

Gêneros discursivos em diálogo: a configuração do corpo autoral

Norma Discini

USP-FFLCH-DL

Resumo: A partir da noção de gênero discursivo, tido como um “enunciado relativamente estável”, processado por meio de uma estrutura composicional, uma temática e um estilo, interrogamos a figura da mulher instalada no discurso como personagem. Essa figura – também concebida como ator do enunciado - remete a distintos modos de dizer, que dizem respeito a cenas enunciativas fundadoras de diversos estilos, contíguos a um corpo autoral - entendido, este, como efeito de identidade produzido no interior dos próprios textos. Esse corpo: (i) responsivo às coerções da esfera da comunicação e aos ideais históricos e sociais; (ii) esboçado no tratamento ético e estético imprimido à mulher que habita as cenas enunciadas - deve emergir segundo determinada orientação aspectual. Teremos um corpo ou perfectivo ou imperfectivo, em recuperação do conceito linguístico de aspecto, vinculado à categoria de pessoa – o que deve confirmar o dialogismo constitutivo do enunciado e da enunciação.

Palavras-Chave: Estilo; Corpo; Enunciação; Dialogismo

Title: Discursive genres in dialogue: the configuration of the authorial body

Abstract: From the notion of discursive genre, considered as a “relatively stable utterance”, processed through a compositional structure, a theme and a style, the figure of the woman placed in the discourse as a character is

questioned. This figure, also conceived as an actor of the utterance, refers to different ways of saying, which relate to foundational enunciative scenes of various styles, contiguous to an authorial body, understood as an effect of identity produced within the texts themselves. This body: (i) responsive to the constraints of the sphere of communication and to historical and social ideals, and; (ii) outlined in the ethical and aesthetic treatment given to the woman who inhabits the enunciated scenes, should emerge according to a certain aspectual orientation. We will have a body which is either perfective or imperfective, recovering the linguistic concept of aspect, linked to the category of person, which must confirm the constitutive dialogism of the utterance and the enunciation.

Keywords : Style; Body; Enunciation; Dialogism

Notas introdutórias

Com base na noção de gênero discursivo, tido como um enunciado relativamente estável, processado por meio de uma estrutura composicional, uma temática e um estilo (BAKHTIN, 1997), interrogamos como se compõe, no interior dos enunciados a serem examinados, a figura da mulher: uma figura constituída como personagem, “de quem se fala”. Examinaremos anúncios publicitários e um conto literário. A figura feminina mostrar-se-á no plano da expressão dos anúncios publicitários como imagem visual vinculada ao segmento verbal dos textos, no sincretismo das linguagens de manifestação, não estranho à composição do próprio gênero. À imagem plástica da mulher, desenhada no plano da expressão do anúncio, corresponde uma imagem, que, como figura particularizadora de temas, está fincada no plano do conteúdo. Falamos, pois, na imagem em duas acepções, que implicam um alargamento da noção de iconicidade. Não se

trata apenas de reconhecer o que é dado a ver no plano da expressão – duplicata da noção saussuriana de *significante* – mas também o que designa, no plano do conteúdo, correspondente à noção saussuriana de *significado*, a última etapa da concretização das ideias. É a figurativização, por sua vez vinculada ao elemento sensível, que rege o inteligível, desde o que se nomeia “nível tensivo” (ZILBERBERG, 2011). Para a concepção alargada da iconicidade, falaremos em encarnação semântica (temático-figurativa) do sujeito, bem como em sensibilização do corpo desse sujeito, que é um ator do discurso.

Atores do discurso, para a semiótica (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 45), “são lugares de manifestação das estruturas narrativas e discursivas”. O ator do enunciado pode ser comparado a um personagem “de quem se fala” na narratividade constante de qualquer texto. Para isso, esse ator apresenta-se como portador de um papel actancial e de um papel temático. Para o papel actancial do sujeito, que será encarnado em ator, temos o exemplo, num anúncio publicitário, de um destinador de valores, que manipula um destinatário para levá-lo a partilhar consigo de tais valores – cravados num objeto de desejo. Para o papel temático, que preenche com a carga semântica o papel actancial, temos o exemplo, no mesmo anúncio, de uma mulher que, figura do enunciado, apresenta-se como a compradora da casa própria, graças à entidade financiadora “X”. Essa mulher, na manipulação exercida sobre seu interlocutor, faz crer nas qualidades do produto propagandeado, este que é a concretização discursiva daqueles valores. Mas tudo é permeado pela enunciação, logo, há também o ator da enunciação. “Do ponto de vista da produção do discurso, pode-se distinguir

o sujeito da enunciação, que é um actante implícito logicamente pressuposto pelo enunciado, do ator da enunciação”, afirmam Greimas e Courtés (2008, p. 45), que completam: “neste último caso, o ator será, digamos ‘Baudelaire’, enquanto se define pela totalidade de seus discursos.” Aí se homologa o ator da enunciação ao estilo autoral. Por isso falamos em configuração do corpo autoral. Ao discorrermos sobre o corpo, fica então convocada a imagem do ator do enunciado e do ator da enunciação, seja em textos verbais, como um conto, seja em textos sincréticos (verbo-visuais, por exemplo), como um anúncio publicitário. À imagem que será plasticamente disposta na superfície visual do anúncio, corresponde outra, a imagem, que, como simulacro, representa o conjunto de atributos daquela mulher, articulados aos papéis actanciais e temáticos que ela desempenha.

No conteúdo do conto literário, a mulher tomará corpo como imagem, enquanto representação conceitual e apresentação sensível do que a enunciação conhece e faz conhecer, entende e faz entender do mundo. É, pois, uma imagem identificável como não circunscrita à plasticidade visual, esta que tem respaldo num plano da expressão que, equivalente ao significante saussuriano, atrela-se à materialidade visual do signo. Do texto verbal, a imagem emerge na figurativização do sentido imanente aos textos, como concretização dos temas, para tomar corpo semântico. Lembramos o tema da liberdade, que pode ser concretizado por figuras que, ao remeterem ao mundo natural, ancoram-se num passeio pelo campo ou numa noitada de muita música e dança; ou o tema da submissão, que pode ter ancoragem na figura actorial da obediente Chapeuzinho Vermelho (PERRAULT, 1963). Conforme trabalhos anteriores (DISCINI,

2004), constatamos que não é gratuita, porque decorrente das estratégias enunciativas, a encarnação semântica e tensiva dessa protagonista do conto maravilhoso. São direcionadas, tais estratégias, para recompor, no interior do conto, a preocupação de orientar a formação moral do leitor-criança, enquanto é instituído, como ideal, um corpo dócil.

Ao comporem o ator menina como o sujeito que desrespeita as coerções sociais – estas, concentradas nos papéis temáticos da mãe que ordena à filha ir por um caminho reto à casa da avó – as estratégias enunciativas de figuratividade actorial firmam-se em rumo persuasivo próprio. O enunciador do conto, como manipulador do leitor, ancora os movimentos de argumentação discursiva. As estratégias argumentativas e persuasivas reproduzem no interior do conto as vozes sociais de um tempo e de um segmento da sociedade de “então”: o tempo e o espaço do “Era uma vez”. Não é à toa que Chapeuzinho Vermelho, a menina que tomou o lobo como um sujeito adjuvante para sua aventura transgressora, é devorada pelo mesmo lobo que a tentou e, pior, juntamente com a própria avó que teve o mesmo fim. Na cumulação de sanções negativas ou punições sofridas pela menina, aumentaria o impacto emocional provocado pelo conto – mas o dever de convencer o leitor para o fim moralizador desfaz a intensidade do sentir. Quando se fala em intensidade do sentir, somos remetidos ao que se entende por desdobramentos contemporâneos da semiótica discursiva, esta que leva em consideração, na construção do sentido, as figuras e os temas: as figuras, voltadas para a realização icônica dos temas. Greimas e Courtés (2008, p. 212), ao conceber o texto como resultado da produção progressiva do sentido, falam da necessidade de

distinguir “ao menos dois procedimentos de figurativização: o primeiro é o da figuração [...]; o segundo seria o da iconização, que visa a revestir exaustivamente as figuras, de forma a produzir a ilusão referencial que as transformaria em imagens do mundo”.

A figurativização dos temas aponta para convenções sociais que materializam historicamente o discurso. Por sua vez, os temas que, abstratos, são figurativizados, suportam os papéis temáticos, que os condensam no circuito de um sujeito-ator. Esse ator, adensado semanticamente, figurativiza-se e assim vai compondo sua imagem. Figurativizado, o ator do enunciado resulta de uma imagem, que, conceitual, está vinculada a interpretações do mundo feitas pelo enunciador. A mesma imagem também diz respeito às tensões e às emoções do sujeito que enuncia. A figura do ator do enunciado, conforme o crivo enunciativo viabilizado pelo narrador de qualquer tipo de texto, não se basta, portanto, à mera concretização dos temas. Ela convoca outros investimentos enunciativos, semânticos e tensivos, o que encerra julgamento moral e percepção. No caso da menina, Chapeuzinho Vermelho, quanto mais se fez a triagem dos fenômenos do mundo, segundo o olhar enunciativo interessado em “educar” o leitor para não ousar, para não acolher o desconhecido (figurativizado no ator Lobo), menos se permite a duração das experiências sensíveis em relação ao próprio mundo. O impacto da sanção negativa sofrida pela menina (a própria morte e a morte da avó) aumenta em intensidade o mundo narrado, mas a exemplaridade, que repousa na manipulação enunciativa, ao reunir o dever ser obediente à exemplaridade postulada, faz perder-se o sonho e engessa a emoção. Do conto

maravilhoso, pausa ilustrativa que ampara a consideração do texto como “resultado da produção progressiva do sentido” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 212), voltamos ao *corpus* selecionado para este trabalho nosso, que reúne literatura e mídia.

Figuratividade e imagem do ator

Examinaremos um conto da literatura moderna brasileira com vistas a apreender a imagem da mulher. Tal imagem, apreensível no interior desse conto, diz respeito a uma figuratividade cravada no corpo de um ator do enunciado, uma personagem que, eleita como a protagonista daquilo que é narrado, acaba por desvelar o corpo do enunciador, base de um estilo. Trataremos, pois, da figura actorial. De outro lado, pelo modo de particularizar a figura do enunciado, a enunciação define-se como a imagem “de quem diz”, que é decorrente da construção semântica e tensiva do sentido. Assim, obtemos o corpo do enunciador, que diz respeito ao corpo autoral.

