



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CEDUC II
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS**

ALEISE GUIMARÃES CARVALHO

**A REPRESENTAÇÃO DO UNIVERSO FEMININO
NA SEÇÃO “FRASES” DA REVISTA VEJA: uma
análise dos implícitos semântico-discursivos**

CAMPINA GRANDE – PB
2011

ALEISE GUIMARÃES CARVALHO

**A REPRESENTAÇÃO DO UNIVERSO FEMININO
NA SEÇÃO “FRASES” DA REVISTA VEJA: uma
análise dos implícitos semântico-discursivos**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura em Letras com habilitação em Língua Portuguesa, da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de graduação.

Orientadora: Prof^a Ms. Dalva Lobão Assis

CAMPINA GRANDE – PB
2011

C331r

Carvalho, Aleise Guimarães.

A representação do universo feminino na seção “frases” da revista Veja [manuscrito]: uma análise dos implícitos semântico-discursivos./ Aleise Guimarães Carvalho. – 2011.

53 f.:

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras, com habilitação em Língua Portuguesa) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2011.

“Orientação: Profa. Ms. Dalva Lobão Assis, Departamento de Letras”.

1. Linguagem 2. Gênero 3. Representação da mulher I.. Título.

21. ed. CDD 400

ALEISE GUIMARÃES CARVALHO

**A REPRESENTAÇÃO DO UNIVERSO FEMININO NA SEÇÃO
"FRASES" DA REVISTA VEJA: uma análise dos implícitos
semântico-discursivos**

Monografia apresentada ao Curso de
Licenciatura em Letras com habilitação em
Língua Portuguesa, da Universidade
Estadual da Paraíba, em cumprimento à
exigência para obtenção do grau de
graduação.

Aprovada em 16/11/2011.

Dalva Lobão Assis

Profª Ms. Dalva Lobão Assis / UEPB
Orientadora

Nota: 10,0

Roberta Soares Paiva

Prof. Ms. Roberta Soares Paiva / UEPB
Examinador

Nota: 10,0

Simone Dália de Gusmão Aranha

Profª Drª. Simone Dália de Gusmão Aranha
Examinadora

Nota: 10,0

Média final: 10,0 (Dez)

Aos meus pais, Luiz Nogueira e Adeilde Guimarães, que de maneira particular, sempre me apoiaram e investiram nos meus estudos.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela Sua maravilhosa graça, amor e misericórdia a mim sempre dedicados, fatores estes que me fazem ser forte e avançar em meus objetivos.

Aos meus pais, Luiz Nogueira e Adeilde Guimarães, pelo grande amor, paciência e dedicação em buscar sempre oferecer uma boa educação e bons ensinamentos para minha formação profissional e pessoal.

À minha irmã Adeisa, pelo imenso incentivo, pelas palavras encorajadoras, pelos conselhos e pela grandiosa ajuda para conclusão deste trabalho.

À minha irmã Airla, pelo apoio e paciência em suportar as luzes do quarto acesas e o barulho do teclado do computador durante a noite enquanto estudava.

Ao meu namorado Mateus, pela compreensão, paciência, incentivo aos meus estudos e companheirismo carinhoso durante a elaboração deste trabalho.

À professora Dalva Lobão, pelos grandes ensinamentos e pela excelente orientação a mim dedicada neste e em outros trabalhos, sendo, para mim, uma referência de profissional do ensino.

À professora Magliana Rodrigues, por ter me confiado a atuação no PIBID desde o início do exercício deste programa na UEPB até a conclusão do meu curso (1 ano e 8 meses), que resultou em uma grande experiência para minha vida profissional.

A todos os professores do curso de Letras da Universidade Estadual da Paraíba que cooperaram para minha formação.

A esses citados e a todos os que contribuíram de forma direta ou indireta para a realização deste trabalho, deixo-lhes minhas gratas palavras: muito obrigada.

Falar é completamente fácil, quando se tem palavras em mente que expressem sua opinião.

Difícil é expressar por gestos e atitudes o que realmente queremos dizer, o quanto queremos dizer, antes que a pessoa se vá.

[...]

Fácil é sonhar todas as noites.

Difícil é lutar por um sonho.

(Carlos Drummond de Andrade)

RESUMO

Neste trabalho, investigamos a representação do universo feminino, na seção “frases” da Revista Veja, através dos implícitos semântico-discursivos que os constituem. Para tanto, pautamo-nos nas teorias da Semântica Argumentativa e Enunciativa, representadas aqui por autores como Ducrot (1987), Koch (1989; 1995; 2006), na esteira da Semântica Argumentativa, e Bakhtin (1997), Guimarães (2006), na linha de estudos da Teoria da Enunciação. Nosso objetivo foi analisar como os sentidos implícitos (pressuposto e subentendido), no gênero “frases” da Revista Veja, refletem a representação do universo feminino. Para tanto, selecionamos doze “frases” de celebridades femininas publicadas durante o ano de 2010 e aplicamos, de forma descritivo-qualitativa, a análise semântico-discursiva focada na teoria base para o nosso trabalho. Como resultado, percebemos que a Revista Veja reflete implicitamente e representa a imagem de uma mulher moderna, imagem hoje bastante aceita pela sociedade, permitindo-nos deduzir ser esta uma estratégia de venda da Revista, uma vez que publica o que satisfaz o público leitor. Os pressupostos se manifestaram, sobretudo, no uso de advérbios e verbos de movimento e os subentendidos apontaram para ideias próprias do universo feminino, tais como, sexo, beleza, profissão, maternidade. Por meio de todo este trabalho, acreditamos que o presente estudo oferecerá para o meio acadêmico, grande contribuição no tocante à análise dos implícitos, e do gênero “frases”, ainda hoje tão pouco explorado pelos linguistas.

PALAVRAS-CHAVE: Linguagem. Implícitos. Gênero “frases”. Representação da mulher.

ABSTRACT

In this paper, we investigated the representation of the feminine universe, in the "sentences" section of *Veja* magazine, through the implicit semantic-discursive in them. For so, we based in theories of Argumentative and Enunciative Semantics, represented here by authors such as Ducrot (1987), Koch (1989, 1995, 2006), in the wake of Argumentative Semantics, and Bakhtin (1997), Guimarães (2006), line studies of the Theory of Enunciation. Our goal was to analyze how the implicit meanings (assumed and implied), in the section "phrases" of *Veja* magazine, reflect the representation of the feminine universe. To this end, we selected twelve "lines" of female celebrities published during the year 2010 and we applied, descriptively and qualitatively, the semantic-discursive analysis focused on the theory basis for this work. As a result, we realize that *Veja* implicitly reflects and represents the image of a modern woman, an image nowadays widely accepted by society, allowing us to deduce that this is a sales strategy of the Magazine, which publishes what meets the reading public's desire. The assumptions are expressed mainly in the use of adverbs and verbs of motion implied, and the implied aspects pointed to the own ideas of the feminine universe, such as sex, beauty, career, motherhood. Through all this work, we believe that this study will provide for the academia, great contribution to the review of implied and gender "phrases", still so little explored by linguists.

