



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES  
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS**

**CARLA TAMIRES PEREIRA BEZERRA**

**MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSIVIDADE: UM DIÁLOGO ENTRE  
GERAÇÕES NA (DES)CONSTRUÇÃO DA AMÉLIA**

**CAMPINA GRANDE  
2017**

**CARLA TAMIRES PEREIRA BEZERRA**

**MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSIVIDADE: UM DIÁLOGO ENTRE  
GERAÇÕES NA (DES)CONSTRUÇÃO DA AMÉLIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de título de Licenciatura Plena em Letras, habilitação em Língua Portuguesa, pelo Departamento de Letras e Artes do Centro de Educação da Universidade Estadual da Paraíba.

Sob a orientação do Prof. Dr. J.J Domingos

**CAMPINA GRANDE-PB  
2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

B574m Bezerra, Carla Tamires Pereira  
Memória discursiva e interdiscursividade: um diálogo entre  
gerações na (des)construção da Amélia [manuscrito] / Carla  
Tamires Pereira Bezerra. - 2017.  
41 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras  
Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Educação, 2017.

"Orientação: Prof. Dr. José Josemir Domingos da Silva,  
Departamento de Letras".

1. Análise do discurso 2. Memória Discursiva 3.  
Interdiscurso I. Título.

21. ed. CDD 401.41

CARLA TAMIRES PEREIRA BEZERRA

MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSIVIDADE: UM DIÁLOGO ENTRE  
GERAÇÕES NA (DES)CONSTRUÇÃO DE AMÉLIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como  
requisito para obtenção de título de Licenciatura Plena em  
Letras, habilitação em Língua Portuguesa, pelo  
Departamento de Letras e Artes do Centro de Educação da  
Universidade Estadual da Paraíba.

Aprovada em: 02/05/2017.

BANCA EXAMINADORA

*José Josemir Domingos*

Prof. Dr. JOSÉ JOSEMIR DOMINGOS DA SILVA- UEPB (Orientador)

*Tânia Maria Augusto Pereira*

Prof.ª. Dr.ª Tânia Maria Augusto Pereira- UEPB (Examinadora)

*Linduarte Pereira Rodrigues*

Prof. Dr. Linduarte Pereira Rodrigues - UEPB (Examinadora)

CAMPINA GRANDE-PB

2017

À minha família, por todo apoio e  
dedicação.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha família por acreditarem em mim, principalmente a minha mãe por anos afincos de companheirismo e apoio.

Ao professor Domingos por toda sua dedicação durante a produção do trabalho, e por todas as indicações de leitura e proporcionar um leque de possibilidades e saberes.

Ao meu namorado Luíz Henrique por todo apoio e companheirismo.

Aos meus amigos Edivanda Clementino, Vivian Araújo, Amanda Gabriele, Lidiane Arruda, Sara Gomes e Laís Nicacio, entre outras, que durante esses anos de graduação dividimos alegrias, saberes e aflições.

Aos professores Anacã Agra, Kalina Naro, Tatiana Santana, Linduarte Rodrigues, Tânia Pereira, Marta Ramos, entre outros, por todos os ensinamentos.

Um homem não me define  
Minha casa não me define  
Minha carne não me define  
Eu sou meu próprio lar  
- Francisco, El Hombre

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	08
<b>2. CONTEXTUALIZANDO A TEORIA</b> .....	10
2.1 MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSO .....	11
<b>3. A MULHER, A HISTÓRIA E A MÍDIA</b> .....	13
<b>4. A DES(CONSTRUÇÃO) DA AMÉLIA</b> .....	17
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	33
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	35
<b>ANEXOS</b> .....	36
ANEXO I “Ai que saudade de Amélia” .....	37
ANEXO II “Desconstruindo Amélia”.....	38
ANEXO III “bela, recatada e do lar” .....	40

## MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSIVIDADE: UM DIÁLOGO ENTRE GERAÇÕES NA (DES)CONSTRUÇÃO DA AMÉLIA

**RESUMO:** O presente trabalho tem como objetivo analisar discursivamente estereótipos femininos que circulam na mídia. Para tanto, montamos um mini arquivo, do qual, trabalharemos como corpus a letra das canções "Ai que saudade da Amélia", de Mario Lago e Ataulpho Alves, produzida no ano de 1942. Em contraponto, destacamos a música "Desconstruindo Amélia", da cantora Pitty e Martin Mendonça, produzida no ano de 2009, a campanha da skol "saindo do passado" e a manchete da revista Veja "Marcela Temer: bela, recatada e do lar" com ressaltos ao processo de desconstrução do estereótipo "ameliano" e de que forma o mesmo se materializa em outros enunciados. Na análise do corpus nos deteremos aos Conceitos da Análise do Discurso: memória discursiva e interdiscurso. Referente à teoria, nos reportamos aos teóricos Foucault (1995), Pêcheux (1999), Gregolin (2007), Orlandi (2003), como aporte teórico sobre os estudos feministas destacamos Beauvoir (1980), Scott (1992), Louro (2003), Dell Priore (2000). Na segunda canção, como o próprio título sugere, a ideia central consiste na desconstrução do paradigma da mulher designada "Amélia". A partir de uma análise interdiscursiva compreendemos as referências à música de Mario Lago, com o objetivo de ressignificar uma "outra Amélia" visto que, esse nome tem uma carga ideológica devido às atribuições valorativas e sociais presentes no sujeito (Amélia) representado na música. Portanto, a memória discursiva possibilita a retomada do discurso já-dito, de forma que o atualiza à historicidade do acontecimento discursivo. Desse modo, estabelecemos um diálogo entre gerações referente aos lugares construídos socialmente para as mulheres.

**PALAVRAS CHAVE:** Amélia. Memória discursiva. Interdiscurso

### 1. INTRODUÇÃO

Destacamos como principal materialidade discursiva do nosso artigo o estereótipo "ameliano" presente nas canções "ai que saudade da Amélia" e "desconstruindo Amélia" e as relações entre os dois suportes discursivos e de que forma ocorre a desconstrução de um padrão idealizado pela sociedade. Um dos principais elementos que destacamos é a forma como ocorre essa relação mulher e sociedade: a valorização de uma manifestação artística está diretamente ligada aos valores sociais de uma determinada sociedade? Sendo a sociedade dinâmica,

passível de transformações sociais e culturais, como é possível reconstruir os valores atribuídos socialmente às mulheres? De que forma a mídia exerce um papel na tentativa de (des)construção de paradigmas e empoderamento feminino?

Diante de todas essas inquietações, que certamente pairam sobre o trabalho aqui proposto, o aspecto que nos interessa ressaltar diz respeito a *corporata* que serão aqui apresentados, e os possíveis efeitos de sentido que provocam na sociedade, estabelecendo outras possíveis posições enunciativas para os sujeitos.

Analisamos os lugares discursivos construídos historicamente para as Amélias, em que as mesmas já não se configuram mais como apenas um simples nome próprio, mas um signo carregado de valor ideológico, e historicamente marcado desde o surgimento da música "Ai que saudade da Amélia" e atravessado por sujeitos distintos que nos revelam lugares discursivos que se contestam. Em um primeiro momento temos uma Amélia esboçada sobre o viés masculino em um determinado período histórico, em que já se constituía um momento de rupturas de paradigmas no âmbito feminino. Em um segundo momento temos um sujeito que reflete sobre sua própria condição, enquanto mulher. Evidenciamos como o discurso sobre as mulheres na canção "Ai que saudade da Amélia" é atualizado em outros suportes discursivos, revelando uma persistência do estereótipo "ameliano", materializado na manchete da revista *Veja*: "Marcela Temer: bela, recatada e do lar".

