo feminino é caracterizado em termos de futilidade, vaidade, fragilidade e vulnerabilidade com relação às tendências do momento.



Figura 0.4

No quadrinho 4.4 acima, a mulher, uma figura descontrolada, toma uma atitude radical (sair de casa) por não ter por perto um telefone. Essa imagem traz à tona a idéia de que a mulher fala

demais e, por essa razão, não pode ficar sem um aparelho telefônico, lançando-a no mundo da fofoca e da futilidade. Está implícito no quadrinho que a mulher precisa de um meio de contato com outras pessoas, em geral, outras mulheres, para estar sempre informada sobre o que está acontecendo. A impossibilidade de falar com outros para saber das “novidades” a deixa alterada. Este quadrinho, bem como os outros dois a seguir, confirmam a caracterização da mulher em termos de sua histeria e descontrole emocional.

A figura 4.5, como podemos verificar abaixo, apresenta um contraste entre o comportamento sensato e centrado do homem e o comportamento histérico da mulher com relação a um “problema” que só existe em sua cabeça. Temos aqui explícita a concepção de que homens e mulheres são naturalmente diferentes em termos de comportamento e, por essa razão, têm reações diferentes. A mulher, ser naturalmente descontrolado, se apavora com a possibilidade de ter um odor desagradável a ponto de esfregar seu braço com um escovão. Enquanto para o homem, ser naturalmente prático e menos ligado a essas futilidades, esse odor já não existe e, se existe, passará logo. Nesse quadrinho, a mulher também é caracterizada por seu comportamento obsessivo - já passou álcool, perfume, creme e continua se esfregando - e se estremece diante da possibilidade de que seu companheiro se aproxime (conforme palavras da personagem: *Não se aproxime!*). Sua preocupação uma vez mais está relacionada à vaidade e firulas “típicas” do universo feminino.



Figura 0.5

O quadrinho 4.6 trata de um sentimento que no senso comum também está muito relacionado ao universo feminino, o ciúme. Caracteriza a mulher em termos de sua fragilidade e dependência emocional com relação a seu parceiro, que, ao contrário, tem mais facilidade para sair das relações e para encontrar novas parceiras (*O ex se envolve com um mulherão*). A mulher, caracterizada pelo senso comum como sendo mais sensível - e, por essa razão, se envolve e se entrega mais aos relacionamentos – se mantém amargurando a relação passada. A ilustração mostra

como uma mulher se desespera diante do fato de ter sido trocada, ainda que finja não se importar, vide, por exemplo, sua atitude suicida diante da notícia.



Figura 0.6

Em todos os quadrinhos, observamos o uso de vocabulário e frases simples dando ao texto um aspecto leve muito propício a uma leitura rápida e descontraída para passar o tempo. Em outras palavras, não é intenção do texto provocar e questionar formas sociais vigentes. Seu objetivo, comungando com a lógica mercadológica da mídia (Fairclough, 1995), é o entretenimento.

Por tratar-se de um livro de estórias em quadrinhos, percebe-se uma primazia das imagens sobre as palavras. O texto lingüístico curto aparece quase como para complementar o sentido das imagens. Verifica-se o uso de uma linguagem multimodal característica da contemporaneidade, uma vez que nossos letramentos são cada vez mais visuais (Chouliaraki & Fairclough, 1995). Kress & Leeuwen (2001, p.29. Tradução minha) chamam a atenção para a importância do uso de outros meios semióticos ao afirmarem que “os discursos são articulados em outros modos além da fala e da escrita” e que “a linguagem como escrita pode traduzir e articular somente uma pequena parte” do significado expresso por outros meios.

Como podemos observar nas ilustrações, as mulheres estão sempre situadas em contextos domésticos e/ou informais. Essa representação dos contextos de ação das mulheres limita suas práticas sociais a cuidados com a família e com a casa, podendo ser estendidas a alguns eventos sociais, tais como um passeio ao shopping e um encontro com as amigas. Essa caracterização carrega uma visão essencialista de que ao homem é reservado o espaço público do domínio da razão, enquanto às mulheres, “seres (supostamente) inclinados a particularidades, e a conversas frívolas e afetadas”, é reservada a vida doméstica (Thompson, 1998, p. 71).