KEYWORDS: Language. Implied. Gender "phrases." Representation of women.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

IMAGEM 1	– “Frase” 01 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 13 de jan. 2010.....	28
IMAGEM 2	– “Frase” 02 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 5 mai. 2010.....	30
IMAGEM 3	– “Frase” 03 / Revista Veja, Seção Veja Essa 10 de mar. 2010.....	32
IMAGEM 4	– “Frase” 04 / Revista Veja, Seção Veja Essa 07 jul. 2010.....	34
IMAGEM 5	– “Frase” 05 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 nov. 2010.....	36
IMAGEM 6	– “Frase” 06 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 dez. 2010.....	37
IMAGEM 7	– “Frase” 07 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 14 abr. 2010.....	39
IMAGEM 8	– “Frase” 08 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 set. 2010.....	41
IMAGEM 9	– “Frase” 09 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 11 ago. 2010.....	42
IMAGEM 10	– “Frase” 10 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 fev. 2010.....	44
IMAGEM 11	– “Frase” 11 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 16 jul. 2010.....	45
IMAGEM 12	– “Frase” 12 / Revista Veja, Seção Veja Essa, 6 out. 2010.....	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1. Fundamentação teórica.....	14
1.1 Algumas considerações acerca da linguagem.....	14
1.2 A argumentatividade na linguagem: a questão da intencionalidade.....	16
1.3 Os implícitos nos enunciados: pressupostos x subentendidos.....	18
1.4 A mulher ornamental: a representação da mídia.....	21
1.5 “Frases”: um gênero persuasivo.....	24
2. Análise dos dados.....	28
2.1 Pressupostos, expressos por advérbios, e os subentendidos.....	28
2.2 Análise dos pressupostos, expressos por verbos e adjunto adverbial, e dos subentendidos.....	39
2.3 Análise das “frases” que não possuem pressupostos, mas contém implícitos Subentendidos.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51

INTRODUÇÃO

Por meio da manifestação da linguagem, nos comunicamos e estabelecemos relações interativas uns com os outros e com o meio em que vivemos. A partir destas relações, argumentamos e interagimos mediante construções linguísticas materializadas tanto na forma escrita quanto falada. Todas estas construções linguísticas pressupõem alguns sentidos, em muitos casos, estes sentidos não estão explícitos, mas estão implicitamente inseridos nos enunciados. Para que estes sentidos implícitos sejam entendidos, é necessário conhecimento linguístico-discursivo ou mecanismos de interpretação, e também, exige que consideremos o aspecto histórico, social e cultural que constituem a linguagem e o meio.

Todos os enunciados, os sentidos implícitos denunciam algumas pretensões intencionais dos enunciadores. Às vezes, os enunciadores não dizem o que pretendem, mas algumas informações ficam implícitas nas sentenças enunciadas. Mediante o entendimento destes sentidos implícitos, podemos recuperar a informação que, de fato, foi pretendida ou não por quem enunciou tal sentença.

Algumas correntes de estudos linguísticos analisam os sentidos implícitos nos enunciados, tal como a Semântica Argumentativa, que constata dois tipos de implícitos: pressuposto e subentendido. O primeiro é compreendido a partir do significado implícito inerente ao texto, já o segundo parte de significados construídos a partir dos aspectos extratexto, somados às conclusões formadas por cada leitor e/ou ouvinte de textos falados ou escritos.

Um gênero textual bastante relevante para a análise de sentidos implícitos pressupostos e subentendidos, é o gênero “frases”, geralmente, publicadas em revistas populares. A edição destas revistas separa uma seção especificamente para publicar as “frases” ditas por celebridades durante a semana, caso a revista seja de circulação semanal. Este gênero é carregado de informações que permitem verificar a construção de opinião tanto de quem fala quanto de quem publica as “frases”, entendendo também o interesse e a finalidade da enunciação e da publicação destas.

Observando as “frases” publicadas pela Revista Veja, percebemos grande número delas enunciadas por celebridades femininas. A partir desta observação, nos questionamos qual seria, então, o interesse da Revista ao publicar tais “frases”? Qual a representação feminina pretendida pela Revista Veja ao publicar um grande

número de “frases” ditas por este público? As “frases” ditas pelas mulheres trazem conteúdos implícitos?

Diante disto, devemos considerar que hoje a mulher ocupa posição de bastante destaque social, uma vez que além de mãe, esposa e dona-de-casa, a mulher também ocupa o papel de profissional devendo, ainda assim, permanecer bela e sensual. Em virtude disso, a mídia busca inserir no público leitor o padrão e a conduta correta para que a mulher ocupe esse lugar e, assim, seja bem aceita no contexto social e esteja bem consigo mesma.

Mediante estas discussões, analisaremos, por meio de pesquisa descritiva e qualitativa, doze “frases” de celebridades femininas publicadas pela Revista Veja na coluna Panorama - Veja Essa, durante o ano de 2010. Esta coluna publica as mais comentadas “frases” ditas por pessoas públicas durante a semana. Com esta pesquisa, tentaremos recuperar qual a intenção e/ou efeito semântico-discursivo produzido através destas “frases”, principalmente daquelas em que os conteúdos estão implícitos.

Desta maneira, a nossa pesquisa tem por objetivo geral analisar como os sentidos implícitos (pressuposto e subentendido), no gênero “frases” da Revista Veja, refletem a representação do universo feminino. E dois objetivos específicos: a) observar a frequência de pressupostos e subentendidos em “frases” ditas por celebridades femininas, publicadas na Revista Veja; b) refletir sobre o funcionamento semântico-discursivo dos implícitos (pressuposto e subentendidos) nas “frases” observadas, tendo em vista a representação do feminino em tal gênero.

Organizamos nosso estudo em duas partes: a Fundamentação Teórica que enfoca discussões sobre: a linguagem; da argumentatividade presente na linguagem; os implícitos (pressupostos e subentendidos); a representação da mulher através da mídia; e o gênero discursivo “frases”. E a Análise de Dados, em que inicialmente analisamos os implícitos presentes individualmente em cada “frase”, buscando compreender como estes implícitos refletem o universo feminino.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Algumas considerações acerca da linguagem

Antes de iniciar qualquer consideração sobre a linguagem, façamos algumas considerações sobre a palavra. Inicialmente questionamos o que é palavra? De maneira imediata, provavelmente responderíamos que palavra é um signo linguístico, ou então, é um morfema lexical. Mas refletindo um pouco, além da classificação gramatical, compreendemos que a palavra por si só carrega um leque de significações ideológicas. Entendemos por significações ideológicas as possibilidades de aplicação de uma única palavra em várias situações distintas. Bakhtin (1997, p. 95) afirma que “a palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial.” Neste sentido, uma palavra pode ser aplicada em situações diferentes desde que o campo semântico permita. Então, deduzimos que o usuário da língua, ao organizar as palavras para determinada situação, seleciona aquela que julga mais expressiva a fim de que a exteriorização do pensamento seja estabelecida de maneira eficaz.

Refletindo um pouco mais sobre esta questão, voltemos então para o início de tudo. Os Criacionistas afirmam que o mundo surgiu a partir da palavra. Segundo os Criacionistas, Deus, ao decidir formar o mundo e o homem, se utilizou da palavra para sua criação. Com isto, Deus ao determinar “haja luz”, a luz é criada (Gênesis 1: 3). Desta maneira, Ele utilizou a palavra para criar e esta criação acontece a partir de uma relação entre Deus e o meio. Assim, podemos considerar que a palavra também contém o “poder” de criação. Não entendendo criação aqui tal como a da criação do mundo, mas a criação de pensamentos, comunicação, interação. A palavra carrega consigo ideologias que aplicadas em situações comunicativas estabelecem interações. A estas interações em situações comunicativas é que entendemos a linguagem. Para Ducrot (1987), a linguagem é um jogo argumentativo envolvido em si mesmo não sendo a fala a tentativa de reprodução do mundo, mas a partir da tentativa de convencer o outro da nossa verdade, falamos para construir o mundo.

Se entendermos a linguagem como interação, logicamente compreendemos que só existirá linguagem se existir, pelo menos, dois corpos, ou seja, dois sujeitos.

Estes sujeitos interagem entre si por meio da linguagem em um meio social. É, então, no exercício da comunicação que a linguagem se manifesta. Com esta compreensão Petter (2005, p. 11) afirma que:

A linguagem verbal é, então, a matéria do pensamento e o veículo da comunicação verbal. Assim como não há sociedade sem linguagem, não há sociedade sem comunicação. Tudo o que produz como linguagem ocorre em sociedade, para ser comunicado, e, como tal, constitui uma realidade material que se relaciona com o que lhe é exterior, com o que existe independentemente da linguagem. Como realidade matéria – organização de sons, palavras, frases – a linguagem é relativamente autônoma; como expressão de emoções, ideias, propósitos, no entanto, ela é orientada pela visão de mundo, pelas injunções da realidade social, histórica e cultural de seu falante.

Daí não se pode pensar a linguagem apenas pelos aspectos gramaticais e semânticos, deve-se considerar também aspectos que envolvem tanto a formação da sentença em termos estruturais, como também o nível extralinguístico, ou seja, a situação discursiva, o locutor, interlocutor, o social. Assim sendo, a linguagem não é algo isolado, mas é um fenômeno compartilhado no qual o enunciador compartilha com o seu interlocutor a sentença que lhe é pretendida. O interlocutor, por sua vez, extrai da sentença enunciada, as interpretações que lhe cabem.