Portanto, nos interessa observar como ocorre o processo de desconstrução da Amélia, assim como esse discurso estereotipado ganha outras significações na atualidade, esboçado a partir de uma sexualização feminina a exemplo de fetiche para consumo de bebidas, e como ocorre esse processo de desconstrução na mídia. Para tanto, utilizamos como materialidade discursiva a campanha da Skol "Saindo do passado". A nossa análise é feita a partir dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, exploramos as noções de interdiscursividade e memória discursiva. Analisamos as fontes enunciativas e as vozes presentes no estereótipo "ameliano" e de que forma essas condições de produção se inscrevem na materialidade dos enunciados.

No primeiro tópico debruçamos sobre a formação teórica da Análise do

discurso e suas respectivas épocas históricas. Os conceitos de memória discursiva e interdiscurso são constituintes das bases teóricas do trabalho em relação aos *corpora*. No ponto “A (des)construção da Amélia” é delimitado a constituição do *corpus* no seguimento das desconstruções de estereótipos femininos.

A proposta do trabalho nasceu justamente pelo fato da existência de vários estereótipos femininos que, normalmente, deixam as mulheres à margem da sociedade em detrimento ao sexo oposto. Seguindo essa perspectiva, o trabalho aqui proposto poderá contribuir de forma efetiva para o reconhecimento desses padrões naturalizados pela sociedade, e dessa forma gerar uma visão crítica da comunidade acerca desses lugares discursivos construídos historicamente sobre a mulher.

## 2. CONTEXTUALIZANDO A TEORIA

No que concerne à teoria, enveredamos pela Análise do Discurso (AD) de linha francesa. Essa teoria apresenta três épocas, AD1, AD2 e AD3, que consistem em mudanças teóricas, assim como reelaboração de conceitos.

Fundador da escola Francesa de Análise do Discurso, Pêcheux (1990) argumenta que a ideologia se manifesta na/pela linguagem, e apresenta à teoria em três épocas.

A AD-1 é uma época caracterizada por uma maquinaria discursivo-estrutural, que configura o processo de produção discursiva como autodeterminado e fechado em si. Nesse sentido, os sujeitos acreditam ser produtores de seus discursos, porém não passam de assujeitados. Na segunda época, AD2 surge o conceito de formação discursiva, conceituado por Michel Foucault (1995), esse dispositivo teórico que desencadeia o processo de transformação na concepção do discurso. Nesse momento de reformulação teórica aparece a noção de interdiscurso, designando o exterior de uma formação discursiva. A noção de sujeito permanece como efeito de assujeitamento à formação discursiva a qual ele se identifica.

Na terceira época, AD3, a ideia de homogeneidade enunciativa é

abandonada como resultado da interação cumulativa de momentos de análise linguística e discursiva, e passam a ser abordadas as reflexões sobre o viés da heterogeneidade. Segundo Pereira (2009, p. 88) "nesta época, temos um sujeito manifestado pela relação com o outro, dividido, disperso, que ocupa vários lugares sociais, e em cada deles os sentidos dos seus enunciados muda. É a época da interdiscursividade que se caracteriza pelas relações entre vários discursos"

A AD, pelo seu caráter interdisciplinar, nos permite refletir e analisar sobre outros campos de conhecimento, a partir das teorias sobre a produção dos sentidos sociais. Dessa forma, o analista recorre a outros campos teóricos exteriores à Linguística, e os leva para o interior desta. Isso possibilita explorar as representações femininas na sociedade, a partir de uma construção histórica.

## **2.1 MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSO**

No interior do arcabouço teórico da AD, a noção de memória discursiva não se refere as nossas lembranças, mas, a uma memória social construída no social histórico, ou seja, uma memória coletiva de um determinado grupo social. Conforme Pêcheux (1999, p.52), a memória consiste em:

Aquilo que face a um texto que surge como acontecimento a ser lido, vem restabelecer os "implícitos"(quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos transversos etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível.

Dessa forma, o leitor de um determinado enunciado, para a construção de sentido estabelece relações com o já-dito a partir de uma lembrança coletiva, de forma consciente ou inconsciente, que podem ser refutadas ou reformuladas.

Os enunciados carregam consigo suas condições de produções, portanto, a historicidade se faz presente na materialidade discursiva. Segundo Fischer (2001, p. 204) os atos enunciativos "se inscrevem no interior de algumas formações discursivas e de acordo com um certo regime de verdade, o que significa que estamos sempre obedecendo a um conjunto de regras, dadas historicamente, e

afirmando verdades de um tempo". Dessa forma, na música "Desconstruindo Amélia" a compositora retoma um já-dito presente na música "Ai que saudade de amélia" na tentativa de ressignificar essa representação feminina de acordo com o atual contexto vivido, no caso o ano de 2009. Conforme Foucault (*apud* COURTINE 2009, p. 15) "domínio da memória, que constitui a exterioridade do enunciável para o sujeito enunciator na formação dos enunciados "preconstruídos", de que sua enunciação de apropria", ou seja, o discurso possui outras fontes enunciativas presentes no imaginário coletivo, em que o leitor as reconhece e reconstrói o sentido a partir da memória discursiva.

A presença de outras vozes no discurso, como exemplo o nosso *corpus* que traz o estereótipo "ameliano", nos leva à noção de interdiscursividade, em que o discurso é constituído por outros discursos, seja pelos já ditos, em um dado lugar e momento histórico, seja por aqueles a serem produzidos. De acordo com Fischer (2001, p. 212) "considerar interdiscursividade significa deixar que aflorem as contradições, as diferenças, inclusive os apagamentos, os esquecimentos; enfim, significa deixar aflorar a heterogeneidade que subjaz a todo discurso". Compreendemos que os discursos são atravessados por outros, e que se constituem a partir de uma referência anterior. Essa dispersão dos sujeitos e dos enunciados se faz presente no *corpus* aqui analisado, em que os discursos se reformulam e se contestam a partir da mesma materialidade discursiva, e o que demarca essas contradições no âmbito dos discursos são as posições ideológicas.

Segundo Foucault (1995, p. 112), "um enunciado tem sempre margens povoadas de outros enunciados". Os enunciados são constituídos por outros, a partir de diferentes momentos históricos e lugares sociais, dentro de uma formação discursiva. Ao analisarmos discursivamente o título da canção "Desconstruindo Amélia" podemos concluir que o mesmo é povoado por outros discursos, como por exemplo, o estereótipoameliano da canção "Ai que saudade da Amélia", e também pelo discurso feminista de desconstrução de paradigmas sociais. Nesse entrelaçamento de discursos está presente a noção de interdiscurso.

### 3. A MULHER, A HISTÓRIA E A MÍDIA

Triste louca ou má  
 Será qualificada  
 Ela quem recusar  
 Seguir receita tal  
 A receita cultural  
 Do marido, da família  
 Cuida, cuida da rotina  
 -Francisco, El Hombre

As mulheres durante toda a história foram submetidas a restrições, sejam elas sexuais, intelectuais ou trabalhistas. Desse modo, os papéis sociais foram divididos por gênero, pela sociedade, governo e até moldado pela religião, durante um longo período histórico. A imposição de um conjunto de comportamentos, regras, normas e deveres delimitados na conjuntura social, resultaram em diversos padrões e possíveis estereótipos que limitam as mulheres a um grupo social alvo de preconceitos. Conforme pontua Araujo (1997, p. 45)

Das leis do Estado e da Igreja, com frequência bastante duras, à vigilância inquieta de pais, irmãos, tios, tutores e à coerção informal, mas forte, de velhos costumes misóginos, tudo confluía para o mesmo objetivo: abafar a sexualidade feminina que, ao rebentar as amarras, ameaçava o equilíbrio doméstico, a segurança do grupo social e a própria ordem das instituições civis e eclesiásticas.