Cabe ressaltar também que, segundo o texto, vaidade, consumo, descontrole e ciúmes fazem parte das características inerentes das mulheres. Segundo a tira cômica, a mulher é assim porque sua natureza imputa esses traços à sua personalidade. Essa é uma visão essencialista e reducionista das identidades sociais de gênero. Opera em uma lógica que caracteriza as diferenças entre homens e mulheres em razão de suas características biológicas, desconsiderando, assim, a natureza discursiva das identidades sociais. Ao naturalizar o comportamento feminino em termos de sua biologia, os discursos analisados afastam a possibilidade de transformação e reforçam as estruturas dominantes existentes.

Conclusão

O objetivo deste trabalho foi problematizar o papel da imprensa escrita na construção de concepções generalizadas das identidades sociais. Entendendo os discursos e as identidades como construção social, caminhei no sentido de discutir como os discursos da mídia trabalham ideologicamente a fim de reforçar a ordem social vigente, cristalizando e legitimando certas formas de ser e viver em detrimento de outras.

Pautando-me nos princípios da Análise Crítica do Discurso e da Análise Multimodal (Fairclough, 1995; Kress & Van Leeuwen, 1996 e 2001), passei pelos discursos de *Mujeres Alteradas* com o propósito de mapear crenças e valores culturais sobre o universo feminino que se encontram por detrás da linguagem utilizada.

Com base na análise acima, pude verificar como a linguagem midiática trabalha ideologicamente para legitimar a caracterização do ser feminino em termos de sua histeria, fragilidade, sensibilidade, descontrole emocional e consumo, operando em uma lógica homogênea e única de identidade social de gênero. Cabe ressaltar que tal caracterização atravessa outros aspectos das identidades sociais – raça e sexualidade, por exemplo – pois as histórias retratam somente personagens brancos, que vivem relações amorosas heterossexuais.

A prática discursiva em tela disponibiliza, ao integrar o imaginário social, um parâmetro para a subjetivação generalizada que nada tem a ver com o sem fim de possibilidades nas quais podemos nos aventurar. Ao retratar as mulheres em razão das mesmas características, Maitena se dirige a elas como se fossem um grupo homogêneo, que compartilha das mesmas experiências, tem práticas similares e segue o mesmo padrão de comportamento.

Nesse sentido, verifica-se que, apesar de possibilitar o contato com uma infinidade de formas de ser, o discurso midiático também serve de instrumento ideológico que pauta e cerceia nossa existência em termos de possibilidades fixas e finitas, levando a cabo projetos identitários idealizados por uma elite dominante.

Toda mulher se sente mal diante das situações apresentadas por Maitena? Será que existem coisas tipicamente femininas? Ou toda mulher espera a mesma coisa ao chegar à praia? Essas são perguntas sérias, mas dificilmente feitas. Ninguém questiona ao ouvir que uma mulher é consumista ou extremamente vaidosa, pois aprendemos em nossa cultura a aceitar esses discursos como naturais. Desse modo, reduzimos a existência feminina a conceitos predefinidos que não dão conta da miríade de possibilidades que temos de inventar o novo.

Nesse contexto, julgo ser premente a necessidade de se desenvolver e testar formas de incentivar os indivíduos a se interessarem por contestar os discursos que legitimam o senso comum, pois esses discursos, ao parecerem naturais, e não problematizáveis recriam e reforçam formas de discriminação. Nesse sentido, aceitando o convite de Fairclough (1995), destaco a importância de uma consciência crítica da linguagem como condição para recriar novas formas de ser e entender a vida social.

Bibliografia

CHOULIARAKI, L. & FAIRCLOUGH, N. (1999) Discourse in Late Modernity. Edimburgo: Edinburgh University Press.