Examinaremos também um texto de manifestação verbo-visual como um anúncio. Acontece que, seja sincrético (verbo-visual, em nosso *corpus*), seja verbal, como um conto, ambos os textos remetem à imagem enunciativa, ou ao *ethos*, que é a voz, o corpo e o caráter do enunciador, conforme herança que a retórica aristotélica oferece aos estudos do discurso (MAINGUENEAU, 2008). A remissão ao *ethos*, processada por meio do reconhecimento da conexão entre a imagem do ator do enunciado e aquela da enunciação, dá-se por meio da descrição que se faz dos modos que um enunciador apresenta de valorizar temas, figuras e, entre eles, a

figura do ator do enunciado. Tal valorização concerne ao posicionamento ideológico do enunciador como presença cravada na polêmica constitutiva das relações sociais e interdiscursivas.

Nos temas e figuras imprimem-se valores – ou do Bem (euforização) ou do Mal (disforização). Lembramos o tema da liberdade, figurativizado como o gesto de andar ao ar livre, em espaço aberto: um modo peculiar de concretizar esse tema pode ser encaminhado para sua disforização (valor do Mal), o que ocorreria, por exemplo, da parte de um sujeito que sofresse de aerofobia. Na semiótica, movimentos axiológicos como este, entendidos como tímicos, estão estabelecidos no que se entende por quadrado semiótico (GREIMAS; COURTÉS, 2008). Nesse quadrado, representativo das relações profundas da geração do sentido, são pensadas as orientações para uma valoração axiológica ou outra, cravadas em universais semânticos, como *vida e morte, natureza e cultura*. São valorizados como do Bem ou do Mal ou a vida, ou a morte, enquanto se considera *vida / morte* como “primeira articulação de universo semântico individual” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 321). A categoria *cultura / natureza*, por sua vez, diz respeito ao universo semântico coletivo (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 321): a natureza como oposição ao artificial, designa “o dado que está aí ou o estado em que se situa o homem desde seu nascimento: é nesse sentido que se falará de línguas naturais ou de mundo natural” – dizem Greimas e Courtés (2008, p. 336), que enfatizam ser a natureza sempre “culturalizada”.

Acontece que, da valoração axiológica das categorias semânticas gerais, como os universais considerados, decorre a valoração ideológica da

figura do discurso. Desse modo, compõe-se ideologicamente a figuratividade ao receber um viés avaliativo e apreciativo imprimido pelo narrador. Entre as figuras do discurso está a do ator do enunciado, que pode ser uma personagem, figurativizada como uma mulher, que emerge de um gênero midiático (anúncios publicados em jornais impressos) ou de um gênero literário (um conto).

Enunciado e enunciação reclamam-se mutuamente no interior de um discurso: uma dimensão não vive sem a outra. O modo de tratar a figuratividade de um discurso planta em seu interior o esboço da imagem do enunciador. Como nada é solto na constituição do discurso, temos um sistema de valoração moral dos temas e figuras, o que funda o corpo do enunciador como um modo recorrente e organizado de dizer, base de um estilo. O julgamento feito a respeito dos temas e figuras atrela-se ao investimento particularizante das próprias figuras. Para Greimas e Courtés (2008, p. 212), esse investimento desdobra-se em “ao menos” dois procedimentos de discursivização: “a figuração, ou seja, a instalação das figuras semióticas” e a “iconização”. Como um segundo investimento, a iconização, que visa a revestir em maior densidade semântica as figuras, transforma tais figuras em imagens do mundo e transforma os corpos dos sujeitos também em imagens ou simulacros de presença.

Mediante o objetivo de descrever o corpo “autoral” colhido dos modos reconhecíveis de imprimir valores aos elementos do enunciado, a iconização preconizada pelo *Dicionário I* citado (GREIMAS; COURTÉS, 2008), adquire novas acepções. Dentre elas, desponta a função desempenhada pela iconização na encarnação do actante enunciador em ator, o que implica

o modo de fazer vir à tona a personagem, o ator do enunciado. No caso em pauta (anúncio publicitário e conto literário), olharemos como a enunciação aprecia a personagem-mulher emergente do narrado.

O revestimento de valor axiológico que, no discurso, inclui o viés ideológico, acolhe “apreciações moralizantes” vindas da parte do narrador (FIORIN, 1996) sobre a personagem. O modo de construir a figura da mulher remete ao corpo do enunciador como uma presença no mundo. Textos verbais, da literatura e textos manifestados verbo-visualmente, como anúncios publicitários publicados em jornais, fundam, cada qual conforme os arranjos internos, “imagens do mundo” vinculadas às visadas do enunciador sobre o que “está aí”.

A “ilusão referencial” enfatizada como produto da figurativização é efeito de sentido. É, pois, coisa interna ou imanente ao texto. Por conseguinte, não presa a um conceito de referente externo e apriorístico ao discurso, a análise pode cotejar um conto literário com um anúncio publicitário segundo determinada propriedade intrínseca do dizer (*dizer / enunciação*) e do dito (*dito / enunciado*). Busca-se no interior dos textos a verdade que, concebida como construção, logo como efeito de sentido, é pensada como veridicção. A verdade relativa à figura da mulher instalada no enunciado como personagem depende das coerções semânticas e tensivas que a delinham mediante certa iconicidade, que extrapola o plano da expressão.

De acordo com o contrato enunciativo de confiança – contrato entre, *grosso modo*, autor e leitor – um *crer-verdadeiro* instala-se entre aquele (o autor, destinador de valores) e este (o leitor, o destinatário com

quem os valores serão partilhados). Ambos são sujeitos da comunicação: aquele procura persuadir o outro para a verdade arquitetada no discurso; este procede à interpretação do que parece ser verdade no dizer do outro. Assim despontado, o contrato de veridicção – que trata a verdade como algo em construção nas relações estabelecidas entre o que parece e o que é – remete a um “equilíbrio, mais ou menos estável”, relativo ao “entendimento tácito entre dois cúmplices mais ou menos conscientes”, conforme Greimas e Courtés (2008, p. 530).

De acordo com a herança vinda de Saussure (1970), somos orientados para o caráter imanente da linguagem. Logo, somos postos diante da impossibilidade de recorrer tanto a um referente externo apriorístico, quanto a uma verdade alheia às estratégias enunciativas. Diante disso, *realidade* e *verdade* deslocam-se de um exterior “em si” para serem consideradas no circuito persuasivo-interpretativo estabelecido entre enunciador e enunciatário. Não é estranho, pois, afirmar que *fazer parecer alguma coisa verdadeira* é gesto próprio da persuasão, e é gesto constitutivo tanto da literatura como de outros discursos. Numa leitura discursiva e interdiscursiva, favorecida pelo olhar semiótico, a literatura é considerada na vizinhança dos discursos que não são da arte.

Para estas reflexões, a ilusão referencial apresenta como um efeito de sentido a realidade, emparelhado a outro efeito: o de verdade. Desse modo, respalda-se a constituição do corpo do ator-mulher a ser examinado nos distintos modos de figurativização advindos dos circuitos midiático e literário. Se o texto se vincula a um gênero discursivo, como personagem instalada em gêneros distintos que circulam em diferentes esferas da

comunicação, a figura da mulher deverá apresentar-se particularizada iconicamente pelo tratamento ético e estético nela imprimido pela enunciação. Esse fato remeterá a distintas presenças: tanto para a personagem-mulher, quanto para o enunciador que a convoca e a discursiviza por meio do narrador, instância enunciativa necessária a qualquer discurso, como prevê Fiorin (1996).

O confronto entre anúncios publicitários que circularam em jornais do interior do Estado de São Paulo na década de 1930 e um conto da literatura moderna brasileira, criado em torno dessa década, favorecerá a investigação sobre como e por que a figura discursiva da mulher consegue efetivar aspirações e ideais, individuais, porque sociais. Constatados diferentes modos de conhecimento de mundo aventados pelos enunciados, são oferecidas condições para chegarmos à problematização da cronologia histórica como determinante ou não da construção do sentido.

O período entre as décadas de 1930 e 1940, ao qual pertencem os exemplares colhidos para nossa leitura, deverá confirmar-se como um contexto que é ou não é um envelope do texto. Como envelope do texto, confirmaria a função exercida por uma influência externa da relação *determinante / determinado*. Num contexto considerado conforme o que existe de antemão, logo, vindo de um exterior concebido como separado do que é interior e imanente ao texto, o exterior determinaria o sentido interno ao texto. Tal perspectiva favorece a hipótese de que, como a cronologia é a mesma (1930-1940), os corpos femininos tendem a ser, se não idênticos, muito parecidos. O corpo feminino, para a personagem em destaque, seria feito mais por meio de semelhanças do que diferenças entre os atores

cotejados. Paralelamente, o ideal de presença seria cristalizado como homogêneo, nos anúncios e no conto, devido ao fato de serem textos igualmente criados entre as décadas de 1930 e 1940. Se assim fosse, entretanto, perderíamos o postulado de que o signo é arena de conflitos sociais, como previsto pelos estudos de Bakhtin e do Círculo (1988).

Ainda, se nossa filiação a uma linguística estrutural é clara, é inevitável constatar que, a partir da tradição que remonta a Saussure (1970) e a seu herdeiro, Hjelmslev (2003), estamos à mercê de uma realidade processada no encontro das línguas naturais com o mundo natural. Estamos à mercê de uma realidade segundo a qual as línguas, ao nomearem o mundo, reapresentam-no classificado e inteligível ao próprio homem – um mundo “enformado pelo homem e instituído por ele em significação” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 415). A partir daí, o referente cronológico, entendido como fundo datado de instalação do discurso, deixa de ter relevância para a análise. Interessará o tempo da enunciação que, juntamente com a pessoa e o espaço, constituem as coordenadas da constituição da sintaxe discursiva, conforme previsto por Fiorin (1996). É do “eu”, “aqui” e “agora” que partem as relações com o “ele”, o “alhores”, o “então”.

A mulher-personagem – concebida como um ator do enunciado, com um corpo projetado no interior do discurso por um enunciador que, mediante o modo de tratar o feminino, revela um posicionamento social próprio – remeterá ao corpo autoral (o enunciador dos anúncios e o enunciador do conto). Juntamente com o posicionamento do enunciador – este, que é respaldado para enunciar-se, pelo olhar apreciativo do narrador

sobre os elementos narrados – deverá emergir um modo sensível de tratar a mulher no tempo-espaço da percepção. Eis aí um segundo princípio de análise, que encontra apoio nos desdobramentos contemporâneos da semiótica, reunidos no que se entende por uma “gramática tensiva” (ZILBERBERG, 2011). Esses desdobramentos apontam para certa vizinhança da teoria semiótica com a fenomenologia (MERLEAU-PONTY, 1999).