Em vista disso, as mulheres foram ensinadas a reprimir seus desejos frente à sociedade, foram moldadas para reproduzir o discurso machista para suas filhas, e permanecer na obscuridade na História. Afinal, as mulheres aprendem desde cedo, através dos meios de comunicação, contos de fadas, família e até mesmo a escola, a serem submissas e românticas. Como podemos observar na canção “triste louca ou má” (ver epígrafe) a receita cultural consiste em cuidar dos maridos e dos filhos, e a realização feminina reside apenas nesses aspectos, e qualquer comportamento ou escolha que escape dessa “receita” é julgado, no mínimo, inadequado. Portanto, ser boa dona de casa, mãe e esposa, são considerados os únicos meios que a mulher possui para tornar-se feliz e/ou realizada em sua vida.

No século XIX, com o surgimento da revolução industrial e o

desenvolvimento tecnológico, as mulheres ingressaram no campo do trabalho. Nesse período já se solidificavam as ideologias do movimento socialista, de forma que o movimento feminista foi se fortificando.

Apesar do discurso moralizante em que a mulher é esboçada a partir de um ser pacato, recatado, e como um sexo frágil, a partir do ano de 1960 as mulheres se tornam mais presentes, com ressaltos em movimentos sociais e ocupando lugares políticos e sociais.

Tomando como parâmetro a geração de 1940, o ano da música "Aí que saudade da Amélia" esse momento já se configura como de rupturas com o patriarcalismo. O movimento feminista começa a ganhar forças e é instaurado um período de reflexão sobre o futuro das mulheres, sobre ocupar um lugar diferente daquele que lhes era destinado cultural e historicamente. Mas, é só a partir das próximas décadas que as mulheres assumem posições consideradas intelectualizadas.

É na década de 40, que a autora Simone Beauvoir publica o livro intitulado "O segundo sexo", obra de suma importância para o movimento feminista, que busca uma reflexão sobre a condição da mulher na sociedade, a partir da psicanálise, o fator biológico e a história, e questões como sexualidade, identidade sexual, maternidade, fatores que até então, ninguém tinha ousado problematizar. É nesse contexto que emerge o discurso que materializa o estereótipo amelianiano, carregando consigo as condições de produções dessa época, historicamente e ideologicamente demarcado.

A história, por sua vez, remonta os acontecimentos anteriores, referente ao homem, política e ciência. Logo, os acontecimentos históricos e o seu nível de relevância são delimitados pelos os historiadores. Segundo Pêcheux (1990, p.17), um acontecimento "é um ponto de encontro entre uma atualidade e uma memória". O acontecimento histórico diverge do discursivo, pois esse é apreendido em um dado momento a partir de um novo dizer, dessa forma, a historicidade se inscreve na materialidade discursiva, podendo ser repetida, portanto, passível de reformulações. A "Amélia" da geração de 1940, carrega consigo uma carga história que ora se atualiza, ora se mantém na memória coletiva.

Foucault propõe pensar a história a partir de uma descontinuidade, "assim proposta, a História estabelece uma nova relação com o passado e com a memória, pois o retorno tem como alvo a compreensão do presente e como objetivo fazer a crítica do presente" (*apud* GREGOLIN, 2007, p. 41). Portanto, as relações sociais estabelecidas na sociedade atualmente são resultantes de um passado de opressão. Portanto, as desigualdades de gêneros presentes na sociedade atual são heranças de uma sociedade patriarcal.

A mídia, como um dos principais meios de comunicação e de propagação de conteúdo, tem um papel importante na formação da identidade feminina, que por muitas vezes, reforça estereótipos femininos, impondo um padrão de beleza, exaltando a mulher que conserva padrões sociais valorizados pela "família tradicional brasileira", em detrimento de qualquer manifestação comportamental que escape desses valores. Sendo assim, a mídia orienta a população por uma base ideológica.

Os recursos midiáticos são paradoxais, ora podem contribuir para difusão de informações, denunciar abusos, entre outros, ora podem ser usados como meio de influenciar os indivíduos, pois os fatos podem ser omitidos ou recriados. Segundo Gregolin (2007. p, 50), "O trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos mitos a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos". Nessa perspectiva, a mídia é uma diretriz que orienta e estimula certos comportamentos, e a criação de identidades para os indivíduos em uma conjuntura social.

Durante um longo período histórico, as mulheres foram representadas na mídia sobre um viés de submissão, inferiorização. A imagem feminina era sempre associada a produtos de limpeza e afazeres do lar, ligados a representação de uma boa esposa e mãe, que refletia na constituição da mulher, enquanto sujeito, e que, de certa forma contribuiu para a repercussão e valorização desse estereótipo enraizado na nossa cultura. A título de ilustração, destacamos a música "você não passa de uma mulher" do ano de 1975, do cantor Martinho da Vila. Como o próprio título sugere, a mulher pode ter vários atributos intelectuais ou conseguir uma

ascensão profissional, mas o compositor ressalta que apesar de tudo, "a mulher não passa de uma mulher". E conclui: Para ficar comigo tem que ser mulher (tem, mulher) / Fazer meu almoço e também meu café (só mulher). A mulher é retratada pelo viés de submissão e o seu papel está diretamente ligado aos afazeres domésticos e a servir o homem. E mais uma vez, a música entra no mérito de "ser mulher de verdade", que analisamos posteriormente no estereótipo ameliano.

Estabelecendo um corte histórico com a década de 1940, em que se iniciam os primeiros indícios da independência feminina, entretanto, as propagandas ainda persistiam na representação da mulher ligada ao lar, em que permanecem vinculados na memória coletiva. A partir da década de 70, os meios virtuais se ampliam, assim como a ascensão da mulher no mercado de trabalho, e com o advento do anticoncepcional, a mulher assumiu um controle maior sobre seu corpo. Depois de anos de inferiorização, submissão e desqualificação feminina, os avanços conquistados nas últimas décadas são pequenos, mas fundamentais para a solidificação do processo cultural e histórico da mulher de ter as mesmas possibilidades sociais quanto os homens.

As desconstruções dos estereótipos femininos vinculados na sociedade vão ganhando força a partir dos discursos feministas de empoderamento, as mulheres tendem a aceitar seu corpo e escrever sua própria história. A mídia, por sua vez, constrói um padrão de beleza inalcançável, pois a busca por ele é mais rentável.

Atualmente, os discursos midiáticos vendem um padrão de beleza através de uma "artificialidade" nos discursos publicitários. Porém, nos últimos anos, os anúncios publicitários de cunho machista ou que usam o corpo da mulher como atributo de fetiche para venda de produtos, vêm sendo alvo de problematização pelo público consumidor, de tal forma que algumas marcas estão tomando um posicionamento de representatividade e respeito.

#### **4. A (DES)CONSTRUÇÃO DA AMÉLIA**

Nesse tópico analisamos discursivamente as canções propostas, os discursos midiáticos e estabelecemos um diálogo entre os discursos musicais e os possíveis

efeitos de sentidos produzidos a partir das materialidades discursivas.

Na sociedade pós-moderna existe uma crise de identidade devido à fragmentação dos indivíduos, que possuem traços identitários de diversas culturas, todos agem de forma diferente de acordo com o contexto histórico, e com a advento da tecnologia, essa crise se tornou algo mais comum. Segundo Hall (2006, p. 7), “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado”. Conforme o autor, isso ocorre devido ao descentramento do sujeito. Dessa forma, os efeitos de sentido produzidos pelos suportes discursivos aqui analisados, produzem efeitos na construção da identidade feminina, e o seu papel na sociedade contemporânea.