Neste sentido, a linguagem tem a função de produzir o pensamento e ao mesmo tempo comunicar. Julia Kristeva, indagando a este respeito, faz a seguinte pergunta: “Qual é a função primeira da linguagem: a de *produzir* um pensamento ou a de *comunicar*?” (KRISTEVA, 1969, p. 18, grifos da autora). A esta pergunta, Julia responde afirmando que “a linguagem é tudo isso simultaneamente, e não pode existir uma destas funções sem a outra”. Assim, a linguagem é o somatório da produção do pensamento com o ato comunicativo. Bakhtin, tratando sobre o pensamento filosófico-linguístico, discute a linguagem e afirma que “a unicidade do meio social e a do contexto social imediato são condições absolutamente indispensáveis para que o complexo físico-psíquico-fisiológico [...] possa ser vinculado à língua, à fala, possa tornar-se um fato de linguagem” (BAKHTIN, 1997, p. 70).

A linguagem, portanto, está situada em um contexto maior e dentro dela estão inseridos o meio social e os sujeitos que interagem através de um diálogo, compreendendo a palavra ‘diálogo’ aqui num sentido mais amplo, ou seja, “não apenas como comunicação em voz alta, [...], mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja” (*Idem*, p. 123). Segundo Bakhtin, um fato de linguagem só

acontece caso seja considerado os fatores sociais tais como o meio social e ainda o momento social em seu contexto no ato da fala, ou seja, o contexto presente no ato comunicativo. Importante ressaltar que o diálogo ocorre a partir do intercâmbio entre os sujeitos. Estes são detentores de caracteres físico-psíquico-fisiológicos e, associados à língua e à fala, interagem entre si em um meio social que também é fator essencial para que a comunicação se estabeleça.

Mediante o fenômeno da linguagem manifesta na comunicação a partir da interação produzida mediante as intenções entre os sujeitos, entendemos a enunciação. “A enunciação é o produto da intenção de dois indivíduos socialmente organizados” (*Idem*, p. 112). Para Koch, a enunciação é um evento único, isto porque as “condições de produção [...] são constitutivas do sentido do enunciado: a enunciação vai determinar a que título aquilo que se diz é dito” (KOCH, 1995, p. 14). Um acontecimento comunicativo nunca será igual a outro acontecimento, pois as condições de produção serão sempre o diferencial para cada enunciação. Portanto, deve-se considerar também que cada enunciado é carregado de intenção e isto influenciará na escolha de como o enunciado é dito, ou seja, ao modo como o que se diz é dito. Desta maneira, “a enunciação deixa no enunciado *marcas* que indicam (“mostram”) a que título o enunciado é proferido” (*Ibidem*, grifo da autora).

Ao falar algo, os sujeitos fazem com algumas intenções determinadas pelos aspectos sociais, ou seja, enunciados formados a partir dos sujeitos e do meio. Ducrot (1987), em conformidade com Bakhtin, afirma que a enunciação é o resultado da produção de um enunciado, ao passo que enunciado para ele, é um fenômeno empírico que depende da relação entre lugar, tempo, espaço, data, do produtor e do ouvinte.

Estas relações discursivas existentes entre enunciado e enunciação, tais como as abordadas por Ducrot (*idem*), é o que Koch (1995; 2008) denomina argumentatividade. Sobre este assunto é que discutiremos no tópico seguinte.

1.2 A argumentatividade na linguagem: a questão da intencionalidade

Segundo Koch (1995, p. 29) “o uso da linguagem é essencialmente argumentativo”. Todos os enunciados que pretendemos produzir, sempre o fazemos

com a finalidade de que produzam determinadas conclusões. “Em outras palavras, procuramos dotar nossos enunciados de determinadas força argumentativa” (*Ibidem*). Assim sendo, Koch (2008) afirma que a argumentação está presente em todo texto e é a argumentatividade que caracteriza a interação social, ou seja, a relação entre sujeitos socialmente organizados.

A interação social por intermédio da língua caracteriza-se, fundamentalmente, pela argumentatividade. Como ser dotado de razão e vontade, o homem, constantemente, avalia, julga, critica, isto é, forma juízos de valor. Por outro lado, por meio do discurso – ação verbal dotada de intencionalidade – tenta influir sobre o comportamento do outro ou fazer com que compartilhe determinadas de suas opiniões (KOCH, 2008, p. 17).

Ao considerar este aspecto, a autora afirma que a neutralidade de um enunciado é um mito podendo considerar que o que se pretende ‘neutro’, já contém intencionalidade, ideologia. Desta maneira, tudo também é produzido com uma intencionalidade. “De acordo com a intencionalidade do locutor, estabelece-se um novo tipo de relações: relações argumentativas, que implicam, por exemplo, a apresentações de explicações, justificativas, razões” (KOCH, 2008, p. 31).

Koch e Travaglia (1989), tratando sobre a intencionalidade, afirmam que existem dois tipos de intencionalidades, a do sentido restrito e a do sentido amplo. Segundo os autores, a intencionalidade do sentido restrito “trata da intenção do emissor de produzir uma manifestação linguística coesiva e coerente” (KOCH e TRAVAGLIA, 1989, p. 79) a fim de que o ouvinte a entenda de forma clara. Já a intencionalidade no sentido amplo “abrange todas as maneiras como os emissores usam textos para perseguir e realizar suas intenções comunicativas” (*Ibidem*). Ao elaborarem um enunciado, os sujeitos se utilizam do sentido restrito e do sentido amplo da intencionalidade para produzirem os sentidos desejados possibilitando uma melhor aceitabilidade dos ouvintes a estes enunciados.

O sentido é constituído através de uma relação, ou seja, um intercâmbio entre os sujeitos participantes do ato comunicativos. Segundo KOCH (2008, p.22),

o sentido de um enunciado [...] se constitui, também, pelas relações interpessoais que se estabelecem no momento da enunciação, pela estrutura desse jogo de representações em que entram o locutor e o alocutário, quando na e pela enunciação atualizam suas intenções persuasivas.

Desta forma, o locutor, ao enunciar uma fala, o faz com teor de intencionalidade, seja esta intencionalidade expressa de maneira explícita ou implícita nas sentenças, da mesma maneira que o alocutário a compreende também

com determinada intenção. Tratando sobre intenção, Koch (*ibidem*) afirma que “toda atividade de interpretação presente no cotidiano da linguagem fundamenta-se na suposição de quem fala tem certas intenções, ao comunicar-se”. Portanto, a interpretação inferida do ato de linguagem é recheada de intencionalidade do locutor, muitas vezes, persuasivas. Acontece, em muitas situações, que quem interpreta a fala a faz de maneira não aceita pelo locutor, ou seja, o locutor afirma não ter dito aquilo que foi entendido pelo interlocutor.

Em muitos casos, esta confusão comunicativa ocorre pelo fato de, na fala do locutor, existirem fatores implícitos que induzem deduções não desejadas por quem enuncia determinada sentença. Sobre esta questão trataremos no tópico a seguir.

1.3 Os implícitos nos enunciados: pressupostos x subentendidos

Levando em consideração que a linguagem é argumentativa, uma das primeiras teorias linguísticas que se dedicou a este estudo foi a Semântica Argumentativa, uma vez que trabalha com a linguagem para compreender as estratégias argumentativas, dentre elas, os sentidos implícitos. Desta maneira, a Semântica Argumentativa considera que para expressar um enunciado, o locutor organiza sua fala de maneira que o interlocutor compreenda da melhor forma, mas a interpretação caberá tão somente ao interlocutor. Às vezes, o que é entendido não foi pretendido pelo falante no ato da sua fala.

A atividade de interpretação, que está em ação a todo momento no processo de comunicação, funda-se na suposição de que quem fala tem determinadas intenções, constituindo a intelecção justamente na captação dessas intenções, o que leva a prever, por conseguinte, uma pluralidade de interpretações (KOCH 2008, p. 23).