Postos em exame, os enunciados deverão oferecer indicações dos mecanismos de persuasão e de estetização que fundam o corpo do ator da enunciação, concomitantemente à construção da personagem, ator do enunciado. O ator da enunciação se apresentará como uma pessoa discursiva inclinada a dever convencer o leitor para algum fim precisa e utilitariamente definido, como costuma ocorrer na esfera publicitária da comunicação; ou se apresentará como uma pessoa discursiva direcionada menos para dever e mais para querer fazer o leitor fruir a estética, que não estará circunscrita ao princípio do Belo. Aí entrará o conto.

A imagem da mulher e o discurso publicitário veiculado pelo jornal



Fonte: Jornal “A Notícia” (193 -]¹). (CAMPOS, 2009, p. 119).

Figura 1: Anúncio publicitário de órgão financiador de casa própria.



Fonte: Jornal “A Notícia” (1936). (CAMPOS, 2009, p. 118)

Figura 2: Anúncio publicitário de óleo para carros.

1 A figura data da década de 1930, mas o ano preciso é desconhecido. Transcrevemos aqui a notação empregada pela historiadora para marcar essa imprecisão.

A noção de ilusão referencial cai bem para o exame de um anúncio figurativo, que traz à luz a imagem de uma mulher, reconhecível no mundo natural. A figura feminina, iconizada com investimentos próprios vindos da parte da enunciação, remete a ideais de presença pautados na historicidade do próprio texto. É uma historicidade determinada não pela data que ancora o narrado, mas pelas vozes discursivas que estabelecem a própria História e dialogicamente atravessam o discurso publicitário considerado. O contexto, que não é um envelope do texto, é esgarçado ao longo dos procedimentos de construção do sentido. Diluem-se os limites entre o imanente (o interno) e o transcendente (o externo) ao próprio texto.

No modo de fazer valer os valores éticos e estéticos para dar corpo à protagonista, desponta o corpo feminino não só como figura fotografada ou desenhada no plano da expressão, mas como imagem de um ator que desempenha papéis narrativos, conforme prevê a semiótica. Esses papéis, como o destinador de valores, que são morais e estéticos, recriam na imanência a transcendência. Uma mulher alardeia a necessidade de consumir determinado óleo para o motor de carro; outra, a necessidade de adquirir a casa própria por meio de determinada agência financiadora. Cada uma dessas mulheres desempenha um papel narrativo, o de um sujeito manipulador, destinador de valores, que manipula o leitor para que este passe a querer o que é propagandeado. A enunciação utiliza os atores do enunciado para manipular o leitor.

No enunciado da Figura 2, a mulher do anúncio de óleo para carros olha direto para o leitor, sujeito pressuposto como participante da própria enunciação. Devido ao olhar frontal e cúmplice da mulher para o leitor, este

é instalado no interior do texto como expectativa a ser garantida – de adesão à persuasão desencadeada. Emparelham-se a personagem motorista e o produtor do anúncio (a enunciação) para fazer crer no universo discursivizado como utopia necessária: o desejo de ser risonho (como ela) e de ser quem pode afirmar (como ela), eloquentemente, o que está expresso por meio de signos gráficos avantajados: “Dirijo tranquila...”.

A enunciação se utiliza dessa mulher para desencadear a manipulação sobre o leitor, a fim de “vender” o que é propagandeado. O criador do anúncio, juntamente com a marca do óleo para carro, é concebido como um enunciador único, já que é entendido como efeito de identidade. Nesse anúncio, o enunciador manipula o enunciatário-leitor para que este queira e deva não só comprar o óleo específico, mas também queira e deva – no caso da mulher leitora – ser semelhante àquela heroína bem sucedida. O valor do sucesso é almejado para que possamos entrar em conjunção com ele. As figuras do conversível e das vestes de luxo aliam no discurso o gosto de luxo ao bom gosto. Não à é toa que a figura se apresenta no acabamento icônico que junta, às representações de alto poder aquisitivo (o carro conversível, as luvas, a *écharpe* ao vento, fundantes da homogeneidade temática que euforiza o alto poder de compra) – outra representação: o ideal de presença articulado a determinado segmento social. Paralelamente à ideologização figurativa, temos a aspectualização da pessoa discursiva. Em recuperação do conceito linguístico de aspecto, vinculado à categoria de pessoa, nós nos deparamos com um corpo perfectivo, porque terminado, acabado, sem brechas para a própria incompletude.

Esse ideal é recorrente entre o anúncio da mulher ao volante e aquele da casa própria. No último, a figura da mulher é instrumentalizada pela enunciação para manipular a leitora para que esta queira e deva comprar a casa própria via entidade financiadora propagandeada². O tema da liberdade assim se afunila nos papéis temáticos vinculados ao percurso que afirma a premissa temática *querer é poder*, desdobrada nestas: basta querer ser igual àquelas mulheres do anúncio, no desfrute das coisas boas da vida, que o poder virá; basta querer dirigir tranquila um carro conversível, que o poder para fazer isso virá; basta querer passar do estatuto de mulher que pensa apenas no namorado, para mulher que pensa em ser dona de casa própria, que o poder para fazer isso virá. Eis confirmado o viés ideológico dos anúncios. Como diz Bakhtin (Voloshinov, 1988, p. 32): “O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. *Tudo que é ideológico possui um valor semiótico.*” A iconização do ator do enunciado tem respaldo ideológico. No mesmo estudo bakhtiniano (Voloshinov, 1988, p. 32), vemos que “a própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos”. O anúncio, como um texto, é um signo. A mulher contida nele é um signo que, com os outros elementos, compõe o texto como unidade de sentido. A iconização do ator do enunciado está articulada ao ator da

² A historiadora articula tais anúncios a um “momento feminista” das décadas consideradas da História do Brasil, no viés trazido pela imprensa paulista das décadas consideradas. Sobre a reprodução das imagens, afirma: “a propaganda (apenas parcialmente reproduzida porque parte dela está ilegível) também remete ao ‘momento feminista’ daquelas décadas. Ao que parece, trata-se de um anúncio de financiamento de casa própria destinado especificamente às mulheres, provavelmente de algum banco local” (CAMPOS, 2009, 119).

enunciação: um enunciador sincrético é definido por meio da união indissolúvel entre o verbal e o visual. À voz do enunciador dos anúncios emparelha-se a voz do jornal, e a outras convocadas do interdiscurso, para serem afirmadas ou negadas. Nega-se o ideal de presença da mulher submissa para se afirmar a mulher que traça seus projetos próprios de vida, vinculados ao poder aquisitivo. Como vozes em diálogo, os discursos que permeiam o anúncio são recuperados na imanência do próprio texto.

Como modo de se constituir o ator da enunciação, conforme um sujeito responsivo ao mundo, logo responsável pelo posicionamento definido diante das coisas desse mundo (BAKHTIN, 2003), priorizam-se determinados tratamentos éticos e estéticos concedidos à figura de mulher. Essa personagem, de quem o texto publicitário fala não gratuita nem aleatoriamente, aparece no já referido trabalho de cunho historiográfico – que discorre sobre “Mulheres e crianças na imprensa paulista (1920 -1940) – Educação e história”. Nesse trabalho, do qual extraímos os anúncios reproduzidos, bem como as referências àquilo que é “propagandeado”, já que não há registro do logotipo empresarial no interior da superfície visual dos anúncios, a autora afirma que:

[...] as representações construídas especialmente pelos veículos impressos, do sertão e alhures, idealizavam mulheres vibrantes, ativas e cheias de energia, colaborando para o verdadeiro ataque sofrido pelas representações femininas ligadas às mulheres patriarcais brasileiras, tidas como inúteis (CAMPOS, 2009, p. 118).

“O signo se opõe ao signo”, disse Bakhtin (1988, p. 33) – o que, para os estudos discursivos, é formulado assim: um discurso se confronta sempre com outro. A historiadora da Educação, na obra referida, examina jornais do interior do Estado de São Paulo (da região da Araraquarense), dos anos 1920 aos 1940, e, ao investigar a representação da mulher aí veiculada, complementa (CAMPOS, 2009, p. 118): “Certamente as mulheres verdadeiramente ativas [...] projetadas pelos cronistas de então constituíam parte do grupo social composto também por eles, homens ilustrados de seu tempo”.

O trabalho da historiadora faz valer o interdiscurso ao examinar os procedimentos de construção da própria História, e faz isso ainda ao ter conclamado que “a construção dessa nova condição ‘feminista’ de muitas mulheres esteve relacionada à maior visibilidade obtida por elas ao longo dos séculos XIX e XX” (CAMPOS, 2009, p. 117). O grau de maior visibilidade decerto foi colhido das fontes históricas, que são discursos. A autora alerta também para o fato de que tal notoriedade se atrela à transformação “de uma economia de produção praticamente doméstica” para uma “economia de mercado” (CAMPOS, 2009, p. 117). Tal consciência só pode ter sido encarnada nas fontes históricas, isto é, nos discursos da própria História.

Da cena veiculada no enunciado publicitário, propugna-se a presença utópica do capital, como mediadora natural da realização dos sonhos, embora a necessidade dos bens materiais disponíveis para comprar isto ou aquilo seja ocultada, como acontece também nos anúncios da contemporaneidade. Nada mais compatível a uma economia de mercado do que o discurso publicitário. Esse discurso apresenta um sonho como o que

tem condição de ser vivido “em si”. Para isso mantém em segredo um fato: trata-se de um sonho “vendido”. O território da venalidade dos objetos de desejo (o conforto, figurativizado no óleo para o motor de carro da marca X, no financiamento da casa própria) delinea o corpo autoral dos anúncios no modo da perfectividade, em equivalência com o corpo da mulher protagonista.

Desse modo, a mulher dos anúncios: reproduz determinados ideais de presença, internalizados como naturais e universais; ganha a constituição semântica de seu corpo por meio da visada utilitária do enunciador sobre o mundo e sobre ela mesma; perde para si um princípio sensibilidade decorrente de um “acabamento estético”. Para a noção de “acabamento estético”, encontramos apoio no que postula Bakhtin (1997) para a constituição do herói-personagem no ambiente estético de um romance. O pensador russo sugere o inacabamento tanto do corpo que enuncia (autor) como do corpo da personagem (herói), como um movimento do próprio corpo para fora de si mesmo. Esse gesto instala o sujeito num não lugar (*exotopia*), necessário para que a estética se instale em sua densidade máxima.