Os conceitos, a sociedade, os valores sociais, as formas de ver o mundo e compreendê-lo, as relações sociais, as ciências, assim como os discursos estão em constantes transformações, reformulações. As características e papéis sociais atribuídos as mulheres e aos homens são produzidos e modificados de acordo com o contexto histórico no qual estão inseridos. As desconstruções de paradigmas estão diretamente ligadas a formar de pensar da sociedade, portanto, passível de reconstrução. As mulheres passam por diversos processos identitários, ora se mantém pela história, ora são reformulados pelo presente.

Atualmente, existe uma geração de mulheres fortes e independentes, mas traumatizadas com o sentimento de inferioridade de quando o empoderamento feminino não existia, desprendidas e livres de vários tabus, mas aprisionadas em sentimentos passados. Como ilustração, destacamos a propaganda de produtos de limpeza da marca Mr. músculo, vinculada no ano de 2015.

Figura 01- Propaganda de produtos de limpeza da Mr. Músculo



O texto publicitário contém a seguinte descrição: “Descanso merecido? Só com a ajuda da força e da inteligência do Mr. Músculo”. Diante disso, como o próprio nome da marca sugere, com a utilização do produto a mulher consegue alcançar um descanso merecido, pois a partir desse uso ou “ajuda” ela consegue adquirir atributos como força e inteligência, qualidades predominantes masculinas, segundo a propaganda. Podemos concluir a partir do texto publicitário que existe uma cultura de submissão e inferioridade, que permanece enraizada na nossa cultura. Segundo Simone de Beauvoir (1980, p. 9):

A relação entre os dois sexos não é a das duas eletricidades, de dois pólos. O homem representa a um tempo o positivo e o neutro, a ponto de dizermos 'os homens' para designar os seres humanos, tendo-se assimilado ao sentido do vocábulo vir o sentido geral da palavra homo. A mulher aparece como o negativo, de modo que toda determinação lhe é imputada como limitação, sem reciprocidade.

Na perspectiva da autora, o homem tem o domínio sobre os discursos de tal forma que o designamos como generalização ao nos referimos aos seres humanos, enquanto a mulher permanece na obscuridade. É a partir dessa relação que tomamos como análise a canção "Ai que saudade da Amélia" vinculada no ano de 1942, que remonta uma mulher discursivizada a partir do viés masculino, e que permanece na memória social.

Os efeitos de sentidos produzidos por uma materialidade discursiva estão relacionados à sequência verbal, situação, aspectos históricos sociais, condições de produção e a ideologia dos sujeitos, assim como também seus papéis ocupados na sociedade. Desse modo, a história se inscreve no discurso para produzir sentidos. Em relação à emergência dos enunciados em um acontecimento discursivo, Foucault (2007, p. 39), postula: como apareceu um determinado enunciado, e não outro em seu lugar? ". Seguindo essa perspectiva, os discursos possuem "regras" que os regem, que faz com que o mesmo apareça em um determinado contexto e não em outro.

No contexto histórico de 1942, em que emerge o estereótipo ameliano na canção "Ai que saudade da Amélia", era comum as mulheres serem discursivizadas a partir de "qualidades" como não possuir vaidade e viver para agradar ou servir o homem. No atual contexto, esse tipo de discurso não é tolerado com a mesma naturalidade. Segundo Foucault (1996), essa relação acontece a partir de um discurso verdadeiro, em consenso com a vontade histórica da verdade. Portanto, o discurso moralizante masculino, na música em questão, se apoia em outros saberes para constituir sua legitimidade.

Amélia é retratada pelo viés masculino, portanto, a representação feminina é vista sobre o olhar machista daquela sociedade, pois o sujeito discursivo se expressa a partir de um conjunto de outras vozes constituintes de uma realidade social. O título da música "Ai que saudade de Amélia" já delimita uma saudade daquela mulher que não existe mais, e que só restou a saudade do modelo submisso julgado pelo sujeito como uma "mulher de verdade", ou seja, o contexto já se configurava um momento de rupturas nos valores sociais atribuídos as mulheres. Observemos a primeira estrofe da composição musical:

Nunca vi fazer tanta exigência  
 Nem fazer o que você me faz  
 Você não sabe o que é consciência  
 Nem vê que eu sou um pobre rapaz  
 Você só pensa em luxo e riqueza  
 Tudo o que você vê, você quer  
 Ai, meu Deus, que saudade da Amélia  
 Aquilo sim é que era mulher

Destacamos um “eu lírico” masculino que descreve uma relação que possui com uma mulher a qual ele julga exigente por ser vaidosa, porque almeja uma vida luxuosa, e que, o faz sentir saudades da Amélia, que na visão do sujeito era uma mulher de verdade, diferente da sua atual companheira. Conforme argumenta Pêcheux (1997, p. 190) sobre as produções de sentido:

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

Nessa perspectiva, podemos concluir que as palavras não possuem o sentido de forma isolada, ou na sua forma dicionarizada, mas sim em relação ao discurso e as condições de produção. Ao destacarmos a palavra “aquilo” denominado pela gramática tradicional como pronome demonstrativo dentro do enunciado “aquilo sim é que era mulher” podemos compreender uma determinada ideia de coisificação da mulher, pois é comum usar esse termo ao referimos a objetos. Assim como, a mulher que o sujeito possui uma relação, por não reproduzir o padrão de Amélia, é considerada fútil. Desse modo, o efeito de sentido provocado pela escolha lexical de determinados sujeitos, revela um lugar sócio-histórico-ideológico.

Vejamos a segunda estrofe da canção:

Às vezes passava fome ao meu lado  
 E achava bonito não ter o que comer  
 Quando me via contrariado  
 Dizia: “Meu filho, o que se há de fazer!”  
 Amélia não tinha a menor vaidade  
 Amélia é que era mulher de verdade

A saudade de Amélia surge da vontade de ter aquela mulher, que vivia para agradar o seu parceiro, pois diferente da sua atual companheira, Amélia se calava diante de tudo, não possuía nenhuma vaidade, e devido a todas essas "qualidades" era considerada uma "mulher de verdade". Sendo assim, é possível concluir que existe um atributo de verdade, mas o que é ser "mulher de verdade"? As repostas a essa pergunta serão várias e todas estarão ligadas a restrições de comportamento. São enunciados como: "mulher de verdade não faz isso" "mulher de verdade não usa essa roupa" "mulher de verdade obedece ao seu marido", "mulher de verdade sabe se valorizar" entre outras. E qualquer desvio desse padrão, uma roupa, uma escolha "errada", um relacionamento e a mulher não pertence mais a esse padrão que é "ser mulher de verdade". A saudade de Amélia não é de uma mulher específica, mas de um ser idealizado.

A Amélia da década de 40 na atualidade ganha outros significados, é um discurso que se mantém a partir de outros acontecimentos discursivos, os enunciados se atualizam para produzir outros sentidos. A saudade da Amélia não só residia no século passado, mas ainda persiste na atualidade, é comum a reprodução do mesmo em outras materialidades discursivas. Destacamos uma matéria da revista *Veja* (Anexo III), vinculada no ano de 2016, intitulada "Marcela Temer: bela recatada e do lar". A Amélia no atual contexto é a bela recatada e do lar. Segundo Gregolin (2007, p. 50), "no mundo moderno, o governo de si e dos outros constitui um princípio fundamental de produção de identidade, agenciado por uma rede de discursos amplificados pela mídia". Mediante as exposições midiáticas, construímos referências identitárias, são os efeitos de sentidos produzidos pela materialidade discursiva constituindo um efeito nas relações de identidade dos indivíduos, e que a partir de uma imposição social, corrobora para o surgimento de novos estereótipos e paradigmas.