FABRÍCIO, B. F. Mulheres emocionalmente descontroladas: identidades generificadas na mídia contemporânea. In revista D.E.L.T.A., no prelo.

FAIRCLOUGH, N. (1995) Media Discourse. Londres: Arnold.

FRIDMAN, L. C. (2000) Vertigens Pós-Modernas. Rio de Janeiro: Relume Dumará.

GRODIN, D. & LINDOLF, T. R. (1996) The Self and Mediated Communication. In GRODIN, D. & LINDOLF, T. R. (eds) Constructing the Self in a Mediated World. Londres Sage.

KRESS, G. & Van LEEUWEN, T. (1996/2001) Reading Images. The Grammar of Visual Design. Londres: Routledge.

KRESS, G. & Van LEEUWEN, T. (2001) Multimodal Discourse. Londres: Arnold.

MCCARTHY, C.; RODRIGUEZ, A.; MEECHAM, S.; DAVID, S.; WILSON-BROWN, C.; GODINA, H.; SUPRYIA, K. E. & BUENDIA, E. (1997) Race, suburban resentment, and the representation of the

inner city in contemporary film and television. In: FINE, M.; WEIS, L.; POWELL, L. C.; WONG, L. M. (eds.) Off White. Reading on race, power and society. Londres: Routledge.

MOITA LOPES, L.P. (2003a) Socioconstrucionismo: discurso e identidades sociais. In MOITA LOPES, L. P.(Org.) Discursos de Identidades. Campinas : Mercado das Letras.

_____ (2003b) 'Falta homem até pra homem: a construção da masculinidade hegemônica no discurso midiático', no prelo.

_____ (2002) Identidades Fragmentadas. Campinas : Mercado das Letras.

SHOTTER, J. e GERGEN, K.(1989) Preface and introduction. In SHOTTER, J. e GERGEN, K. J. (eds.) Texts of identity. Londres: Sage.

SHOTTER, J. e GERGEN, K.(1989) Social accountability and social construction of 'you'. In SHOTTER, J. e GERGEN, K. J. (eds.) Texts of identity. Londres: Sage.

THOMPSON, J. B. (1995) A Mídia e a Modernidade. Petrópolis: Editora Vozes.

ANEXOS

ANEXO 1. ALTERAÇÕES PRÓPRIAS DE SEU SEXO



mneme

revista de humanidades

Publicação do Departamento de História e Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Centro de Ensino Superior do Seridó – Campus de Caicó.

V. 05. N. 11, jul./set. de 2004. – Semestral

ISSN -1518-3394

Disponível em www.cerescaico.ufrn.br/mneme

ANEXO 2. TEXTO DA ANÁLISE



Notas

ⁱ. Proveniente de família de classe média de Buenos Aires, Maitena Inés Burundarena nasceu em maio de 1962 na capital argentina. Seu primeiro livro da série Mulheres Alteradas é um dos maiores fenômenos editoriais da Argentina com mais de 300 mil livros vendidos somente em seu país. Nesse livro, trata de temas que no senso comum estão relacionados ao universo feminino, tais como corpo, moda, homens, amores, família, filhos etc.

ⁱⁱ Há uma constante criação de novas necessidades possibilitadas pelas narrativas midiáticas que, ao fazer uso de linguagens estéticas cada vez mais sofisticadas, se processam com ênfase nos aspectos simbólicos atribuídos às mercadorias (Fridman, 2000).

ⁱⁱⁱ Há na contemporaneidade uma grande difusão de informação estendida a todas as esferas da vida coletiva via meios de comunicação, mas há também evidentes diferenças de acesso e uso de informação por parte dos diferentes grupos sociais. Nesse sentido, a escola adquire um papel importante na tematização da mídia como espaço de construção de conhecimento, de padrões de comportamento e consumo etc., problematizando seus discursos e instrumentalizando seus alunos para uma leitura mais atenta dos materiais simbólicos transmitidos.