Falamos em densidade estética, pois partimos do princípio de que a estesia, como princípio do que é estético, está em todo discurso: um anúncio publicitário tem sua estética. O mesmo se dá para a ética, entendida como fundo discursivo de que emerge o *ethos*, a imagem de “quem diz”, firmada na valoração axiológica e ideológica dos valores. Os anúncios na sua totalidade (discurso publicitário) apresentam cada qual uma ética e uma estética, que é ressonância da totalidade genérica (do estilo do gênero

discursivo). É um estilo esboçado conforme a direcionalidade de uma persuasão com alvo preciso: dever fazer o leitor crer em algo, para fazer o leitor adquirir o que é veiculado à moda da publicidade. Amparam o estilo do gênero formulações conceituais como esta: é preciso “vender” – sejam as coisas mais concretas como determinado óleo para motor de carro, sejam coisas menos concretas como o sonho da casa própria financiado por X.

No plano da expressão, cotejado na relação com o plano do conteúdo, firma-se nos anúncios, numa remissão à estética clássica, a linearidade dominante, juntamente com a perspectiva de um mundo idealizado em harmonia de composição – entendida, a linearidade como sequência de unidades justapostas, mas não misturadas. Para isso temos uma visualidade em que os contornos dos corpos são preservados. Faz-se presente uma natureza tratada de modo equilibrado. Trazendo para exame em especial “a arte (clássica) do *Cinquecento* e a arte (barroca) do *Seicento*”, Wölfflin (2000, p. 17), voltado para a história da arte, afirma: “O estilo linear é um estilo da discriminação visualizada plasticamente. O contorno nítido e firme dos corpos suscita no espectador uma sensação de segurança tão forte, que ele acredita poder tocá-los com os dedos” (Wölfflin, 2000, p. 28). O clássico está para o linear, assim como o pictórico para o barroco – no primeiro desses polos instala-se plasticamente a totalidade de anúncios ora posta à luz. Vale neles o estado e a permanência nesse estado – idealizado – de cada uma das mulheres contempladas. Afastam-se elas de qualquer movimento, que desencadearia um vir-a-ser. Não têm “olhos pictóricos”, que iconizariam os corpos na ordem de um inacabamento aspectual, tais mulheres instrumentalizadas para vender determinado produto.

Wölfflin (2000, p. 36), ao expor o que é o contrário do clássico e linear, fala então em “olhos pictóricos”. Após lembrar que é comum entender o pictórico como o que dá impressão de movimento, mesmo estando em repouso, acrescenta que “a noção de movimento também pertence à essência da visão pictórica: os olhos pictóricos apreendem tudo como algo vibrante, e não permitem que nada se cristalice em linhas e superfícies determinadas.” Pela negação feita do seu oposto, que é “a essência da visão pictórica”, podemos entender o que poderíamos nomear como certo realismo e naturalismo de tais anúncios.

Na iconização da mulher protagonista, o discurso dos anúncios privilegia a visão linear, que concerne à apreensão dos objetos “em suas contingências fixas”, como diz Wölfflin (2000, p. 28). Essa fixidez está na figuratividade manifestada no plano da expressão e na figuratividade cravada no plano do conteúdo: tanto na semântica axiológico-ideológica, como na tensividade. À referência feita por Wölfflin às artes plásticas, não escapa, portanto, uma iconização instalada no plano da expressão e no plano do conteúdo – para a encarnação corpo do sujeito. Não alheia a tal iconização, está a aspectualização perfectiva do corpo do sujeito.

Zilberberg (1992), responsável pelos desdobramentos tensivos da semiótica – após realçar que “para o estilo clássico o termo dominante é o estado e o termo recessivo o devir”, isto é, o vir-a-ser, a transformacionalidade (o *devenir*), sugere que “podemos integrar essa estrutura ao espaço cognitivo”. Assinala que podemos entender que o “bem-estar, se não a felicidade do observador na presença de uma obra clássica consiste em ‘apreender’, depois em ‘contemplar’ um devir através

de um estado” (1992, p. 104). Pensando no leitor dos anúncios, como categoria vinculada à enunciação (no ato de leitura, temos também um ator da enunciação), o “bem-estar” referido constitui o olhar que caracteriza o gênero publicitário. Esse olhar, nos anúncios, é o instituído no encontro desejado com o ideal de presença comprometido com a estabilidade das coisas do mundo. Essa inclinação para a observação do mundo é definida na plasticidade das superfícies visuais de um texto e outro. Segue aí, à organização cromática regular e à distribuição também regular, tanto dos corpos no espaço, quanto do segmento verbal e do visual sincretizados na superfície dos anúncios, a harmonização entre os planos estabelecidos para a visão do leitor observador. Tais planos são projetados em horizontalidade e verticalidade que, justapostas, parecem tudo mostrar e nada esconder. Assim, privilegiam-se os contornos do mundo representado. Fica confirmada a percepção que ilumina o estado e faz permanecer em segredo aquilo que se transforma. Assim se compõe a voz que, pertencente ao gênero da publicidade, pode dialogar com outros gêneros – a partir da constituição de uma figura do ator do enunciado.

A imagem da mulher num conto modernista brasileiro

De acordo com os veios teóricos e analíticos esboçados, adotamos o princípio de examinar as figuras actoriais, discursivamente constituídas (ator da enunciação e ator do enunciado), com vistas a investigar como tais figuras são dotadas de investimentos particularizantes. Desse modo procuramos descrever os mecanismos de construção do sentido, que dizem respeito à encarnação semiótica dos corpos. Os investimentos

particularizantes das figuras actoriais remetem a estilos – “de época” e de “gênero” – como pôde ser detectado nos anúncios publicitários da década de 1930. Mas um modo diferente de operar com a imagem da mulher, posta no enunciado, despontará da esfera literária.

Tanto nos textos midiáticos referidos, como num conto literário, a mulher, iluminada pela análise, deverá, ao fim, encerrar um corpo disposto no discurso não apenas por meio da delegação de vozes entre enunciador, narrador e interlocutor – elementos da sintaxe discursiva – conforme prevê Fiorin (1996). Tanto no anúncio como no conto será considerado o narrador, que pode dar voz ao interlocutor-mulher, esta que, desse modo, pode tomar para si o turno da fala. Mas num dos gêneros a mulher criará condições para escapar a esse controle de delegação de vozes e despontará como fator de desestabilização do discurso.

Nos anúncios, temos um narrador implícito, que não assume a trama narrada, também implícita, como sua. No anúncio de óleo para carros, temos a motorista feliz, que afirma: “Dirijo tranquila” – numa delegação de vozes feita pelo narrador, para que a mulher tenha sua fala instalada em discurso direto. No anúncio da casa própria, a mulher não chega a assumir um turno de fala. Apenas o narrador expõe seus pensamentos sem assumir-se totalmente como um “eu” que fala. Irrompem lampejos de subjetividade do narrador em recursos como o uso do ponto de exclamação, em “E isso é tão fácil!”. À ilusão de objetividade, criada como efeito de sentido, no que diz respeito à enunciação (narrador não explícito), junta-se, no enunciado, a característica de “ausência” do olhar da mulher, voltado para um lugar distante do perímetro da superfície trabalhada verbo-

visualmente. Mas ambas as mulheres são instrumentos para que a enunciação realize sua *performance* persuasiva: dever convencer o leitor para que este “compre” o produto ou a ideia relativa ao produto. Num conto literário não caberá essa meta persuasiva precisa e cravada na disponibilidade dos bens materiais. Pela natureza nova da linguagem, que também podemos entender como *logos*, do qual decorre o *ethos*, num conto literário a densidade concentrada de estesia torna incompatível a meta discursiva da publicidade. Disso decorre que o tratamento figurativo do corpo da mulher será outro.

Segue o conto referido, que é de autoria de Mário de Andrade (1893-1945) e que, intitulado “Atrás da Catedral de Ruão”, faz parte do volume *Contos Novos*, publicado postumamente. Esse conto, que teve seus primeiros esboços feitos em 1927, alcançou a versão definitiva em 1944, conforme notas inseridas na edição consultada (ANDRADE, 1997, p. 71).

O conto apresenta o que seria considerado uma figura protagonista, porque nuclear da trama narrada: Mademoiselle, a preceptora das jovens Lucia e Alba, meninas ricas, moradoras do bairro de Higienópolis, da cidade de São Paulo de então. Assim se inicia a narrativa: “Às vezes até mesmo com pessoas presentes, lhe acontecia receber aquela sensação ‘afrosa’, como diriam as meninas na meia-língua franco-brasileira que se davam agora por divertimento” (p. 54). Esse tempo de “então”, antecedido pela expressão adverbial “às vezes”, oferece as indicações de sua instalação como não concomitante em relação ao “agora” do ato de Mário de Andrade enunciar-se, por meio do narrador. Isso aparece já no primeiro uso feito do verbo no Pretérito Imperfeito do Indicativo: “lhe acontecia”. Esse tempo

verbal diz respeito a uma concomitância em relação a um marco referencial pretérito – o tempo do “Era uma vez” (FIORIN, 1996). A referência temporal pretérita para os fatos narrados confirma que acontecia alguma coisa num tempo não concomitante ao agora do ato de enunciar: tudo se apresenta num passado, concomitante somente àquele tempo de “então”. Acontecia, naqueles tempos, a Mademoiselle, aquela sensação “afrosa”. É um tempo deslocado do agora relativo ao momento presente da enunciação.

Entretanto, tal organização temporal pretérita é desestabilizada no segundo uso do mesmo tempo verbal, sucedido por um advérbio de tempo que presentifica o narrado. O narrador relata a “sensação ‘afrosa’, como diriam as meninas na meia-língua franco-brasileira que se davam *agora* por divertimento”. “Agora” desmancha a expectativa em relação ao momento de referência pretérito adotado (o tempo de “então”). Esse advérbio de tempo articula-se à temporalidade enunciativa, cravada no presente do ato de enunciar. Logo, esse advérbio tem a função de refundar uma temporalidade idêntica ao momento da enunciação, como prevê Fiorin (1996).

O uso de “agora”, responsável pela desestabilização da organização temporal da narrativa, abre um precedente para outras desestabilizações, como a do próprio corpo de Mademoiselle, a quarentona francesa radicada no Brasil, afeita a se dispor num ambiente de limiar: entre dois idiomas (francês e português); entre dois espaços - Ruão, na França, catedral de Ruão, e cidade de São Paulo, igreja de Santa Cecília (nome de um bairro próximo a Higienópolis). A catedral de Ruão, deslocada de lá para cá, faz ambas as igrejas interessarem pelo “derrière” que elas contêm: a parte de

trás, que evoca os “baixos corporais” de Mademoiselle, maltratados: “Nos seus quarenta e três anos de idade, Mademoiselle estava tomada por um vendaval de mal de sexo” (ANDRADE, 1997, p. 59).