A bela recatada e do lar, remonta na memória discursiva o modelo ideário do século passado, em que as mulheres eram valorizadas por esses atributos, assim como Amélia. Em enunciados como "foi seu primeiro namorado" é evidente uma valoração das mulheres que não possuem muitos parceiros. A imposição da pureza feminina é um discurso atravessado pelas imposições sociais de que a mulher deve

permanecer casta até o casamento, o que consiste numa limitação da vida sexual feminina, e que o matrimônio deveria ser o ápice da sua vida, pois ser mãe e esposa se configura em um modelo a ser seguido. “Marcela temer sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada” nesse enunciado existe uma valorização da beleza feminina, algo muito presente na sociedade, normalmente as mulheres são admiradas ou elogiadas por serem belas, não por feitos históricos, e que muitos ainda permanecem na obscuridade. “Marcela é uma vice-primeira-dama do lar”, mais uma vez, há referência à mulher ligada aos afazeres domésticos, que vive a sombra de um “grande homem”, nunca à frente. “Ela gosta de vestido até os joelhos e roupas claras” as limitações impostas as mulheres vão desde a sexual a de vestimentas, e conseqüentemente a manutenção de regras de comportamentos. Segundo Rago (1985, p.65), o ideário da mulher mãe e esposa:

implicou sua completa desvalorização profissional, política e intelectual. Esta desvalorização é imensa porque parte do pressuposto de que a mulher em si não é nada, de que deve esquecer-se deliberadamente de si mesma e realizar-se através dos êxitos dos filhos e do marido.

De acordo com a autora esse padrão imposto de que a mulher deve desempenhar apenas esse papel de mãe e esposa e os homens trabalharem para prover o sustento de casa, resulta em um processo de desigualdade e preconceito apoiado muitas vezes pela mídia, ou seja, o discurso “bela, recatada e do lar” é resultado de um processo histórico, movido por discursos machistas presentes na sociedade contemporânea. A mídia promove uma constante transformação nas identidades, que passam pela memória e pela história. Portanto, os indivíduos permanecem na busca pela identidade mediante as representações do que ser e como agir.

Foucault argumenta que o discurso é retido, que o sujeito e uma época só dizem o que é permitido dizer. Para Foucault (*apud* GREGOLIN) "o homem produz por meio de técnicas de produção, comunica-se por meio de técnicas simbólicas, governa a si mesmo e aos outros por meio de relações de poder e elabora técnicas para voltar-se para si". Segundo o filósofo francês, quem detém o saber é dono do poder,

e é através dele que produzimos o poder. Diante disso, surge um outro discurso sobre a Amélia, legitimado pelos saberes de uma época, no caso o ano de 2009.

Seguindo a perspectiva de Foucault, as materialidades discursivas constituem os sujeitos e os lugares de onde falam, e a mesma se mantêm ou se reformula de acordo com o processo histórico e a vontade de verdade de uma época. Diante disso, o discurso do estereótipoameliano é reformulado, transformado de acordo com os aspectos sócios históricos e ideológicos. Aquela Amélia discursivizada no século passado não condiz com a realidade, embora aqueles dizeres se mantenhamem vários outros suportes discursivos e presentes na memória coletiva. Sendo assim, o "ser Amélia" foi se transformando a medida da atualização dos discursos resultando em outra possível leitura, produzindo outros efeitos de sentido, em síntese, é a reformulação de um enunciado estabilizado anteriormente, e que pode ser transformado futuramente a partir do processo histórico, corroborando para a construção identitária do ser mulher, afinal, todas as mulheres de certa forma residem no discurso sobre o estereótipoameliano.

Sobre a materialidade discursiva, Foucault (1995, p.121) pontua que:

aparece com um status, entra em redes, se coloca em campos de utilização, se oferece a transferência e a modificações possíveis, se integra em operações e em estratégias onde sua identidade se mantêm ou se apaga. Assim, o enunciado circula, serve, se esquia, permite ou impede a realização de um desejo, é dócil ou rebelde a interesses, entra na ordem das contestações e das lutas, torna-se tema de apropriação ou rivalidade. (FOUCAULT, 1995, p. 121).

Dessa forma, se na música "Ai que saudade de amélia" a mulher é caracterizada como quem que vive para servir, na canção "desconstruindo amélia" a mulher é retratada por um viés feminino, e esboçada como um ser forte e independente e que já não vive mais à sombra de um homem. O signo "Amélia" é posto em contestação e ganha outro significado a partir de outro acontecimento discursivo. Segundo Pêcheux "todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente). (1990, p. 53). Seguindo

essa perspectiva, a canção "Desconstruindo Amélia" retoma um já-dito anteriormente e o nega.

A primeira estrofe da canção é apresentada a seguir:

Já é tarde, tudo está certo  
Cada coisa posta em seu lugar  
Filho dorme, ela arruma o uniforme  
Tudo pronto pra quando despertar  
O ensejo a fez tão prendada  
Ela foi educada pra cuidar e servir  
De costume, esquecia-se dela  
Sempre a última a sair

A dispersão dos sujeitos na sociedade pós-moderna em que é instaurada uma crise de identidade, corrobora para um contexto de desconstrução de paradigmas e surgimento de outros. Tomando como parâmetro o título da canção "desconstruindo amélia" é evidente a ideia da desconstrução do estereótipo ameliano, é um momento de reconstrução dos valores atribuídos as mulheres, um contexto de libertação feminina, e essas condições de produção se inscrevem nesse discurso. A outra Amélia, nesse primeiro momento, é apresentada em consonância com a Amélia da década de 1940. A mulher que serve e cuida dos outros, menos dela, pois ela foi moldada culturalmente para ser prendada, e os seus desejos ou anseios não importa. Desse modo, o discurso sobre o estereótipoameliano é formado a partir de uma memória discursiva, ou seja, de um já dito, que se contradiz, pois, os discursos são atravessados por outros, Segundo Orlandi (2003. p, 31): "o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra".

No contexto da contemporaneidade em que emerge o discurso sobre a outra Amélia, a partir de um sujeito que fala da sua própria condição, enquanto mulher em consonância com o discurso feminista de empoderamento feminino. Segundo Scott (1992. p, 67) "o feminismo assumiu e criou uma identidade coletiva de mulheres, indivíduos do sexo feminino com um interesse compartilhado no fim da subordinação, da invisibilidade e da impotência" (1992. p, 67) O lugar discursivo

para Amélia nesse contexto ganha outros significados.

A segunda estrofe da canção ilustra um novo discurso:

Disfarça e segue em frente  
 Todo dia até cansar  
 E eis que de repente ela resolve então  
 mudar  
 Vira a mesa, assume o jogo  
 Faz questão de se cuidar  
 Nem serva, nem objeto  
 Já não quer ser o outro  
 Hoje ela é um também

Nessa estrofe é notável a presença da desconstrução da Amélia que durante muito tempo aceitou a condição de submissa, inserida em uma posição de inferioridade. Amélia assume a direção da sua vida e decide não viver mais à margem, à sombra. O enunciado "faz questão de se cuidar" possui uma referência a Amélia discursivizada no século passado, que não possuía vaidade, pois essa faz questão de se cuidar. A partir de uma análise interdiscursiva, são percebidas as ideias de Beauvoir (1980) em relação a categoria do outro, no enunciado "Já não quer ser o outro/ hoje ela é um também". Segundo a mesma, a mulher está na categoria do outro em relação ao sexto oposto, essa oposição é considerada a partir de um grupo que segundo a visão de outro grupo não são iguais mas se constitui como o outro. Conforme a Beauvoir (BEAUVOIR, 1967, p.90):

Na medida em que a mulher é considerada o Outro absoluto, isto é – qualquer que seja sua magia – o inessencial, faz-se precisamente impossível encará-la como outro sujeito. As mulheres nunca, portanto, constituíram um grupo separado que se pusesse *para si* em face do grupo masculino; nunca tiveram uma relação direta e autônoma com os homens.