Esta pluralidade de interpretações também é originada com base no que não está dito explicitamente no texto enunciado, mas que surge por meio de entendimentos implícitos inerentes ao texto. Assim sendo, para se chegar à compreensão do que não está exposto no enunciado, é necessário que o sujeito tente compreendê-lo por meio do desenvolvimento de um processo interpretativo associando o dito aos fatores externos ao texto de tal forma que o sentido implícito seja revelado. Eduardo Guimarães (2006, p. 135) afirma que

estamos diante do que podemos chamar de implícito. Ou seja, há algo que está significado no que se diz que não está diretamente dito, é preciso um

certo tipo de raciocínio (um procedimento de interpretação) seja feito para se retirar da língua, com suas regras de combinação e das condições específicas de funcionamento dos enunciados no acontecimento, o que eles significam.

Para Ducrot (1987), são dois os implícitos, o pressuposto e o subentendido. Para ele, o pressuposto é descrito a partir do componente linguístico, é um implícito do qual não se pode duvidar. É inquestionável, pois está ligado ao próprio enunciado, bem como os fenômenos sintáticos gerais. O pressuposto é um mecanismo que permite “mascarar” uma informação, esta informação, por sua vez, não pode ser constatada. Isto porque está inserida no próprio discurso. Ilari e Geraldi afirmam que a pressuposição é utilizada “para configurar, por trás das informações passadas, uma ‘verdade’ que não pode ser contestada sob pena de bloquear o diálogo” (ILARI e GERALDI, 2006, p. 63). Do conteúdo posto, ou seja, o que afirmo enquanto locutor, o sentido literal, é que se extraí o pressuposto.

Gomes (2006), discutindo sobre a pressuposição segundo Ducrot, chega à conclusão de que “todos os pressupostos que aparecem no sentido do enunciado estão já previstos na própria significação da frase [...]. Ou seja, o pressuposto se transmite sempre da significação para o sentido” (GOMES, 2006, p. 132). Desta forma, um enunciado pode inferir pressuposto a partir de seu significado, ou seja, no sentido próprio do enunciado o pressuposto já está inserido, ou melhor, implícito. O pressuposto é então, parte do sentido entendido de um determinado enunciado. É “algo intermediário entre o dizer e o não dizer, que constitui uma forma de significação contida de modo implícito no enunciado” (KOCH, 2008, p. 27).

O pressuposto é o resultado de uma sentença enunciada. Ao enunciar determinada sentença, o locutor já o faz entendendo que nela existe algo implícito, cujo sentido é exato e compreensível a todo aquele que estiver submetido a ela. Isto porque “o pressuposto pertence antes de tudo à frase: ele é transmitido da frase ao enunciado na medida em que estão satisfeitas as condições de emprego da frase do qual ele é a realização” (DUCROT, 1987, p. 33).

Algumas marcas linguísticas são inseridas no discurso para o estabelecimento da pressuposição. A utilização de alguns advérbios, algumas conjunções e determinadas formas verbais favorecem o conteúdo implícito pressuposto nos enunciados. Ilari e Geraldi afirmam que

as ‘expressões introdutoras de pressuposição’ constituem um leque bastante variado, em que se incluem não só *advérbios* (até, só, etc),

conjunções (as conjunções concessivas e temporais na maioria de seus empregos) e um bom número de verbos que regem subordinadas substantivas (esquecer que, adivinhar que, saber que, conseguir que etc.), mas ainda verdadeiras construções gramaticais: uma dessas construções é chamada 'construção de realce': é *que* (ILARI e GERALDI, 2006, p. 62, grifos dos autores).

Sabendo que estas marcas linguísticas em muitos os casos são pré-requisitos para informações pressupostas, torna-se mais fácil a compreensão do implícito pressuposto, ou seja, por causa destas expressões, a identificação de qual pressuposto está implícito em determinada sentença é entendido de maneira mais clara.

Por outro lado, o subentendido exige mais do processo de interpretação do interlocutor, uma vez que leva em consideração as circunstâncias da enunciação. O subentendido é formado a partir da dedução daquele que ouve determinado enunciado. Seja esta dedução correta ou não, o subentendido pertence ao interlocutor, diferente do pressuposto. Portanto, “não se pode negar o fato de que os subentendidos derivem de uma interpretação do destinatário o que nos autoriza a afirmar também que todo sentido é uma interpretação do destinatário” (GOMES, 2006, p. 131).

No entanto, não podemos afirmar que qualquer interpretação esteja aplicável ao enunciado posto, mas o locutor orienta a interpretação para certa leitura, e, aí então, o interlocutor manifesta determinadas interpretações. Mas o locutor tem sempre a possibilidade de renegá-las em seguida, ou fingir que as renega (KOCH, 2008).

O locutor pode utilizar-se dos implícitos subentendidos como estratégia de fazer o outro (interlocutor) dizer aquilo que ele não disse, ou seja, “para dizer alguma coisa, faz-se o outro dizer o que se disse” (DUCROT, 1987, p. 43). Daí, em muitas situações, o sentido que é deduzido isenta o locutor de qualquer responsabilidade sobre ele. Mas “obviamente este fato não exime o destinador da responsabilidade de seus atos de fala” (GOMES, *ibidem*). Portanto, o conteúdo subentendido é de grande reponsabilidade de quem ouve o enunciado e não de quem o enuncia.

Tratando sobre o subentendido, Ducrot (1987, p. 25) afirma que

o subentendido [...] resulta de uma reflexão do destinatário sobre as circunstâncias de enunciação da mensagem e deve ser captado, através da descrição linguística, ao final de um processo totalmente diferente, que leva em conta, ao mesmo tempo, o sentido do enunciado e suas condições de ocorrência e lhes aplique leis lógicas e psicológicas gerais.

O subentendido é, portanto, fruto de um processo reflexivo somado a fatores linguísticos, inerentes ao próprio enunciado, como também fatores extralinguísticos, ou seja, condições extratexto. Para Koch (*ibidem*), “o subentendido é construído como uma explicação da enunciação, em que o locutor apresenta seus atos de linguagem como um enigma a ser decifrado”. Desta forma, os subentendidos serão formados a partir do dito pelo emissor, pelos conhecimentos possuídos pelo interlocutor e ainda as condições externas no momento da enunciação, ou seja, condições físicas tais como tempo-espço, sociais, psicológicas, etc. Então, o subentendido é o enigma decifrado mediante o processo linguístico presente em um enunciado e o processo cognitivo de quem ouve tal enunciado.

O nosso trabalho tem por objetivo geral analisar como os sentidos implícitos contidos no gênero “frases” refletem a representação do universo feminino e é neste sentido que abordaremos no próximo tópico como ocorre a representação da mulher pela mídia em geral nos detendo, posteriormente, ao suporte midiático revista.

1.4 A mulher ornamental: a representação da mídia

A mulher tem um histórico marcado por lutas em busca de direitos sociais e igualdade entre os sexos. Durante muitos anos, a mulher foi compreendida como um ser inferior e, portanto, sem direito a muitas atividades simples e básicas da sociedade podendo apenas ocupar o papel de dona-do-lar, mãe e esposa.

Hoje, o perfil feminino já é bastante diferente. No Brasil e em muitas outras partes do mundo, a mulher conquistou seu espaço dentro da sociedade e já ocupa papéis sociais antes ocupados apenas pelo sexo masculino. “Foi com o passar do tempo que a mulher começou a fazer parte mais efetiva da sociedade e, com isso, tornou-se protagonista de lutas pelo reconhecimento de seu papel” (SAMARÃO, 2007, p. 49).

Em virtude da mulher ter conquistado muitos espaços na sociedade, hoje ela encontra-se bem mais ocupada, pois além dos papéis que já desempenhava anteriormente, foram acrescentadas algumas outras atividades que antes lhes eram proibidas. Desta maneira, a mulher nunca deixou de ter a “obrigação” de ser dona-do-lar, mãe e esposa, mas estas “obrigações” ainda lhes são cobradas juntamente com as atividades que lhes foram acrescentadas. Mesmo ainda existindo esta cobrança

da mulher no cumprimento das funções acima descritas, a maneira pela qual lhe é cobrada também é diferente uma vez que hoje a mulher pode, por exemplo, através de processos contraceptivos, escolher se quer ou não utilizar seu corpo para a maternidade. A este respeito Lipovetsky, discutindo sobre o papel social da mulher, afirma que:

O impulso dos valores individualistas, a legitimidade do trabalho assalariado feminino, o controle dos nascimentos fizeram a maternidade perder sua antiga posição na vida social e individual. No presente, ter filhos e criá-los não constitui o objetivo exclusivo da existência feminina; e já não é essencialmente através da função materna que se constrói a identidade feminina. No reino da magreza faz eco a essas transformações, exprime a recusa da identificação do corpo feminino à maternidade, o enfraquecimento da consideração social ligada à mulher mãe e, correlativamente, a valorização da mulher ativa, independente (LIPOVETSKY, 2000a, p. 138).