A noção de “baixos corporais”, que vem de Bakhtin (1987), tratados na metáfora do “vendaval de mal de sexo”, remete a “vendaval” e aos traços semânticos não só de vento forte e tempestade, mas também de grande desordem, agitação e sentimento devastador. O vendaval metaforizado leva a interrogarmos o corpo feminino tratado enunciativamente como o que permite tangenciar a própria sexualidade desejante, enquanto se apresenta aspectualmente de modo inacabado. Mas porque é inacabado, o corpo feminino atinge o máximo de densidade ou de “acabamento estético”, como previa Bakhtin (1997).

A desestabilização temporal entre o pretérito e o presente, apontada na oposição neutralizada – justamente entre passado e presente, quando o “agora” enunciativo invadiu o tempo de “então” – compõe um mundo feito de contingências e uma consciência de mundo feita de ambiguidades. Foram desfeitas expectativas de encadeamento temporal num sistema pretérito. Engendrou-se semanticamente o imprevisível. A imprevisibilidade se sistematiza: torna-se um modo recorrente de dizer ao longo do conto, o que robustece Mademoiselle no corpo precário, imperfectivo.

Somos remetidos ao corpo enunciativo inclinado a entregar-se ao imprevisto, tal qual a “pobre e afortunada” Mademoiselle – paradoxo justificado pelo investimento particularizante imprimido à figura da mulher – por meio de uma figura retórica, o paradoxo. Mas é um paradoxo bem-

vindo para as apreciações moralizantes do narrador. A figura da “quarentona” – encarnada pelo narrador como a que se permite arrebatada na entrega aos acontecimentos triviais, mundanos, transformados em delirantes e trágicos, acontecimentos vividos no devaneio das fantasias sexuais – é axiologizada pelo narrador como do Bem. É acolhida eticamente pelo narrador a figura paradoxal da quarentona ridícula e sonhadora. Nas apreciações moralizantes que faz dessa mulher, tão “mal resolvida” como diria o senso comum, define-se o posicionamento ideológico do narrador. Transgride, Mademoiselle – é dela, como de Chapeuzinho Vermelho do conto maravilhoso, o papel temático de quem escolhe o caminho tortuoso para viver nesta vida. Mas a função desempenhada no interior do conto de Mário de Andrade pelos papéis temáticos é outra, pois o ideal de presença também é outro: é a imperfectividade aspectual da pessoa.

É com Mademoiselle que o narrador se identifica, a fim de firmar um ponto de vista sobre o mundo. Ela que, contrariamente a um corpo perfectivo, dilacera-se no impacto provocado pelas emoções do mundo; ela que, muitas vezes, confunde passado com presente e se deixa arrebatada pelos vividos de sua juventude:

[...] desde a infância Mademoiselle cantava uma canção antiga em que Lisette indo em busca da primeira “paquerette”³ da primavera, topa com um cavaleiro na “lisière du bois”⁴. Está claro que o cavaleiro tomava Lisette

³ Margarida.

⁴ Fronteira do bosque. A tradução para o português dos segmentos em francês foi reproduzida das notas da edição consultada (ANDRADE, 1997, p. 143-144).

na garupa e sucedida ser um príncipe “trali-lan-lère, trali-lan-la”. Mademoiselle já tinha trinta anos feitos no Brasil, quando naquela vida mesquinha de lições e pão incerto, principiou se inquietando com a “paquerette” que ela estava desleixando de colher na primavera (ANDRADE, 1997, p. 55-56).

Da canção com um segmento de tendência onomatopaica (trali-lan-lère, trali-lan-la) emerge a “paquerette”, a margarida, que Mademoiselle deixara de colher na primavera – com a carga de expansão metafórica que a figura da flor traz consigo. Mademoiselle deixara de colher as delícias da primavera – e, pela homogeneidade de leitura trazida pelo narrado, insinuam-se tais delícias como as de um erotismo, silenciado e eloquente. Como sujeito obsessivo, com Mademoiselle, seu não poder alimenta seu querer. A enunciação acolhe a figura feminina frustrada e esperançosa. Acolhe a figura feminina que habita uma zona de limiar, jamais de limites ou de contornos bem definidos no delinear de seu corpo. O príncipe da canção antiga que Mademoiselle cantava aparece num lugar também de limiar: “la lisière du bois”. O espaço não está circunscrito a uma compartimentação dentro dos limites, por isso privilegia-se o limiar quando se fala de Mademoiselle. É semelhante o que acontece com o tempo, concebido como duração entre passado, presente e futuro.

Por meio de tais mecanismos da construção do sentido, acentua-se a intensidade do sentir. A intensidade da emoção é aumentada na mistura promovida entre o que é da ordem do fenômeno do mundo e o que é da percepção favorecida pelo olhar que prima pela sexualidade pulsante e

autocensurada. Mademoiselle quer, mas não pode e nem deve – ser satisfeita – conforme a perspectiva dela mesma sobre os fatos do mundo.

A passagem que segue é sugestiva, no relato feito pelo narrador dos equívocos de Mademoiselle. Nas figuras que concretizam as confusões da “heroína” tematizam-se, juntamente com a inevitável solidão humana, a solidão da mulher madura, sexualmente desejosa, e os interditos culturais relativos ao “mal do sexo” para a “quarentona”. Toma corpo, na figurativização actorial do enunciado, a mulher contraditória na existência íntima, e definida “exteriormente” como cravada numa classe social pobre, que encerra o problema do imigrante não abastado. O narrador acolhe para si o perfil devaneador e inadequado da professora, solto em relação a “acabamentos exteriores”, e assim o faz, para constituir-se como corpo autoral afeito à experiência do pensamento.

O narrador, cúmplice da voz autoral, fala do encontro das duas meninas, mais D. Lucia, com uma Mademoiselle bastante desconcertada, em Paris:

[...] E eram muitas as confusões.

Das melhores fora aquela quando se encontraram todas em Paris, porque Mademoiselle, cheia de apreensões, emprestara um dinheiro e partira na esperança de dizer o último adeus à mãe cardíaca. Mademoiselle chegou agitadíssima no palacete, foi sentando esbaforida, “oh, mes enfants”⁵, esquecida até das alegrias do encontro. É que estava no hol do seu hotelzinho quando entrou um homem

⁵ “Oh, minhas crianças!”.

de cartola, cavanhaque, fraque, óculos escuros, o cavanhaque era “pointu, pointu! Je me suis dit: Ce personnage vient tuer quelqu’un. Il monta au salon, pas une minute ne s’était passée, nous entendimes les cinq coups du pistolet. Dans le ventre ! »⁶ E se auxiliou desvairada do gesto homicida : « Poum » poum ! et poum!....”⁷ Olhou Dona Lúcia, olhou as meninas, assustadas, indecisa. E numa das reconsiderações leais, de quando se enganava [...]. “J’ai manqué un poum: ça fait cinq”⁸ (ANDRADE, 1997, p. 56).

É recorrente na voz de Mademoiselle que, ao se apropriar de seu turno de fala torna-se um interlocutor com voz delegada pelo narrador, apresentar-se como um corpo descoberto, diante das prescrições e interdições sociais. Entendemos que um ator incorpora um tema para se desenvolver conforme seus papéis temáticos: o tema da solidão humana, ou da inevitabilidade da solidão humana, oferecido pelo narrador do conto, narrativiza o destino do homem no mundo de modo peculiar, porque esteticamente. Isso acontece porque o aspecto imperfectivo permeia o corpo que vem à luz. Mademoiselle é imperfectiva até no modo de assimilar o tema. Ela não consegue incorporar-se ao tema da solidão tratado de modo linear: quarentona, logo, desprezada; pobre, portanto, com poucas condições para se realizar na vida; logo, recolhida na resignação. Se fizesse tais movimentos, Mademoiselle incorporar-se-ia de modo biográfico ao

⁶ “Pontudo, pontudo! Eu disse a mim mesma: esse personagem vem matar alguém. Ele subiu até o salão, e em menos de um minuto, ouvimos os cinco tiros de pistola. Na barriga!”

⁷ “Pum! pum! pum! e pum!”

⁸ “Eu esqueci um pum: são cinco”.

tema, como previsto numa lógica implicativa, aliada daquilo que poderia figurar na biografia dela: uma biografia hipoteticamente levantada a partir do conto. Se se comportasse dessa maneira, Mademoiselle firmaria seu destino humano como linearmente estabelecido numa relação de causa-efeito. Um destino em que as coisas são previsíveis. Não. Com Mademoiselle, o acaso toma o lugar privilegiado na vida, o que faz vir à tona o corpo do sujeito afeito à própria vulnerabilidade – sua, do outro, do mundo.

A heroína salta das coerções temáticas e figurativas oferecidas como interpretação generalizada do mundo e como leitura rasa do conto – e cria um mundo novo, nas vozes do silêncio que permeiam o corpo estetizado. Das figuras dos devaneios de Mademoiselle – que indicam a inadequação de seu corpo a um parâmetro de percepção, que preservaria os contornos das coisas do mundo, mantidos por um sujeito talhado na observação racional delas – destacam-se os borrões entre o que teria acontecido de fato no interior daquela ficção e o que seria imaginação que escapa ao próprio ato de narrar. Em relação ao cavalheiro, cujo cavanhaque não gratuitamente tem o atributo de “pontudo”, hiperbolizado devido à repetição, temos o corpo de Mademoiselle, soberano diante do próprio narrador, que não consegue conter os devaneios de sua criatura. Assim, processa-se o corpo estetizado, aliado a um princípio de carnavalização, na acepção bakhtiniana do termo.

Com apoio em Bakhtin (1981, p. 92), constatamos para Mademoiselle um corpo caracterizado por um “fermento carnavalesco”, aliado a um “clima de alegre relatividade”. Ao expor seu estudo sobre o

gênero cômico-sério, que desponta na literatura da Antiguidade, o teórico russo descreve a cosmovisão carnavalesca, não alijada da encarnação do corpo da heroína de Mário de Andrade e bem acolhida na encarnação do corpo autoral do nosso literato. Da citação que segue, nós nos apropriamos do que diz Bakhtin sobre gêneros da literatura para pensarmos no corpo – da personagem cravado num enunciado como o “ele” “de quem se fala” e do enunciador – ambos e simultaneamente reconhecíveis segundo ressonâncias da “cosmovisão carnavalesca”, na acepção apresentada por Bakhtin.