A canção propõe não só a desconstrução de Amélia, mas das mulheres enquanto o outro em relação ao homem, pois hoje ela é um também. Esse discurso, ao mesmo tempo em que retoma reformulações anteriores, produz outros efeitos de sentido, é um entrecruzamento de discursos, que ora se estabiliza, ora se desestabiliza a partir de uma atualização ou de um acontecimento discursivo, e que de certa forma constituem identidades.

A terceira e última estrofe da canção afirma que:

A despeito de tanto mestrado  
Ganha menos que o namorado  
E não entende porque  
Tem talento de equilibrista  
Ela é muita, se você quer saber  
Hoje aos 30 é melhor que aos 18  
Nem Balzac poderia prever  
Depois do lar, do trabalho e dos filhos  
Ainda vai pra night ferver

Diante disso, entramos no mérito de desigualdade salarial, presente na sociedade, pois apesar de todas as conquistas e a ascensão feminina, ainda existe uma desigualdade entre os gêneros no campo profissional, em relação a diferença salarial, a ocorrência de assédio moral e sexual no local de trabalho. O discurso de "incompetência feminina" é algo presente em todos os âmbitos profissionais, ora acontecem de forma sutil, ora em forma de assédio. Segundo Louro (2003, p.22), "as justificativas para as desigualdades precisariam ser buscadas não nas diferenças biológicas, mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação" (2003, p.22). Nessa perspectiva, as origens das desigualdades estão no interior das construções sociais.

É importante ressaltar a menção que a canção faz as diversas representações femininas, a mãe que trabalha que também é do lar, e também da night, ou seja, é representação dos mais variados papéis sociais.

A desconstrução de paradigmas no âmbito feminino é de larga extensão nas práticas discursivas, desmistificando o discurso de que a mulher só é feliz devido o matrimônio, a maternidade como imposição social. De acordo com Del Priore (2000, p.52), "Na visão da sociedade misógina, a maternidade teria de ser o ápice da vida da mulher. Doravante, ela se afastava de Eva e aproximava-se de Maria, a mulher que pariu virgem o salvador do mundo" (2000, p.52). Desse modo, a sociedade espera que as mulheres ocupem o papel de mãe e do lar. A título de ilustração destacamos a canção "triste louca ou má" da banda Francisco, El hombre (já mencionada na epígrafe do trabalho) , no ano de 2016. A música retrata justamente

a imposição cultural, de tal forma que a mulher que não segue esses preceitos é considerada triste louca ou má. Os efeitos de sentido produzidos pelos adjetivos empregados às mulheres que não seguem a receita cultural é algo presente a partir de discursos machistas, a mulher sempre ligada ao fenômeno de histeria e loucura. Como podemos observar no trecho “Só mesmo rejeita / Bem conhecida receita / Quem não sem dores / Aceita que tudo deve mudar” é explícito a ideia de mudança na história das mulheres, e de rejeitar o que foi destinado socialmente.

A canção, assim como, "desconstruindo Amélia", possui em si uma ideia de repensar os estereótipos femininos e promove a libertação da mulher para ser quem quiser. A mulher na sociedade contemporânea vive um momento paradoxal, a partir de uma posição delimitada por uma herança histórica de ser esposa e mãe, e o poder de se fazer sujeito da sua vida, e de escolher seu futuro, a partir de uma equidade entre os sexos. A canção conclui:

Que um homem não te define  
Sua casa não te define  
Sua carne não te define  
Você é seu próprio lar

É nítido o discurso de empoderamento feminino, pois as definições de outrem não a definem, a imposição de um padrão de beleza também não a define, muito menos a sua casa, a definição está presente dentro do ser mulher, não fora. Essas retomadas nas músicas aqui analisadas acontecem mediante o processo de memória discursiva que ocorre em um momento anterior, ao retomarmos um já dito para atribuir efeitos de sentidos.

Ampliando a análise do corpus no interior do nosso arquivo, analisamos a partir do discurso publicitário de que forma o discurso sobre o estereótipo ameliano ganha outras significações, e como ocorre esse processo de desconstrução. A função da publicidade em síntese é vender um produto ao grupo ao qual é destinado. Os meios de propagandas utilizam de vários recursos para persuadir os consumidores. Considerado um dos principais meios de comunicação e propaganda que reforça estereótipos, contudo, pode ser usado, também, para a desconstrução dos mesmos. Por se tratar de um recurso que utiliza de persuasão para conseguir um

determinado objetivo, é comum as ideias da propaganda apresentarem consonância com as posições de um grupo social.

Atualmente, os públicos consumidores de algumas marcas estão problematizando as publicidades que contribuem para a construção de estereótipos e paradigmas. Levando em consideração os discursos publicitários que utilizam as mulheres como fetiche sexual para a venda de produtos, esse tipo de discurso vem sendo alvo de contestação. Normalmente, a publicidade sobre bebidas alcoólicas, como cervejas, esboça a mulher a partir de um viés de objetificação sexual. É comum as mulheres que participam desses comerciais aparecerem sobre a forma de garçoneiro, servindo bebidas aos homens em algum ambiente, e sendo alvo de assédio. Esses suportes discursivos reforçam o estereótipo de que o lugar da mulher é servindo o homem, e que a questão do assédio sexual é algo “normal”, que corrobora com a cultura de que o homem tem o direito de assediar com o disfarce de que se trata de uma “cantada” ou “paquera”.

A Amélia, nesse contexto, ganha outro viés o de objeto de fetiche sexual para a venda de bebidas. Desse modo, a mulher não é mais só tratada pelo olhar de submissão, mas também alvo de assédio sexual. Os textos publicitários retratam os indivíduos que estão inseridos na sociedade. Logo, é comum reproduzirem preconceitos, estereótipos e serem excludentes. Seguindo essa perspectiva, os meios comunicação e a sociedade possuem uma via de mão dupla e que são simultaneamente moldados um pelo outro. É comum a mídia utilizar de recursos para sugerir uma inclusão social de grupos estereotipados. É a partir dessa relação que analisamos os textos publicitários produzidos pela skol. Nesse primeiro momento destacamos a campanha da empresa que circulou em outdoors na época das festas de carnaval. É comum no período dessas festividades os índices de assédio ou estupro aumentarem significativamente. “Esqueci o não em casa” “Topo antes de saber a pergunta” foram os enunciados veiculados na propaganda da Skol. Diante do fato, das mulheres sofrerem com o constante assédio e a falta de respeito, foram feitas manifestações contra o discurso machista vinculado pela empresa.

Figura 02- Outdoor da Skol



Fonte:<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/02/acusada-de-apologia-ao-estupro-skol-ira-trocar-frases-de-campanha.html>

A campanha publicitária reforçou o espaço das festas de carnaval como um lugar que não possui o respeito as pessoas e, conseqüentemente, corrobora para o assédio “mascarado” de “curtição”. Em contrapartida, foram feitas manifestações nas redes sociais, os lugares que circularam o discurso foram pichados com o “ e trouxe o nunca” para desconstruir o discurso machista. Os *outdoors* foram substituídos por outros depois da intervenção social, e a Skol foi acusada de apologia ao estupro.