A sociedade hoje permite à mulher esta liberdade em escolher ser ou não ser mãe, mas uma vez que a mulher opte por gerar filho, a ela passa a ser exigida completa responsabilidade sobre ele, exigência esta muito mais severa do que as cobradas ao pai. É evidente que a mulher, pelo próprio aspecto natural e físico, já possui responsabilidades superiores a dos homens, pois é da mulher a responsabilidade de amamentar e este papel jamais será ocupado pelo sexo masculino. O que discutimos então, é que além da responsabilidade natural, a sociedade cobra da mulher ainda outros fatores que deveriam ser exigidos, de igual modo, o cumprimento tanto do sexo feminino quanto do sexo masculino, mas em muitos casos a exigência recai apenas sobre a mulher anulando, assim, a responsabilidade do homem.

Muitas destas responsabilidades femininas hoje são bastante difundidas e estereotipadas pelos meios midiáticos através de suas representações. O papel de mãe, esposa e dona-de-casa permanece de certa forma, os mesmos, acrescentando-lhes os papéis de sexy, sensual, trabalhadora bonita, papéis estes disseminados pela mídia através de suas representações (Samarão, 2007).

Assis sendo, a mídia tem uma grande responsabilidade na propagação destas “obrigações” das mulheres, uma vez que a sociedade, de forma direta ou indireta, cobra delas o cumprimento de todos estes papéis femininos. Esta cobrança nunca é tão aparente, explícita, mas sempre está veiculada de forma camuflada implicitamente em frases, imagens, anúncios, propagandas etc. Neste sentido,

as mídias desempenham o papel entre seus leitores e a realidade. O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que

permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta (GREGOLIN, 2003, p. 97, grifo do autor).

Desta forma, a mídia, ou as *mídias* como diz Gregolin, faz ou fazem nascer em seus leitores, sentidos que irão relacionar à realidade concreta, ou seja, os leitores interpretarão determinada representação disseminada pela mídia a partir da relação deles, enquanto leitores, com a realidade de vida e daí produzirão sentidos constituindo estes sentidos como corretos e aplicáveis a sua realidade.

Lipovetsky tratando sobre a mídia, e mais especificamente sobre a mídia feminina, afirma que ao propagar demasiadas informações estéticas, moda e aparência, orientações para condutas de seduções, “a imprensa feminina impôs como um agente de democratização do papel estético da mulher, como uma das grandes instituidoras da beleza feminina moderna” (LIPOVETSKY, 2000b, p. 157). Desta maneira, a mídia institui o padrão estético, social e moral na sociedade, ou seja, por meio de representações a imprensa expõe de forma persuasiva o que lhe é desejado.

Portanto, “a mídia por estar presente no cotidiano das pessoas, contribui de maneira eficaz para a formação do senso comum” (CRUZ, 2008, p. 4). E é neste senso comum que se encontra os ideais de beleza, de saúde, de conduta de vida, etc. estabelecido às mulheres. A mídia, portanto, constrói padrões dos quais os sujeitos participantes da sociedade buscam cumpri-los e também exigem o cumprimento destes por parte do outro. Assim, “como construtora de imagens simbólicas- a mídia participa ativamente, na sociedade atual, da construção do imaginário social, no interior do qual os indivíduos percebem-se em relação a si mesmos e em relação aos outros” (GREGOLIN, *idem*).

Diante deste fato, percebemos que os meios de comunicação, ao vincular determinada propaganda publicitária, novela televisiva, reality show, filmes, revistas, jornais etc., os fazem de maneira que os ideais de beleza, corpo, saúde, vida etc. estejam representados como um padrão a ser seguido.

Com relação ao corpo feminino, desde muito tempo a mídia estabelece determinados padrões. “Hoje o ideal a ser seguido é o do corpo (magro e malhado, mas sem músculos, barriga “seca”, coxas definidas e duras e seios firmes) apresentado e legitimado pela mídia” (SAMARÃO, 2008, p. 50). A mulher possuidora

deste padrão será sempre aceita e, caso esta seja artista, sempre estará em foco nas publicações midiáticas justamente por possuir o perfil desejado pela mídia.

Tratando sobre este aspecto, Sabrina Cruz (2008) afirma que a mulher é identificada como aquilo que todos os homens devem aspirar e possuir, podendo ser incorporada pelas mulheres como aquilo que elas devem ser ou se tornarem para poderem obter uma valorização social, uma vez que elas não possuam e nem se tornem o padrão estabelecido pela mídia, provavelmente não terá valorização social. Analisando algumas marcas em anúncios veiculados pela mídia Lipovetsky (2000b, p. 160) diz que estes “são fabricados com o objetivo de legitimar a sedução, o gosto pela juventude, as paixões narcísicas, a procura consumidora da beleza”.

Assim sendo, a mídia reproduz a imagem de uma mulher ornamental pela qual todas as mulheres devem seguir. A mulher ornamental é aquela mulher moderna, dinâmica, independentes e, portanto, “coisificadas” (CRUZ, 2008, p. 3). De forma mais severa Lipovetsky afirma que “tudo na imprensa feminina incita ao embelezamento das mulheres, a associar feminilidade e beleza, a estimular uma progressão consumista da beleza” (LIPOVETSKY, 2000b, p. 158). Com a tentativa de obedecer ao que estão representadas pela mídia, as mulheres da sociedade se aprisionam a este padrão e muitas vezes tornam-se escravas da beleza.

Desta forma, a mídia, sabendo que a sociedade feminina está escrava da busca pela beleza, pelos padrões que são socialmente aceitos, foca suas publicações nestes fatores.

Subordinada às exigências da ordem mercantil, a imprensa feminina submete as mulheres à ditadura do consumível; difundindo imagens de sonho, inferioriza as mulheres, intensifica as angústias da idade, cria desejo vão de parecer-se com os modelos de sedução; [...] reforça os estereótipos da mulher frívola e superficial (*Idem*, 164).

Como afirma Samarão (*Idem*, p. 51), “beleza, sensualidade e erotismo são armas privilegiadas para prender a atenção do público”, e é com esta prisão que os meios de comunicação se focam e conquistam sucesso no mercado e garantem, de maneira eficaz, os seus lucros.

1.5 “Frases”: um gênero persuasivo

Antes de discutirmos acerca do gênero “frases”, façamos uma breve reflexão sobre os gêneros textuais. No nosso dia-a-dia nos deparamos com textos a todo

instante. Em todo lugar encontramos e lemos textos. Este grande contato nosso com os textos permite-nos perceber que eles não são todos iguais. Cada um possui características próprias que os tornam diferentes.

A esta diversidade de textos é que chamamos gêneros textuais. O tempo inteiro os falantes da língua utilizam os gêneros mesmo sem saber que os são. Isto porque eles fazem parte da sociedade de maneira geral, assim sendo, “os gêneros textuais se constituem como ações sócio comunicativas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo” (MARCUSCHI, 2007, p. 22).

Segundo Possenti (2009, p. 10), gêneros textuais “são ‘coisas’ que existem, que fazem parte do mundo da linguagem. Os falantes os praticam, mesmo sem perceber” [*sic*]. Produzimos e utilizamos gêneros com a finalidade de que nossa comunicação e interação com o meio social seja estabelecida, pois por meio dos gêneros, organizamos esta interação.

Os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia. São entidades sócio discursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa. No entanto, mesmo apresentando alto poder preditivo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo, os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos (MARCUSCHI, 2007, p. 19).

A maior comprovação de que os gêneros textuais são maleáveis, dinâmicos e plásticos, é a modificação de alguns gêneros já existentes e o surgimento de novos gêneros textuais como, por exemplo, os que se modificaram e surgiram por causa do avanço tecnológico virtual.