A cosmovisão carnavalesca é dotada de uma poderosa força vivificante e transformadora e de uma vitalidade indestrutível. Por isto, aqueles gêneros que guardam até mesmo a relação mais distante com as tradições do cômico-sério conservam, mesmo em nossos dias, o fermento carnavalesco que os distingue acentuadamente entre outros gêneros. Tais gêneros sempre apresentam uma marca especial pela qual podemos identificá-los. Um ouvido sensível sempre adivinha as repercussões, mesmo as mais distantes, da cosmovisão carnavalesca (BAKHTIN, 1981, p. 92).

O ator encarnado pode apresentar uma “cosmovisão carnavalesca”. Mademoiselle semantiza-se como corpo na imperfectividade, tanto no “acabamento estético” quanto nos resquícios de tal visão carnavalesca. Desse modo vem à luz a diferença do corpo da

“velhota” agitada, em relação àquele, plácido, das duas mulheres do anúncio de publicidade. Há outra diferença: as mulheres do anúncio apoiam-se numa “fala falada”, e Mademoiselle, numa “fala falante”. Aquela fala cristaliza-se no âmbito das “expressões já adquiridas”, de expressões de “um sentido direto”, como diz Merleau-Ponty (1991, p. 47). É a fala que, institucionalizada, é acolhida pelo jornal que veicula os anúncios e pelo narrador dos mesmos anúncios. Enquanto isso, configura-se a mulher como a estereotipia da estereotipia, com papéis compatíveis com o ideal de justa medida (nem falta, nem excesso). Ela é o “modelo” da justa medida. Esse ideal impede desestabilizações nos processos de actorialização, temporalização e espacialização. Assim desponta, do enunciado, o corpo feminino, perfectivo, o que vai ao encontro da voz que o enuncia.

Notas finais sobre a estética e o corpo discursivo

Para as notas finais, separamos dois tópicos: primeiro uma retomada do que foi exposto teórica e analiticamente; por último, uma breve reflexão sobre a conexão *teoria e prática escolar*. Indo ao primeiro tópico, notamos que, enquanto os anúncios propõem para o corpo feminino uma quase anulação da experiência do pensamento (já que tudo está programado e imposto), a mulher da ficção de Mário de Andrade afasta-se de tais coerções. Ao proceder assim, a personagem do conto afasta-se da fala ordinária e institucionalizada e se confirma como um sujeito da *fala falante*. Merleau-Ponty (1991, p. 39-88), em estudo intitulado “A linguagem indireta e as vozes do silêncio”, ao definir a *fala falante*, discorre a respeito de um movimento (que nomearíamos discursivo), inclinado a: confirmar

uma linguagem indireta; libertar o sentido cativo na coisa; ser oblíquo e autônomo; gozar de uma vida interior, da qual se beneficia o sujeito; poder convocar o corpo; apresentar-se em fase de estabelecimento da própria expressão; afastar-se das expressões já adquiridas, do sentido direto, da palavra instituída; privilegiar lacunas ou o *silêncio falante*. O corpo da “heroína”, instituído por uma linguagem de alta densidade estética, torna-se mais convocado sensivelmente do que aquele das mulheres do anúncio. Mademoiselle é o sujeito tecido entre lacunas do que seria dito linearmente.

As lacunas de um “silêncio falante” constituem condições de engendramento do que Bakhtin conclama como “acabamento estético”, assentado, por sua vez, num princípio de imperfeição que sustenta o inesperado do próprio sentido estético, de acordo com o que previu Greimas (2002). Trazidos, tais princípios, para a iconicidade do corpo do ator, ratificam-se as mulheres enunciadas em gêneros utilitários como os da publicidade conforme identidades tratadas na intencionalidade discursiva da cena publicitária enquanto, da estética literária, surge o corpo feminino na plenitude decorrente da angustiada e gloriosa – incompletude.

Cúmplice da “fala falante” merleau-pontyana é o corpo de Mademoiselle, que se mantém dilacerado no tempo e no espaço da percepção, ao longo da organização narrativa do conto. Isso favorece a bivocalidade constituinte do discurso da mulher que mistura o sério ao cômico, como lembra Bakhtin (1981, p. 93), para que se constitua a “atualidade viva” de seu corpo no movimento do devaneio, não sob o peso e a estaticidade de um “passado absoluto”:

E ria numa de suas risadas atuais, completamente falsas, corando com volúpia nas faces pálidas, sem “rouge”, a que a camada vasta do pó-de-arroz não disfarçava mais o desgaste. Era o jeito que tinha de não dar nenhuma importância ao que as três presentiam ser importantíssimo. Afinal pôde continuar, entre confusa e misteriosa, dando de ombros:

- Il y a des jours où je sens à tout moment qu’un...
« personnage » me frôle !⁹

E acentuava o « personnage », que repetia sempre num nojo despeitado (ANDRADE, 1997, p. 54)

As risadas, como expectativa da organização temporal pretérita, instituem o narrado num tempo anterior ao momento de referência presente. Tais risadas teriam outro atributo, risadas “daqueles tempos”, para que a voz do narrador mantivesse um mundo previsível e ordenado. Ressurge o uso de “atual”, que tanto significa o que vigora na época presente, quanto o que se encontra em ato. A voz do narrador, que instala de início os fatos nos tempos pretéritos, acaba por se imiscuir com a voz de Mademoiselle, diluindo os contornos dos corpos: da enunciação (do próprio narrador) e do enunciado (Mademoiselle). Na diluição dos contornos, adensa-se o princípio estético. Quanto mais o sujeito da enunciação e do enunciado permanecem entregues ao inacabamento do tempo, da pessoa e do espaço, mais emerge o corpo não circunscrito aos fatos narrados, ou à lenda narrada, como seria um romance de aventura, conforme sugeriu Bakhtin (1981). Emerge um corpo que se baseia na experiência do próprio

⁹ “Há dias em que sinto a todo momento que um ‘personagem’ roça em mim”.

pensamento, o que beneficia o tema e as figuras que, relativos a uma “fantasia livre” (BAKHTIN, 1981, p. 93), apresentam uma iconicidade renovada.

De outro lado, quando o olhar do observador, que ampara o relato do narrador, detém-se na figura de D. Lúcia, a mãe das duas meninas, e mesmo detém-se nas próprias figuras das duas meninas, são engendrados prioritariamente mecanismos de avaliação moral desenvolvida em relação ao ator do enunciado. O narrador “é responsável pelo conjunto de avaliações” (FIORIN, 1996, p. 65) que supõem, da parte da enunciação, valoração moral daquilo que se processa no enunciado. O narrador interpreta os atos de D. Lucia e das meninas.

Como constituinte da instância enunciativa, o narrador do conto tematiza a relação assimétrica de poder entre as pessoas, o que se desdobra tematicamente nos mecanismos de pressão exercidos pelos poderosos sobre os menos privilegiados. Mais que isso, porém, é tematizada a relação assimétrica de poder entre os que se presumem assentados em verdades irreversíveis e aqueles que, tal qual Mademoiselle, têm o corpo entregue aos afetos do mundo, no modo da sensibilidade e da imprevisibilidade dominantes. Ao focalizar D. Lúcia, o narrador, que se explicitará por meio do uso do pronome “nós”, chama “viciosa” a caridade da dama (p. 55) e, ao falar do conhecimento de mundo que as meninas detinham, assim se expressa:

Seria injusto afirmar que sabiam tudo e mesmo ignoravam coisas primárias, fáceis de saber, mas que nunca as surpreenderam naquele aprendizado da malícia, feito ao léu

do acaso. Mas isso elas compensavam por um saber em excesso de coisas imaginosas e irrealizáveis, que ficaríamos bem estomagados de saber, nós, usadores do mundo (ANDRADE, 1997, p. 55).

Incita a voz do narrador o viés avaliador sobre o mundo, quando ele observa estas personagens – D. Lúcia e suas duas filhas. Ao contrário, ao fazer vir à luz o corpo da “heroína”, o procedimento do narrador é outro: fica na penumbra o viés que julga como do Bem e do Mal os atores narrados – viés confirmado nesta outra alusão à mãe das meninas: “Dona Lúcia achava graça em Mademoiselle. Quer dizer, talvez nem achasse graça mais, toda entregue altivamente ao seu drama e à representação discreta da infelicidade” (p. 56). Altiva e melodramática: ao sugerir esse modo de presença para Dona Lúcia, o narrador permite que tome a frente da cena narrada seu olhar judicativo sobre a mulher.

O “drama” de Dona Lúcia – sugerido com alguma definição de sua origem, no relato que segue, sobre as meninas, que “tinham ido com o pai à Europa, um pai longínquo, surgindo raro na família e quase sem as enxergar” (ANDRADE, 1997, p. 56) – é ironizado pelo narrador. Para isso, é mantido o olhar de julgamento sobre a senhora: “Dona Lúcia é que resolveu ficar eternamente infeliz e ficou” (p. 57). Após o relato das muitas viagens feitas pelas meninas, o narrador novamente faz vir à tona o corpo de Mademoiselle, na recepção feita às recém-chegadas:

Mademoiselle fora das primeiras pessoas que visitaram as recém-chegadas. Tivera um surto inadequado de lágrimas

que até divertira as meninas. Se abraçara muito com elas, soluçando “mes PAUVRES enfants!”¹⁰ Dona Lúcia até não conseguiu guardar o gesto de impaciência, e a professora envelhecida ficara muito reta na cadeira, envergonhada do arroubo anacrônico, aproveitando o esforço das outras visitas no reerguer da conversa, pra consertar a polvadeira lívida do rosto que as lágrimas listravam (ANDRADE, 1997, p. 57).

A cena do rosto carregado de pó-de-arroz, enfatizando a superfície facial “que as lágrimas listravam”, ao conceder às lágrimas o poder de fazer riscos na face da “professora envelhecida”, aumenta aquilo que Bakhtin chama de “fusão do sublime e do vulgar, do sério e do cômico” (BAKHTIN, 1981, p. 93). Bakhtin (1981, p. 93), ao comentar o romance polifônico de Dostoiévski, afirma: “Os heróis dostoiievskianos nada excluem de sua vida, exceto uma coisa: o comportamento socialmente bem educado do herói plenamente personificado do romance biográfico e familiar” (p. 88). Mademoiselle confirma essa exclusão.