^{iv} A linguagem é aqui entendida em um sentido amplo como sendo qualquer meio semiótico, e/ou a articulação de vários meios semióticos, utilizado para atingir um determinado propósito, seja este meio, lingüístico, sonoro ou visual. Segundo Kress & Leeuwen (2001), há um hibridismo na contemporaneidade que vai além do verbal.

^v Entendo o discurso como sendo a utilização máxima da linguagem, pois é linguagem em uso, em um determinado momento e lugar.

^{vi} Alguns autores, Chouliaraki & Fairclough (1999) entre outros, por exemplo, argumentam que os sujeitos sociais são formados por práticas discursivas, as quais podem não somente reforçar, mas também remodelar e transformar.

^{vii} Fairclough (1995, p. 57. Tradução minha) argumenta que “os significados são realizados na forma, e diferenças no significado implicam diferenças na forma.”

^{viii} Além dos jornais acima mencionados, Maitena escreve para *Le Figaro* (França), *La Stampa* (Itália), *Público* (Portugal), *El Mercurio* (Chile), *El Nacional* (Venezuela) e *El País* (Uruguai).

^{ix} Maitena escreve uma página de humor para a revista *Cláudia* vendida mensalmente no Brasil pela editora Abril.

^x De 68 tiras cômicas existentes no livro, não há uma única que retrate negros, pobres ou relações homoeróticas.

^{xi} Quino, o não menos conhecido autor de *Mafalda*, no prefácio de *Mujeres Alteradas 1* explica porque Maitena conquistou uma legião de leitores, e leitoras, principalmente: “Espontânea e direta, Maitena não pretende ser um ‘espelho que reflita a realidade’. Ao contrário: ela agarra a realidade, com espelho e tudo, e a atira em nossa cabeça”

^{xii} Sebold, M^a Mercedes Riveiro Quintans & Rezende, Eline Marques. *En Español: básico II*, v. 1, Rio de Janeiro: Centro de estudos de pessoal, 2004.

^{xiii} Pretendo desenvolver uma pesquisa de cunho etnográfico em que focalizarei o processo de (re)construção de identidade social de gênero feminino em eventos de letramento em sala de aula de uma instituição de nível superior freqüentada somente por adolescentes do sexo masculino entre 17 e 23 anos.

^{xiv} Note-se, por exemplo, a manifestação do Vaticano com o documento intitulado “Sobre a Colaboração dos Homens e das Mulheres na Igreja e no Mundo”, divulgado no dia 31 de julho de 2004, contra os movimentos feministas de igualdade entre os sexos, pois segundo o Vaticano, tais movimentos estariam, entre outras coisas, abalando o conceito tradicional de família.

^{xv} O número de livros que compõe a série é um indicativo de seu sucesso de venda. *Mujeres Alteradas 1* é um dos maiores fenômenos editoriais da Argentina com mais de 300 mil livros vendidos somente em seu país.

^{xvi} Há na mídia uma constante divulgação de sua vida privada que difere de certa forma dos personagens apontados nos livros. Maitena é autodidata e tem uma vida independente desde muito nova. Começou sua carreira escrevendo estórias eróticas para distintos meios de comunicação europeus. Trabalhou também como ilustradora gráfica para revistas e jornais. Foi roteirista de televisão, dona de um quiosque 24 horas, de um restaurante e de um bar. Tem três filhos, um de cada casamento – como ela mesma declara. Seu primogênito é uma produção independente.

^{xvii} Segundo Fridman (2000), a mídia é o ambiente para a expansão do sistema capitalista e é a principal fonte de narração de fábulas que associam estilos de vida a mercadorias.

^{xviii} Segundo Fridman (2000, p. 28), Jean Baudrillard desenvolveu a teoria do simulacro, “que é ancorada na idéia de que o real é substituído por imagens e que o referente vivido desapareceu”.

^{xix} Há uma colonização do inconsciente pelo dinamismo do mercado devido ao uso de linguagens cada vez mais artísticas (Fridman, 2000).