Desta maneira, os gêneros surgem conforme a necessidade social a fim de que as funções comunicativas, cognitivas e institucionais sejam supridas. Estes três fatores caracterizam os gêneros textuais mais do que seus fatores estruturais e linguísticos (*Ibidem*). Portanto, compreendemos que cada gênero possui uma função dentro de uma sociedade cuja finalidade sempre será o aspecto sócio comunicativo.

Além disso, é necessário compreender que cada gênero possui sua característica estrutural, característica esta que, em muitos casos, dependerá do suporte pelo qual este gênero estará apoiado. Alguns gêneros estão inseridos em um local onde são publicados frequentemente. Por exemplo, as notícias são geralmente publicadas em jornais sejam estes falados, impressos ou virtuais. “Os

textos estão normalmente ‘situados’ em lugares (suportes) característicos” (POSSENTI, 2009, p. 11) e é isto que faz com que o leitor reconheça que determinado gênero é aquele gênero e não outro.

Mesmo um gênero estando situado em um suporte que não é de costume, o leitor consegue identificá-lo de maneira correta.

Somos capazes de identificar os gêneros. Por exemplo, reconhecemos uma propaganda, mesmo se está inserida no meio de um filme ou de um jornal [...]. Isso significa que um gênero tem um formato [...] mais ou menos definido, que tem certas marcas (*Ibidem*, p. 12).

No caso do nosso trabalho, analisaremos o gênero “frases” que estão publicadas no suporte revista. Este gênero, assim como todos os demais, possui características peculiares. É um gênero de tamanho curto, geralmente veiculado em jornais e revistas. “Estruturalmente, compõe-se na ‘fala’ dos locutores/autores [...], mais o contexto recuperado [...] do editor.” (COSTA, 2009, p. 121).

As “frases” são sempre publicadas a partir de um recorte feito pela edição da revista ou do jornal a partir de uma fala maior do locutor. Depois deste recorte, a edição situará o leitor informando qual o contexto e a situação física, psicológica etc., pela qual a “frase” foi extraída. Segundo Pedrosa (2007), as revistas sempre publicam este gênero com uma forma padrão, primeiro a ‘fala’ escolhida e depois, logo abaixo da “frase”, a contextualização.

Para Pedrosa (2007, p. 157) os contextos podem ser classificados de três formas: contexto informativo (aquele contexto que traz apenas informações sobre a situação, sem que esteja explícita a opinião do editor); contexto atrelado (aquele que não é suficiente para a compreensão da fala tendo de recorrer ao contexto de “fala” anterior); e contexto interpretativo ou tendencioso (aquele que identificamos explicitamente, através de marcas linguísticas, a opinião do editor).

Diferente de Pedrosa, afirmamos que todos estes contextos já são tendenciosos, por mais distante que seja a expressão opinativa do editor. Ao selecionar determinada “frase” recortando-a de uma situação comunicativa maior, automaticamente já podemos inferir disto uma intenção. Portanto, esta escolha é tendenciosa por pretender um determinado fim.

Para Pedrosa (*idem*) é através do contexto que o leitor conhece a “fala” retextualizada.

No primeiro processo, o editor seleciona a ‘fala’ do locutor a partir de um evento comunicativo mais amplo e a retextualiza segundo critérios bem

subjetivos, pois verificamos que as 'falas' não são transcritas, como o uso das aspas poderia sugerir, mas retextualizadas segundo preferências lexicais, sintáticas, semânticas, pragmáticas e ideológica do editor (PEDROSA, 2004, p. 2).

Com a retextualização do editor notamos a intenção da revista de maneira clara, ou seja, explícita em determinada publicação. Mediante a retextualização e da imagem escolhida para ilustrar o locutor da "frase" (no caso da Revista Veja) interpretamos qual seja a representação pretendida pela revista.

Então, "poderemos afirmar que só podemos tratar do gênero textual "frases", considerando-o em seu conjunto construtivo: 'fala' do locutor + contexto do editor" (PEDROSA, 2007, p. 158). Acrescentamos mais: 'fala' do locutor + contexto do editor + **imagem ilustrativa do locutor**, uma vez que a escolha da imagem é completamente carregada de intencionalidade e informações.

Marcuschi (2008, p. 24) tratando sobre os aspectos composicionais dos gêneros textuais afirma que, "além dos modos linguísticos, isto é, a fala e a escrita, temos que dar conta dos demais modos a eles integrados, tais como som, imagem, gestos, imagem em movimento etc." Assim sendo, ao analisar o gênero "frases" não apenas analisaremos os aspectos linguísticos, mas todos os demais fatores que compõem este gênero, a saber: a fala da celebridade, contexto localizado abaixo da fala e a imagem fotográfica ou caricaturada.

Diante de todo estudo teórico apresentado anteriormente, partiremos agora para a análise das "frases" iniciando com um tópico de análise das "frases" cujos pressupostos estão expressos pelos advérbios e/ou locuções adverbiais. Em seguida, faremos a análise dos pressupostos expressos por outras classes gramaticais, tais como: verbo e adjunto adverbial. Seguido deste último ponto, analisaremos as "frases" que não possuem pressuposto, mas apenas subentendido. Na medida em que analisaremos os pressupostos também faremos a análise dos subentendidos.

2. ANÁLISE DOS DADOS

As “frases” que analisamos foram selecionadas a partir do critério de observação dos implícitos (pressupostos e subentendidos) sendo, obrigatoriamente, “frases” ditas por mulheres. Em virtude de a Revista Veja ser de circulação semanal, muitas “frases” encontradas poderiam fazer parte do *corpus* deste trabalho, mas optamos por escolher uma única frase de cada mês e, assim, poder analisar este gênero no período de um ano. Pretendemos avançar com este estudo abrangendo esta análise às demais “frases” tanto do ano de 2010 quanto dos anos seguintes e/ou anteriores em trabalhos posteriores.

2.1 Pressupostos, expressos por advérbios, e os subentendidos

Como apresentado anteriormente no tópico 3, os subentendidos são suposições que identificamos através do processo interpretativo, podendo ser estes verdade ou não. Os pressupostos, por sua vez, são implícitos cujo sentido não se pode duvidar uma vez que está contido na construção gramatical da frase. Desta forma, alguns advérbios ou locuções adverbiais carregam consigo marcas pressupostas como podemos perceber na seguinte “frase” enunciada pela ex-modelo Luiza Brunet. Vejamos:

“Frase” 01:



Panorama ■ Veja Essa

“Ainda estou só, mas sonho com um príncipe em 2010.”

LUIZA BRUNET, ex-modelo, no site de Lu Lacerda

“As pessoas precisam de doações de roupas de cama, panelas e eletrodomésticos”

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 13 de jan. 2010.

A indeterminação temporal expresso pelo advérbio ‘ainda’, escolhido por Luiza Brunet para a construção de sua “frase”, permite que entendamos o seguinte implícito pressuposto: a ex-modelo estava sozinha há algum tempo e continua sozinha, ou seja, faz algum tempo que ela não tem relacionamentos amorosos e continua sem se relacionar no momento que ela enunciou esta “frase”.

Além dos implícitos pressupostos, podemos interpretar alguns implícitos subentendidos. Subentendemos que a Luiza Brunet não tem namorado há muito tempo; ela não quer ficar sozinha; ela quer um namorado o mais rápido possível, fator este compreendido por ela ter optado por determinar o período que deseja não está mais sozinha, ou seja, em 2010. A ex-modelo enunciou esta “frase” no início de 2010 e afirma que sonha com um príncipe para 2010, então o desejo de não mais ficar só não é algo adiável, mas é imediato, o mais breve possível, tem que ser durante o ano de 2010.