Como temos visto, a figura feminina, concebida como ator do enunciado, remete a distintos modos de dizer, que dizem respeito a estilos diferentes. O estilo, que é “o homem”, desde Buffon (1753; 1992), numa estilística discursiva é também corpo, voz, tom de voz e caráter. Entendido como efeito de identidade produzido no interior dos próprios textos, o corpo, que é o estilo, firma-se como: (a) responsivo às coerções da esfera da comunicação e aos ideais históricos e sociais; (b) delineado conforme o

¹⁰ “Minhas POBRES crianças!”

tratamento ético e estético imprimido à mulher que habita as cenas enunciadas. Em ressonância com o feminino posto em destaque nos enunciados, temos, na enunciação, um corpo ou perfectivo ou imperfectivo. Para isso, vêm à tona indicações enunciativas espalhadas no enunciado, as quais, quanto ao tempo-espaço da percepção, são apresentadas conforme o que faz ver os contornos das coisas do mundo, para que se processem corpos e mundos ou “acabados” ou, no caso dos contornos borrados, com brechas da precariedade. A figura feminina confirma-se nos enunciados como um processo de condensação da figuratividade, o que diz respeito aos distintos modos de apresentação do corpo: cravado no próprio enunciado, de acordo com o ato de dizer, o qual se apresentará mais em processo, inacabado, portanto, ou menos. São os simulacros que se confirmaram circulantes entre mídia e literatura.

Nos discursos, podemos reconhecer a configuração do corpo autoral se examinarmos o tratamento conferido a um ator do enunciado: o “ele” que, como personagem, é processado pouco a pouco numa narrativa; o ele “de quem se fala” e que, como criatura, reflete e refrata querer e saberes do enunciador. O tratamento concedido ao ator do enunciado antecipa um estilo. O modo de forjar a criatura reverbera o ponto de vista do enunciador sobre o mundo. Escolhemos apresentar esse movimento na figura discursiva da mulher.

Procuramos a imagem da mulher delineada nos textos, como estratégia de persuasão do enunciador em relação ao leitor e como indicações dos modos de sentir o mundo desse mesmo enunciador. O modo de construir, no discurso, o ator mulher remete ao *ethos* do enunciador,

respaldo para determinado estilo. O *ethos*, como a imagem do enunciador (do orador) apreensível a partir daquilo que é enunciado ou dito (o *logos*) e emparelhado às disposições passionais do auditório (o *pathos*) é noção herdada da retórica de Aristóteles (384-322 a.C.). A partir daí confirma-se o estilo como um modo recorrente de dizer que funda uma voz, um tom de voz, um caráter, um estilo. Dos anúncios vai-se ao estilo do gênero; do conto, vai-se ao estilo autoral.

Notas finais sobre a conexão entre a teoria e a prática escolar

Indo para a conexão da teoria com a prática escolar, emergem algumas perguntas: Será possível trazer a teoria do interior dos pátios das universidades e fazê-la apropriada a um discurso de divulgação ampla do conhecimento, orientado para a prática escolar, exercida no dia a dia das aulas da educação básica? Entendemos que podemos encontrar algumas respostas a essas interrogações a partir do assentimento do agente escolar em se lançar na tentativa de descrição da identidade do enunciador; o consentimento do agente escolar (professor, aluno e outros) em examinar, no interior dos textos, como se processa o corpo de um sujeito singular e único, mas singular porque é plural, e único porque é duplo: esse sujeito que é visto como imagem de quem diz colhida pelo leitor.

Na atividade *ensino / aprendizagem*, um modo prático de depreender o *ethos* do enunciador no interior dos discursos é examinar como o sujeito que enuncia dá indicações, no interior daquilo que ele mesmo diz, das interpretações que ele faz do mundo. Para “falar” nos seus discursos, o enunciador ordena o mundo num viés jamais idêntico à ordem

das coisas que preexistem ao próprio discurso. A respeito do tema da feminilidade, sobre o qual nos detivemos, os ângulos de visão sobre a figura da mulher demonstraram dar encaminhamento peculiar ao corpo do ator do enunciado e ao corpo do ator da enunciação.

A enunciação e o enunciado estão entrelaçados necessariamente. O corpo do enunciador se processa no modo de criar o corpo do ator do enunciado. A fim de apreender o *ethos* discursivo, um passo sugerido para a metodologia de ensino é examinar como determinado tema concretiza-se no corpo de um personagem. Assim, podemos começar o garimpo em relação à construção de identidades enunciativas no interior dos discursos: essas identidades que, concebidas como diferentes estilos, remetem ao corpo autoral.

Outro passo é partir do princípio de que o contexto não é um envelope do texto, para o que contribui olhar para as vizinhanças entre o quadro de pensamento de Bakhtin e aquele da Análise do Discurso (AD) de linha francesa. O olhar de Bakhtin sobre as questões da linguagem não se opõe aos desenvolvimentos feitos pela Análise de Discurso francesa, no veio trazido à luz por Dominique Maingueneau (2005). O analista francês postula o primado do interdiscurso sobre o discurso, o que converge para o pensamento de Bakhtin e do círculo de estudiosos do qual o russo faz parte, estes que propõem para o signo a propriedade de ser ideológico. O conceito de signo como arena de conflitos sociais, conforme prevê Bakhtin, compreende a polêmica constitutiva do sujeito e do discurso conforme prevê a AD.

O contexto, entendido como interdiscurso pode ser comprovado na prática escolar no exame feito de gêneros do “discurso da vida”, distintos daqueles do “discurso da arte” (VOLOSHINOV, 1976)¹¹. Lá, ancorar-se-ia a *fala falada*; cá, a *fala falante*, respeitadas as especificidades de origem das proposições. Para tanto, pode ser trazida no cotidiano do ensino de língua portuguesa (não desvinculado do trabalho com a literatura e com outros discursos) a comparação entre um texto literário (o conto de Mário de Andrade que privilegiamos é um exemplo) e anúncios publicitários da época. A preocupação será manter em pauta de análise uma invariante, uma constante, que pode ser temática (o tema da feminilidade) e o modo como o tema é orientado na construção do ator do enunciado, a mulher – tal como a figura de anúncios e de um conto.

Também consideramos funcional o olhar voltado para a lateralidade do ensino da língua portuguesa com o ensino da História. Apenas esboçamos este movimento, ao considerar a obra “Mulheres e crianças na imprensa paulista” (1920 – 1940). Mas a interdisciplinaridade pode avançar no exame das necessidades e das possibilidades para a composição da figura da mulher que, como corpo discursivo, convoca determinado tempo e espaço da percepção juntamente com sua historicidade: uma mulher crivada diferentemente pela linguagem, feita discursos: o discurso historiográfico; o literário; o publicitário; outros.

Colhemos daqueles jornais da década de 1930 exemplares de anúncios publicitários, que tematizaram a feminilidade e a concretizaram na

¹¹ Consultamos a obra referida na tradução feita por Faraco e Tezza com finalidade didática, conforme consta das Referências Bibliográficas.

figura da mulher-modelo. Examinar como o ator-mulher, personagem de anúncios de décadas afins com a produção de uma obra de arte, faz dialogarem estilos de gêneros e favorece a emergência de estilos autorais pode ser um exercício favorável ao reconhecimento do diálogo entre discursos, entre os próprios gêneros e os estilos. Seria um exercício a ser desenvolvido em sala de aula e como pesquisa extraclasse – com exemplares de outros gêneros discursivos postos em diálogo. Paralelamente, na problematização do contexto como interdiscurso, o aluno debaterá como e por que a história do Brasil instala-se nos discursos literário, publicitário e outros, enquanto cada discurso reconstrói o mundo sob um ângulo de visão. Cada ângulo, atrelado às funções da linguagem, como a utilitária, de um anúncio, como a poética, exercida em sua densidade máxima num conto literário, remete ao corpo do sujeito que enuncia. Procurar esse corpo favorece a acuidade de leitura e produção de texto.

Por outro lado, constitui um desafio que aguça o desejo de ler o que está aparente nos textos, e o que está aquém das aparências (no plano do conteúdo deles), considerar o plano da expressão e as funções das unidades que o compõem, seja num texto visual, como uma pintura, seja num texto sincrético, como anúncios publicitários. Entre os textos sincréticos, também podem ser analisados outros que, entre as linguagens de manifestação, podem juntar ao verbal, como a expressão melódica, a gestual, entre outras. Nos anúncios, o monocromatismo do preto e branco, ao lado da centralidade das figuras femininas privilegiadas em posição frontal, fez o contexto falar a partir do interior do texto: um sistema de

aspirações fincadas no privilégio da estabilidade da percepção e da configuração da ordem social. Daí despontou o tema da feminilidade que, pelo modo de ser tratado, remeteu ao *ethos* do enunciador no texto verbo-visual, considerado um todo de sentido, por isso dito sincrético. O *close-up* do rosto da mulher, que afirma “Dirijo tranquila” orientou o olhar do espectador, no destaque da figura, contrastante com a claridade da luz do fundo. Da imagem da mulher disposta no extremo direito do quadro, para onde converge o olhar do observador, fica fortalecida a programação da persuasão. O narrador implícito e a mulher firmam-se ambos dedicados a vender o produto, como pede o estilo do gênero.

Não é impossível levar grupos de alunos a descrever como anúncios publicitários operam com determinado tema. Nos casos descritos aqui, ambos os anúncios demonstraram operar com o tema da feminilidade, iluminado pelo viés utilitarista: desse modo, o enunciado projeta uma finalidade certa para a persuasão. Essa finalidade, se não for cumprida, inviabiliza todo o discurso. Na publicidade é estabelecido, entre enunciador e enunciatário, um objeto de desejo que deve ser partilhado entre ambos. O empenho para partilhar os valores veiculados fez unir o ator da enunciação e o ator do enunciado (a mulher-modelo) num único corpo, o que impediu que surgisse um lugar *fora de...*, um lugar de soleira da porta, ou de *exotopia*, o que favoreceria o acabamento estético bakhtiniano. Assim podem ser cotejadas as linguagens artísticas e aquelas não artísticas: o discurso literário, por exemplo, comparado com o discurso da publicidade.

Pode alcançar um bom rendimento examinar com os alunos como e por que se processa o arremate estético do discurso, tão menos estético,

quanto mais dependente for da adesão do leitor, levado a fazer alguma coisa – adquirir um produto ou “comprar” uma ideia, como está proposto no anúncio. Mas essa adesão, vinculada à venalidade do sonho, faz com que o sonho ampare a venda e o consumo do produto apresentado. Não é o sonho livre, próprio à experiência do pensamento, como ocorre à desajeitada Mademoiselle. No caso do texto de arte literária, o sonho se fortalece na imperfeição – do corpo do autor e do herói – isso pode animar, no sentido de motivar a classe que quer entender o mundo, via estudos formalizados na escola.