A mídia tem um papel fundamental na propagação de ideias, na construção de identidades e dialoga com a forma como os indivíduos pensam e interagem na sociedade. Os discursos machistas velados como humorísticos são comuns, é preciso uma desconstrução diária. A mídia reproduz determinados discursos enraizados na nossa cultura, mas que são reformulados pela vontade de verdade histórica.

A Skol, depois das manifestações, tomou uma posição de respeito e representatividade. Através da campanha, intitulada “ redondo é sair do seu

passado”. A campanha remonta o discurso de representatividade feminina, com o discurso de “sair do passado” desconstruindo estereótipos e promovendo inclusão. “Essas imagens fazem parte do nosso passado, o mundo evoluiu e a skol também, e isso não nos representa mais”. A propaganda foi lançada no dia 08 de maio de 2017, com intuito de desconstruir o discurso machista circulado pela empresa.

A Skol convidou seis ilustradoras para criarem *reposters* para “sair do passado”. Essa estratégia utilizada pela empresa é justificada a partir da problematização em torno dos recursos utilizados. Dessa forma, a publicidade reflete essa ideologia social de inclusão, e sendo assim, ultrapassa o intuito meramente de vender um produto, mas causa um efeito nas desconstruções de paradigmas e nas representações identitárias. Podemos perceber a ideia de desconstrução no *reposter*<sup>1</sup>:

Figura 03- Reposter Skol



Fonte: <http://www.skol.com.br/reposter>

O objetivo do *reposter* é desconstruir estereótipos, podemos perceber que a imagem recriada tem um intuito de representação. É comum os textos publicitários recorrerem a um padrão de beleza inalcançável. A desconstrução consiste em

<sup>1</sup> Reposter: atividade de recriar uma imagem feita anteriormente; ato de postar novamente.

ressignificar essa imagem, para que possa refletir a mulher brasileira e desmistificar os ideários de beleza padrão. Outro efeito de sentido na imagem é que a mulher também é consumidora do produto e não a pessoa que o serve. São postos em contestação os lugares e os papéis destinados às mulheres em relação ao comportamento feminino, pois é comum o discurso de que bebidas alcoólicas não são para mulheres, e sim “coisa de homem”.

A figura 4, apresentada a seguir, possui interdiscursividade com o discurso feminista.

Figura 04- Reposter Skol



Fonte: <http://www.skol.com.br/reposter/>

A imagem reflete a identidade da mulher brasileira negra que, muitas vezes, é ignorada pela mídia. Os enunciados “desconstrua-se” “Reconstrua-se” “empodere-se” são discursos de empoderamento feminino. Portanto, o discurso publicitário se utiliza de enunciados de outra formação discursiva e os utiliza para se posicionar diante da sociedade e é atravessado pelo discurso de igualdade de

gêneros e desconstrução de estereótipos, e que esse é próprio da formação discursiva feminista. Pêcheux (1990) considera o discurso como estrutura e acontecimento. Nessa perspectiva, a historicidade se inscreve na materialidade discursiva. A campanha foi vinculada no dia 08 de março, no dia internacional da mulher, e resultou em uma “homenagem” tomando a representatividade como apoio central no seu discurso.

Figura 05- Reposter Skol



Fonte: <http://www.skol.com.br/reposter/>

Todos os reposters buscam uma desconstrução de paradigmas em vários âmbitos, a beleza padrão é renunciada, os cabelos lisos e loiros são substituídos pelos cachos, a objetificação sexual é deixada de lado, as mulheres surgem como consumidoras do produto, e não servindo a bebida, o assédio sexual não existe nas imagens. O discurso é: “The future is female”, ou seja, o futuro é das mulheres, enquanto sujeitos sócias e libertos de vários tabus.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os discursos sobre o feminino aqui analisados se constituem a partir de manifestações artísticas como as canções, e também através dos recursos midiáticos os quais são moldados pelos aspectos históricos, sociais e ideológicos. Durante o desenvolvimento do artigo exploramos os possíveis efeitos de sentido através da perspectiva teórica da Análise do Discurso de linha francesa. A partir das contribuições teóricas de Foucault exploradas no trabalho, destacamos as relações de poder e saber, e a vontade de verdade histórica que regem o discurso, possibilitando a compreensão da emergência dos enunciados em um acontecimento discursivo. Os conceitos de memória discursiva e interdiscurso remontam os lugares que constituem os dizeres e que se contradizem estabelecendo outros efeitos de sentido.

Através *docorpora*, podemos estabelecer uma visão sobre as mulheres a partir de diversas perspectivas. Entendemos que, é um período de reflexão sobre os papéis destinados culturalmente as mulheres e as possibilidades de serem livres das imposições sociais, tabus e limitações. A desconstrução de estereótipos femininos é algo que ocorre gradualmente. Compreendemos, a partir *docorpus* analisado, que é necessária uma intervenção popular para contribuir com a luta para uma sociedade mais justa.

A mídia é um fator importante nessa desconstrução diária, é preciso rever conceitos e desconstruir, e verdadeiramente assumir um papel de representatividade, pois a saudade da Amélia não só reside, como persiste na sociedade contemporânea, atualizada em outros discursos machistas em que prevalecem a submissão e inferiorização feminina.

A sociedade deve assumir uma posição crítica em relação aos valores atribuídos historicamente as mulheres, reconhecer e respeitar o lugar de fala das mulheres e só assim será possível estabelecer a equidade entre os gêneros. E que todos esses discursos, em que emergem os modelos femininos sobre o olhar moralizante ou estereotipado, e o discurso libertador em que consiste a desconstrução de paradigmas no âmbito feminino, se manifestam através da língua. Contudo,

grandes foram as contribuições do movimento feminista para as mulheres, apesar de todas as conquistas, e de todas as transformações e mudanças, o caminho para se repensar os padrões historicamente construídos sobre o feminino ainda está em curso.

### **ABSTRACT**

The present work aims to analyze discursively female stereotypes that circulate in the media. Thus, we used as corpus the song "Ai que saudade de Amélia", by Mario Lago and Aталpho Alves, produced in the year 1942. In contrast, we highlight the song "Desconstruindo Amélia" by singer Pitty and Martin Mendonça, produced in the year 2009. As far as the analysis of the corpus is concerned, we are dealing with the concepts of Discourse Analysis, discursive memory and interdiscourse.. As for the theory, we refer to the theorists Foucault (1995) Pêcheux (1999) Gregolin (2007) Orlandi (2003), as theoretical contribution on the feminist studies us highlight Beauvoir (1980) Scott (1992) Louro (2003) Dell Priore 2000). In the second song, as the title itself suggests, the central idea is the deconstruction of the paradigm of the woman named "Amelia." From an interdiscursive analysis we understand the references to the music of Mario Lago, in order to re-signify "another Amelia". Since this name has an ideological load due to the social and value attributions present in the subject (Amelia) represented in music. Therefore, the discursive memory makes possible the resumption of the already mentioned discourse, so that it updates it to the historicity of the discursive event. In this way, we established a dialogue between generations regarding socially constructed places for women

**KEYWORDS:** Amelia, discursive memory, interdiscourse.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emanuel. A Arte da Sedução: Sexualidade feminina na colônia. In: PRIORE, Mary Del. (org.). **História das Mulheres no Brasil**. 7ª Ed. São Paulo: Contexto, 2004

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo**. V. II. Tradução Sergio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e os esquecimentos na enunciação do discurso político. Tradução de Marne Rodrigues de Rodrigues. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria C. L. (org.). **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. p.15-22. Porto Alegre: Editora Sagra-Luzzatto, 1999.