Nesta “frase”, a Revista Veja não insere contextualização persuasiva, mas a imagem selecionada pela Revista para a publicação da “frase” é completamente intencional, uma vez que a fotografia é da ex-modelo com um vestido longo mostrando as pernas totalmente nuas. Observe:

Panorama ■ Veja Essa

“Ainda estou só, mas sonho com um príncipe em 2010.”
LUIZA BRUNET, ex-modelo, no ato de Lu Lacerda

“As pessoas precisam de doações de roupas de cama, panelas e eletrodomésticos.”
Da secretária estadual de Ação Social Turinense, BENEDITA DA SILVA, aparecendo em Angola seis dias depois da tragédia que matou 52 pessoas (ela estava num spa)

“Fiquei chocado. E olha que sou um magistrado muito vivído.”
ROBERTO ANTONIO VALLINI BELLOCCHI, desembargador, ofendido-se aos 5.400 funcionários do Tribunal de Justiça de São Paulo afastados por alegados motivos de saúde

“Recebi os dados por e-mail, e eles davam conta de que eram da Economist. Realmente não me dei ao trabalho de ir à Economist e checar tudo.”
MARCOS VERLAINI, analista do Departamento Interjurídico de Assessoria Parlamentar (Diap), autor do artigo Lula e OIC. Por que os funcionários furtam as Computações, que usou dados que tinham sido tirados da revista inglesa. Mentira, tirou de um livro petista

“Marcos, esse artigo não é seu. Você apenas copiou um panfleto petista que circula na internet.”
Comentário de uma setores no ato do Diap que acusou a fraude

“Lula é visto em praia na Bahia. E, pelo tamanho do isopor, tem bastante ‘providência’ para tomar por lá.”
Do site NUBE LOCO

“Dos 187 países filiados à Fifa no meu tempo, e hoje são 210, eu fui a 186. E para isso tudo eu fiz 20.000 horas de voo. Quem deveria fazer isso é o secretário-geral da ONU. Mas ele fica em Nova York, num prédio de trinta andares cheio de funcionários, onde ninguém faz nada, e o mundo está cada vez pior.”
JOÃO HEBELANGE, ex-presidente da Fifa, em entrevista à revista ESPN

20 | 13 DE JANEIRO DE 2010 | veja

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 13 de jan. 2010.

Com esta imagem, afirmamos que a Revista Veja pretende que o leitor interprete a “frase” da Luiza como uma propaganda dela mesma, pois a informação contida na “frase” somada à imagem permite-nos inferir que a Luiza Brunet está fazendo um apelo publicitário de si mesma, a fim de encontrar alguém que se agrade do “produto”, ou seja, da Luiza. Neste sentido, constatamos a imagem da mulher, no caso, da celebridade feminina, de forma “coisificada” em produto publicitário.

Diferente da “frase” de Luiza Brunet cujo pressuposto está expresso por um advérbio que não determina exatamente a temporalidade, mas que carrega a marca temporal, a “frase” da atriz Paris Hilton apresenta um advérbio que carrega a marca temporal, mas que marca exatamente o momento dentro da linha do tempo. Observe:

“Frase” 02:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 5 mai. 2010.

Como dito anteriormente, a “frase” da atriz apresenta um advérbio que marca bem na linha do tempo o momento referido por ela e este advérbio é ‘agora’. A partir da palavra ‘agora’ identificamos o pressuposto de que antes ela não se dedicava tanto a família, ao trabalho e a ela mesma.

Com toda a sentença enunciada por Paris Hilton subentendemos que ela acha que quem namora sério são pessoas desocupadas; antes ela era desocupada, porque ela estava namorando sério; antes ela não cuidava tanto da família, do trabalho e dela mesma.

Por meio da contextualização da Revista também podemos subentender que a atriz namora muito. Isto porque a Revista escolheu a sentença “último namorado e

antes de engatar com o próximo”, ou seja, a palavra ‘último’ remete ao fato de que ela namorou com alguém antes de ter enunciado esta sentença. Desta maneira, Paris Hilton teve pelo menos 3 namoros, um anterior ao último, o último e o próximo.

A Revista contextualiza a “frase” de maneira irônica ao afirmar, em forma de subentendido, que a atriz é namoradeira. Além disso, a Revista opta por publicar a imagem da atriz em forma de caricatura. Qual o interesse da Revista em caricaturar a atriz ao invés de publicar uma imagem fotográfica?



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 5 mai. 2010.

Analisando a caricatura, observamos algumas características que são bem marcantes, tais como: o olhar despreocupado; um vestido extravagante (bastante decotado e com costas nuas); o grande apelo pela cor rosa em todos os detalhes da imagem, intensificando a feminilidade; uma das mãos entre as pernas, ou seja, uma postura nada elegante.

Diante destas características, supomos que a escolha pela caricatura aconteceu pelo fato de a Revista tentar exprimir uma postura nunca antes adotada pela atriz. Ao contrário da caricatura, a atriz Paris Hilton sempre aparece de maneira exuberante em imagens fotográficas, nunca se postando de maneira deselegante, com uma das mãos entre as pernas, com pernas jogadas, com os pés um de frente ao outro, ou seja, sem organização para fotografar, como mostra a caricatura.

Esta imagem caricaturada e a contextualização da Revista expressam, de certo modo, um deboche à atitude da atriz. Assim sendo, a “frase” da atriz, por causa das informações acrescentadas pela Revista, faz com que o leitor infira muito mais informações do que se tivesse lido apenas a “frase” solta.

A Revista constrói sua opinião a partir destes mecanismos e, assim, consegue persuadir o leitor diante do que pretende, no caso, afirmar que a atriz é namoradeira e que não se importa com seu caráter moral, conforme analisamos serem estas informações implícitas subentendidas na “frase”

Já a “frase” da modelo e apresentadora Ana Hickmann possui a marca linguística ‘mais’, que nas duas frases possibilita o pressuposto de que antes a Ana Hickmann não se gostava tanto quanto hoje, entendimento este extraído do posto de que hoje ela se gosta. Este entendimento também é intensificado pelo advérbio ‘muito’ na primeira “frase” e pelo advérbio ‘bem’ na segunda “frase”. Estas palavras somadas à palavra ‘mais’ formam duas locuções adverbiais que exprimem a ideia pressuposta. Vejamos:

“Frases” 03:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa 10 de mar. 2010.

Com relação ao subentendido, afirmamos que Ana Hickmann não se achava tão atraente; não era satisfeita com o corpo; não se achava tão sensual; as modelos não se gostam muito e não são gostosas. A comprovação da veracidade destes subentendidos somente pode ser estabelecida por Ana Hickmann.

Ao ler a parte inferior à fala da modelo e apresentadora (o contexto apresentado pela Revista), constatamos que Ana Hickmann se posicionou desta maneira porque agora está com o corpo que obedece aos padrões impostos pela sociedade, ou seja, um corpo com muitas curvas e não tão magro.

Assim como a **“Frases” 01**, a Revista escolhe uma imagem bem apelativa no tocante ao fator sexual.



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 10 de mar. 2010.

Com esta imagem, vemos que a Revista intensifica o dito na contextualização da “frase” quando afirma que a apresentadora ganhou curvas depois que parou de desfilas. Vemos que nesta imagem, Ana Hickmann se apresenta de forma diferente

do que geralmente é veiculado na televisão, uma vez que ela apresenta um programa dominical que se propõe ser voltado para a família. Ao ver esta imagem de Ana Hickmann, o público possivelmente estranha esta postura em razão de não ser convencional a imagem da apresentadora desta maneira.

Percebemos que a escolha da imagem da apresentadora contribui para a perpetuação do conceito do corpo belo, do padrão de beleza disseminado pela mídia. Neste sentido, a imagem publicada valoriza os subentendidos interpretados nesta “frase” e sugere a imagem de um corpo livre de insatisfação. Antes a Ana Hickmann não possuía este corpo e por isto não se gostava tanto quanto hoje, entendimento este extraído do pressuposto.

Ao associar este tipo de imagem feminina à condição de satisfação da celebridade, a Revista apresenta e representa o padrão para a aceitação social da mulher, ou seja, uma mulher com o corpo com muitas curvas, um corpo que não é gordo nem tão magro. Possuindo este padrão corporal, a mulher estará feliz, bem resolvida consigo mesma e com a sociedade, entendimento este compreendido pelo implícito subentendido, pela contextualização da Revista e pela imagem publicada.

A também modelo Isabeli Fontana enunciou a seguinte frase:

Frase” 04:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa 07 jul. 2010.