Pode contribuir com a aprendizagem a ser desenvolvida descrever como, no discurso publicitário, a mulher torna-se mero expediente de uma enunciação altamente persuasiva para a finalidade utilitária, o que faz decrescer a estesia, como princípio de sensibilidade (anestesia é falta de sensibilidade), embora possamos falar da estética da publicidade.

Interessa à prática escolar procurar descrever como é deflagrada a polêmica, velada embora, entre uma imagem e outra de mulher – depreendidas cada qual de duas totalidades distintas: o estilo do gênero “anúncio publicitário”; o estilo autoral, de um literato, projetado numa unidade examinada – optamos por examinar um conto.

A interrogação é um bom começo para a investigação dos mecanismos de construção do sentido que levam à configuração do corpo: do ator do enunciado e, concomitantemente, do ator da enunciação. Como dialogam a mulher dos anúncios com a heroína do conto? Esse é o exemplar de procedimento que elegemos. Mas haverá outros, para que se persiga o

diálogo entre discursos, gêneros, estilos, a partir do tratamento concedido a um tema, que se transforma na concretude de um corpo de ator.

O aluno notará que há uma polêmica entre as protagonistas do conto de Mário de Andrade e as dos anúncios. Lembrado de que a polêmica é constitutiva de qualquer discurso e de qualquer sujeito, a pergunta será: Onde a polêmica é mais intensa, porque mais concentrada e impactante – entre atores da mídia e da literatura? O anúncio do financiamento da casa própria se definirá como o que deflagra mais intensamente a polêmica constitutiva entre Mademoiselle e a mulher que está: *Pensando na vida? Pensando no namorado? NÃO! Esta moça está pensando em ser dona da sua casa – e isso é tão fácil!*

Mediante um narrador mais presentificado em relação ao do primeiro anúncio (presentificado por meio do uso do demonstrativo “esta” e do emprego do advérbio modalizador “tão”, em “tão fácil”, além do uso da exclamação já notificado) – temos uma cena enunciativa que parece assinalar um julgamento assumido inteiramente pela enunciação. Isso está calcado na ilusão de transparência do que é dito: não há pressupostos, não há subentendidos. Mas é efeito de sentido, a tal transparência: ela ajuda a construir, em ambos os textos publicitários, a prioridade à distensão entre sujeito e mundo.

Para isso, o enunciador agiu sobre o enunciatário por meio da figura feminina, nova, para a época, porque independente para financiar a casa própria ou para ser a motorista de um carro próprio. Um mundo teleguiado pela programação do existir – eis o que se apresenta como o que há, de modo tão diferente do ambiente semântico construído por Mário de

Andrade. O modo de construir mundos no interior dos textos é um ponto de partida para interrogar estilos na prática escolar e, com eles, os corpos dos sujeitos trazidos para a cena dos discursos.

A diferença que pode alcançar maior rendimento no trabalho escolar pode estar no cotejo entre a mulher ajustada à enunciação de Mário de Andrade e aquela ajustada à enunciação da propaganda. Discutir como e por que são firmados distintos modos de construir a imagem da mulher é instigante para o diálogo professor-aluno. Mais instigante ainda será, na pausa para verificar a oposição *acabamento vs. inacabamento* do corpo: como o aspecto (perfectivo ou imperfectivo, que está nos verbos) pode ajudar a olhar para o *ethos* de um anúncio e de um conto; enquanto aquele privilegia o primeiro termo aspectual, o *ethos* do escritor modernista privilegiou o segundo, como vimos.

Nos anúncios, embora a mulher esteja no centro da superfície visual, seu papel de cidadã daquele universo ou de cidadã no mundo está secundarizado pela finalidade persuasiva de vender o produto – o óleo para o carro, o financiamento da casa própria. É um corpo feminino acabado, já que é mero instrumento para vender o produto. A mulher dos anúncios é construída segundo uma linha das evidências que bem definem seu corpo plástico (visível no plano da expressão) e ético (apreensível pelo modo como a enunciação trata a feminilidade) – numa noção de iconicidade alargada. Um traçado seguro, distante do inexprimível, aliado das exigências da clareza, ampara o desejo de manutenção do estado das coisas e manutenção da suposta ordem do mundo – nos anúncios – o que pode ser garimpado analiticamente em gêneros discursivos afins.

Pode movimentar a prática escolar verificar como se compõe a negação de uma estética por outra – para o que concorre o cotejo da literatura com outros discursos. Examinar como a presença dos atores migra de um discurso a outro leva a pôr em prática o princípio relativo ao primado do interdiscurso. A presença da mulher do anúncio é negada no interior do conto de Mário de Andrade e vice-versa. Fica confirmado que o *outro* não pode ser pensado como uma espécie de capa que eu visto. O outro me constitui como identidade – isso pode emergir do exame da relação do corpo do ator da enunciação com o corpo do ator do enunciado; dos corpos diferenciados no cotejo entre um discurso e outro. O sentido é diferencial, sabemos desde Saussure.

Mademoiselle permite ser reconhecida nas entrelinhas do anúncio e as mulheres do anúncio permitem ser reconhecidas no interior do conto – cada uma como a negação do seu contrário. Esse princípio da diferença constituinte da identidade estimula a curiosidade do estudante. Outra diferença, que volta à tona e que está na base das especificidades da literatura diante de outros discursos, funciona como desafio que também alarga a curiosidade pelo conhecimento a respeito da linguagem. Entre os textos da publicidade e o conto literário, a diferença que se sobrepõe a todas as outras, é a estesia do *logos*: no anúncio, a estesia, como princípio de sensibilidade do ator da enunciação, como recriação impalpável do sentido do mundo pelo *logos*, é minimizada. A mulher dos anúncios não se apresenta segundo a emoção vivida pela linguagem verbo-visual. Essa emoção é lá atenuada diante da racionalidade do objetivo da venda – que mantém em segredo o lado financeiro, motivo desencadeado pelo lucro do

anunciante. Está lá a racionalidade do lucro, mas não parece estar, conforme as coerções do gênero “anúncio”. Desvendar esse “segredo” no discurso publicitário é caminho aberto para investigações sobre a linguagem num âmbito interdiscursivo.

A mulher dos anúncios e a heroína do conto estão, portanto, cravadas cada qual num polo oposto da categoria *acabamento vs. inacabamento* dos corpos. Entendamos categoria como uma oposição que se fundamenta numa semelhança: *claro vs. escuro* (semelhança – luminosidade). Pensemos na categoria *acabamento vs. inacabamento*, cravada na feição aspectual que a enunciação procura atribuir aos corpos discursivos. Essa categoria, contemplada em relação à figura da mulher e à configuração do corpo aural, que incluiu aqui a imagem acabada de uma mulher secundarizada no discurso dos anúncios, pode ocorrer também na definição de outros corpos, em outros discursos.

Podemos dar um passo à frente, ainda, no reconhecimento do *pathos* relativo ao auditório, ou ao leitor. A partir daí vêm outras interrogações a serem enfrentadas com os alunos: Quais são as disponibilidades emocionais desencadeadas pelo *ethos* que emerge dos discursos como a imagem do enunciador (orador, como queria Aristóteles)? Quais são as paixões favorecidas pelo gênero, como o anúncio e o conto? Estaria lá a paixão da falta, como a insatisfação por não ter o produto propagandeado? Além dessa paixão, haveria outra, como a serenidade ostentada pelas mulheres? E no conto? Seria ele propício a favorecer que tipo de paixão no leitor? O leitor do conto se identificaria com a angústia de quem enfrenta a experiência do próprio pensamento? As paixões seriam

descritas também como efeito de sentido – um sentido construído no interior dos textos, no tratamento concedido a determinado tema – como a feminilidade, que foi o recorte aqui apresentado. Entre uma interrogação e outra, podem ser examinados os encontros e os desencontros entre éticas e estéticas. A prática escolar seria beneficiada se o agente (professor e aluno) enfrentasse o princípio de que a constituição de seus próprios corpos mais se robustece pelas interrogações e menos se fortalece na clareza das respostas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Mário de. **Contos Novos**. Coleção Ler é Aprender. Consultor técnico: Frederico Barbosa. São Paulo: Jornal *O Estado de S. Paulo*/ Klick Editora, 1997, v. 4.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da Poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária, 1981.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. O contexto de François Rabelais. Trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Editora Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.

BAKHTIN, Mikhail. (Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1988.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

- BAKHTIN, Mikhail. “Arte e responsabilidade”. *In*: Mikhail Bakhtin. **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p. XXIII –XXIV.
- BUFFON, Georges-Louis Leclerc de. **Discours sur le style**. Castelnau-le-Lez : Éditions Climats, 1992.
- CAMPOS, Raquel Discini de. **Mulheres e crianças na imprensa paulista, 1920-1940: educação e história**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.
- DISCINI, Norma. **Intertextualidade e conto maravilhoso**. 2 ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.
- FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**. As categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996.
- GREIMAS, Algirdas Julien. **Da imperfeição**. Trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Trad. Alceu Dias Lima *et al.* São Paulo: Contexto, 2008.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. 2. ed. Trad. J. Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- MAINGUENEAU, Dominique. “A propósito do *ethos*”. *In*: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. (Orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 10-29.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Signos**. Trad. Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Trad. Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

PERRAULT, Charles. “Chapeuzinho Vermelho”. In: **Contos de Perrault**. Trad. Olívia Krähenbül. São Paulo: Cultrix, 1963.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. 2. ed. Trad. Antônio Chelini; José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 1970.

VOLOŠINOV, Valentin. “Appendix I: Discourse in Life and Discourse in Art” (Concerning Sociological Poetics). In: VOLOŠINOV, Valentin. **Freudianism**. A Marxist Critique. Trad. I. R. Titunik. New York/ London: Academic Press, 1976, p. 93-116.

VOLOSHINOV, Valentin; BAKHTIN, Mikhail. **Discurso na vida e discurso na arte**: sobre poética sociológica. Trad. C. A. Faraco e C. Tezza. [Tradução para uso didático]. Disponível em: www.uesb.br/ppgcel/Discurso-Na-Vida-Discurso-Na-Arte.pdf Acesso em: 19 de maio de 2017.

WÖLFFLIN, Heinrich. **Conceitos Fundamentais da história da arte**: o problema da evolução dos estilos na arte mais recente. 4. ed. Trad. João Azenha Jr. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ZILBERBERG, Claude. “Présence de Wölfflin”. In: **Nouveaux Actes Sémiotiques**, Limoges: Pulim, 1992, v. 23-24.

ZILBERBERG, Claude. **Elementos de semiótica tensiva**. Trad. Ivã Carlos Lopes; Luiz Tatit e Waldir Bevidas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.