FISCHER, Rosa M. B. Foucault e a análise do discurso em educação. **Cadernos de Pesquisa**, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996

FRANCISCO EL HOMBRE, triste louca ou má. **Soltasbruxa**. Estúdio Navegantes, 2016.

GREGOLIM, Maria do Rosário Valencise. **Discurso, História e a Produção de Identidades na Mídia**. In: FONSECA, SILVA, Maria da conceição; POSSENTI, Sírio, (org) Vitória da Conquista: Ed Uesb, 2007.

HALL, S. **Identidade e pós modernidade**. Rio de janeiro: Forense Universitária, 2002

LOURO, Guacira. Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós estruturalista**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001

PEREIRA, Tânia Maria Augusto. Pêcheux, Foucault e Bakhtin: convergências no campo da análise do discurso. In: Gêneros e linguagens. João Pessoa: EDUFPB, 2009.

PECHEUX, Michel. **O Discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 1990.

Semântica e discurso – Uma crítica à Afirmação do Óbvio. Campinas:

EDUNICAMP, 1997

PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. **Papel da memória**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PRIORE, M. D (Org). **História das Mulheres no Brasil**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2000.

RAGO, M. **Do Cabaré ao Lar**. A Utopia da Cidade Disciplinar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985

SCOTT, Joan. História das Mulheres. In: BURKE, Peter. **A Escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992

## ANEXOS

### ANEXO I

Ai que saudade de Amélia  
- Mario Iago

Nunca vi fazer tanta exigência  
Nem fazer o que você me faz  
Você não sabe o que é consciência  
Nem vê que eu sou um pobre rapaz  
Você só pensa em luxo e riqueza  
Tudo o que você vê, você quer  
Ai, meu Deus, que saudade da Amélia  
Aquilo sim é que era mulher

Às vezes passava fome ao meu lado  
E achava bonito não ter o que comer  
Quando me via contrariado  
Dizia: "Meu filho, o que se há de fazer!"  
Amélia não tinha a menor vaidade  
Amélia é que era mulher de verdade

**ANEXO II**

Desconstruindo Amélia  
-Pitty

Já é tarde, tudo está certo  
Cada coisa posta em seu lugar  
Filho dorme, ela arruma o uniforme  
Tudo pronto para quando despertar  
O ensejo a fez tão prendada  
Ela foi educada para cuidar e servir  
De costume, esquecia-se dela  
Sempre a última a sair

Disfarça e segue em frente  
Todo dia até cansar  
E eis que de repente ela resolve então mudar  
Vira a mesa, assume o jogo  
Faz questão de se cuidar  
Nem serva, nem objeto  
Já não quer ser o outro  
Hoje ela é um também

A despeito de tanto mestrado  
Ganha menos que o namorado  
E não entende porque  
Tem talento de equilibrista  
Ela é muita, se você quer saber

Hoje aos 30 é melhor que aos 18  
Nem Balzac poderia prever  
Depois do lar, do trabalho e dos filhos  
Ainda vai pra night ferver

Disfarça e segue em frente  
Todo dia até cansar  
E eis que de repente ela resolve então mudar  
Vira a mesa, assume o jogo

Faz questão de se cuidar  
Nem serva, nem objeto  
Já não quer ser o outro  
Hoje ela é um também

Disfarça e segue em frente  
Todo dia até cansar  
E eis que de repente ela resolve então mudar  
Vira a mesa, assume o jogo  
Faz questão de se cuidar  
Nem serva, nem objeto  
Já não quer ser o outro  
Hoje ela é um também

## ANEXO III

# Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”

A quase primeira-dama, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice

Por **Juliana Linhares**



Marcela, mulher do vice, Michel Temer: jantares românticos e apelidos carinhosos (Bruno Poletti/Folhapress)

---

Marcela Temer é uma mulher de sorte. Michel Temer, seu marido há treze anos, continua a lhe dar provas de que a paixão não arrefeceu com o tempo nem com a convulsão política que vive o país – e em cujo epicentro ele mesmo se encontra. Há cerca de oito meses, por exemplo, o vice-presidente, de 75 anos, levou Marcela, de 32, para jantar na sala especial do sofisticado, caro e badalado restaurante Antiquarius, em São Paulo. Blindada nas paredes, no teto e no chão para ser à prova de som e garantir os segredos dos muitos políticos que costumam reunir-se no local, a sala tem capacidade para acomodar trinta pessoas, mas foi esvaziada para receber apenas “Mar” e “Mi”, como são chamados em família. Lá, protegido por quatro seguranças (um na cozinha, um no toailete, um na entrada da sala e outro no salão principal do restaurante), o casal desfrutou algumas horas de jantar romântico sob um céu estrelado, graças ao teto retrátil do ambiente. Marcela se casou com Temer quando tinha 20 anos. O vice, então com 62, estava no quinto mandato como deputado federal e foi seu primeiro namorado.

Michelzinho, de 7 anos, cabelo tigelinha e uma bela janela no lugar que abrigará seus incisivos centrais, é o único filho do casal (Temer tem outros quatro de relacionamentos anteriores). No fim do ano passado, Marcela pensou que esperava o segundo filho, mas foi um alarme falso. “No final, eles acharam que não teria sido mesmo um bom momento para ela engravidar, dada a confusão no país”, conta tia Nina, irmã da mãe de Marcela. Ela se refez do sobressalto, mas não se resignou – ainda quer ter uma menininha. No Carnaval, Marcela planejou uns dias de sol e praia só com o marido e o filho e foi para a Riviera de São Lourenço, no Litoral Norte de São Paulo. Temer iria depois, mas, nos dias seguintes, o plano foi a pique: o vice ligou, dizendo que estava receoso de expor a família, devido aos ânimos acirrados no país. Pegou Marcela, Michelzinho, e todo mundo voltou para casa.

Bacharel em direito sem nunca ter exercido a profissão, Marcela comporta em seu *curriculum vitae* um curto período de trabalho como recepcionista e dois concursos de miss no interior de São Paulo (representando Campinas e Paulínia, esta sua cidade natal). Em ambos, ficou em segundo lugar. Marcela é uma

vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também (nas últimas três semanas, foi duas vezes à dermatologista tratar da pele).

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era “educadíssima”, lembra o cabeleireiro. “Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguranças do lado de fora”, informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela “tem tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Para isso, falta só “deixar o cabelo preso”. Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. “Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada”, diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras”, conta a estilista Martha Medeiros.

Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana, uma vez que Temer mora de segunda a quinta-feira no Palácio do Jaburu, em Brasília, e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe. Sacudida, loiríssima e de olhos azuis, Norma Tedeschi acompanhou a filha adolescente em seu primeiro encontro com Temer. Amigos do vice contam que, ao fim de um dia extenuante de trabalho, é comum vê-lo tomar um vinho, fumar um charuto e “mergulhar num outro mundo” – o que ocorre, por exemplo, quando telefona para Marcela ou assiste a vídeos de Michelzinho, que ela manda pelo celular. Três anos atrás, Temer lançou o livro de poemas intitulado *Anônima Intimidade*. Um deles, na página 135, diz: “De vermelho / Flamejante / Labaredas de fogo / Olhos brilhantes / Que sorriem / Com lábios rubros / Incêndios / Tomam conta de mim / Minha mente / Minha alma / Tudo meu / Em brasas / Meu corpo / Incendiado / Consumido / Dissolvido / Finalmente / Restam cinzas / Que espalho na cama / Para dormir”.

Michel Temer é um homem de sorte

Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>