Na “frase” da modelo Isabeli, a partícula gramatical ‘só’ denota a ideia de limitação se comportando como um advérbio por está localizada junto ao um verbo e modificar a ideia central da sentença. Assim sendo, esta partícula permite-nos inferir o pressuposto de que o interesse de Isabeli Fontana por sua profissão é o dinheiro. Ela só é modelo porque ser modelo dá dinheiro.

Desta maneira, subentendemos que a modelo não gosta de sua profissão; a profissão que lhe agrada não dá dinheiro tanto quanto a profissão de modelo; Isabeli Fontana ganha dinheiro por ser modelo.

Notamos, então, que Isabeli expõe com menosprezo a sua escolha profissional, menosprezo este principalmente expresso pela escolha das palavras “nesse negócio da moda”. Com estas palavras, a modelo transmite, de forma mais expressiva, o que pretendia, ou seja, os implícitos pressuposto e subentendidos.



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 07 jul. 2010.

Com esta “frase” (04), a Revista busca expressar a imagem de mulher profissional, que, apesar de sua insatisfação, permanece em sua profissão e consegue reconhecimento por causa do bom trabalho desempenhado.

Da mesma forma que a fala da Isabeli Fontana, a sentença enunciada por Claudia Leite também pressupõe algo a partir de partícula gramatical ‘só’:

“Frase” 05:

Panorama ■ Veja Essa



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 nov. 2010.

A partícula ‘só’, diferente da fala da modelo Isabeli, na “frase” enunciada por Claudia Leite, denota a ideia de exclusão e que somada à partícula adverbial de negação ‘não’ estabelece o implícito pressuposto de que ela pratica sexo no silêncio. Por subentendido interpretamos que as demais atividades a cantora faz com barulho; ela não pratica sexo se estiver barulho.

Com esta “frase”, a Revista expõe a conduta sexual da celebridade.

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 nov. 2010.

Claudia Leite provoca estranheza no público leitor, ao dizer esta “frase”, principalmente pela interpretação do implícito subentendido. Por possuir uma postura de mulher sempre muito animada, elétrica, que vive em contextos de muito barulho (postura esta demonstrada na imagem publicada pela Revista que mostra a cantora como se estivesse dançando), não se esperava que na hora do sexo, a Claudia Leite preferisse silêncio.

Mas qual a intenção real da Revista em expor as celebridades em relação aos seus interesses sexuais? Inicialmente, afirmamos que esta é uma estratégia da Revista para prender a atenção do público e garantir lucros; podemos afirmar que a Revista busca representar a mulher pública de todas as maneiras, inclusive no que diz respeito à sua vida sexual, a fim de que o público leitor se identifique com tais atitudes e também as representem em suas vidas.

Assim como o pressuposto inserido na frase de Claudia Leite é expresso pela soma de duas palavras gramaticais, sendo uma delas o advérbio de negação ‘não’, na sentença enunciada por Gisele Bündchen acontece o mesmo. Mas, na “frase” da modelo a soma do advérbio ‘não’ com o verbo ‘mudar’ apresenta o pressuposto de que Gisele mudou.

“Frase” 06:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 dez. 2010.

Além deste implícito pressuposto deduzimos por subentendido que pelo fato de Gisele Bündchen ser mãe, agora ela é mais responsável; e que agora, ao tomar decisões, pensa no bem da família, antes ela não pensava.

A partir dos implícitos pressuposto e subentendidos, comprovamos que a Revista pretende perpetuar a ideia de mulher mãe e sempre responsável. Com a imagem fotográfica da modelo Gisele Bündchen (imagem logo abaixo), percebemos que a Revista expressa a ideia de que mesmo sendo mãe e agora estando bem mais responsável do que antes por causa da maternidade, a modelo continua com um corpo magro e com o semblante feliz.



CITADO POR ALDO CEZAR DE MARRAS marra@brl.com.br

“Essa foi uma confusão que se fez durante muito tempo no Rio: pensar que lei e ordem com direitos humanos são incompatíveis.”
Do governador **SÉRGIO CABRAL**, fazendo referência às ações que a polícia desenvolve em Vila Cruzeiro e no Complexo do Alemão

“Quem deve ter as conversas gravadas 24 horas por dia não são os advogados criminais, mas os mensaleiros, os atropados, as Erenices, os Valdomiros Diniz, entre outros.”
Do presidente nacional da OAB, **OPHIR CAVALCANTE**, ao responder a proposta do ministro da Justiça, Luiz Paulo Barreto, de editar um pacote com medidas que permitam a gravação de conversa do preso com o seu advogado dentro dos presídios federais

“O nome do meu pai é James, e meu irmão é Jason.”
Da cantora irlandesa **PINK**, justificando a escolha do nome Jameson, de seu uísque preferido, para dar ao seu filho que vai nascer

“Num caso como este de Fábio Assunção, a gente é solidário, mas também não pode passar a mão na cabeça: o errado é ele, e não nós. Eu, por exemplo, não gasto um milímetro da minha paciência com drogados.”
AGUIVALDO SILVA, autor de novelas, em seu Twitter

“Não tem como passar por uma experiência dessas e não mudar. Hoje, tudo o que faço é pensando na minha família.”
GISELE BÜNDCHEN, capa da revista **VEJA** de dezembro

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 dez. 2010.

Desta maneira, a Revista representa a imagem de uma mulher moderna, que trabalha como modelo, é mãe, permanece bonita e ainda é feliz.

Diante de toda esta discussão, é notamos que os implícitos pressupostos são bastante expressos pelos advérbios e locuções adverbiais uma vez que, dentre 12 frases escolhidas para análise, 6 delas apresentam implícitos pressupostos inferidos a partir desta classe gramatical.

2.2 Análise dos pressupostos, expressos por verbos e adjunto adverbial, e dos subentendidos

Alguns pressupostos são expressos por verbos cujos empregos destes na sentença acarretam sentidos além do que está posto no enunciado, ou seja, sentidos implícitos pressupostos.

Vejam a “frase” enunciada pela cantora Lady Gaga:

“Frase” 07:



“Eu tinha narigão, cabelo castanho bem crespo e era gorda. Todo mundo zoava comigo.”

LADY GAGA, cantora hoje totalmente modificada, sobre os tempos de escola

“Até os 15 anos eu tive tudo o que quis. Depois dos 15 meu pai colocou para... eu não gosto mais de falar essa palavra, mas não é verdade.”

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 14 abr. 2010.

Na “frase” da cantora, o verbo ‘ter’ está conjugado no pretérito imperfeito do indicativo, desta maneira, por ser esta a conjugação verbal compreendemos que o fato é passado e que durou certo período de tempo. Caso contrário, a cantora teria optado pela conjugação no pretérito perfeito, ou seja, ‘tive’ cuja temporalidade expressa por esta conjugação é menor do que a escolhida pela cantora. Desta maneira, por causa do emprego verbal ‘tinha’, o implícito pressuposto é o de que hoje a Lady Gaga não tem mais narigão, nem cabelos castanho crespo e não é gorda.

Por subentendido, deduzimos que a cantora superou a ‘zoação’, pois fala com naturalidade sobre este assunto. Por causa da contextualização da Revista, interpretamos o subentendido de que hoje ninguém ‘zoa’ mais com a Lady Gaga; agora ela é superior.

Nesta “frase” (07), percebemos que nos sentidos implícitos subentendidos, a cantora superou a *zoação* que recebia dos colegas em tempos de escola, apenas pelo motivo de, nesta época, sua imagem não corresponder à imagem que se convencionou ser a imagem bela.

De maneira intencional, a Revista publica a imagem do corpo da cantora de tal forma que confirma o que foi dito por ela, ou seja, mostra o corpo que agora é belo, ou seja, dentro dos padrões estabelecidos pela mídia, diferente de antes.

Observe a imagem da cantora escolhida pela Revista:

Panorama ■ Veja Essa

“Eu tinha narigão, cabelo castanho bem crespo e era gorda. Todo mundo zoava comigo.”⁹⁹
LADY GAGA, cantora hoje totalmente modificada, sobre os tempos de escola

“Até os 15 anos eu tive tudo o que quis. Depois dos 15 meu pai me colocou para... eu não gosto nem de falar essa palavra, mas para trabalhar. Daí comecei a fazer aquilo que eu não gosto de comentar. Aliás, fico até arrepiado.”⁹⁹
CHICKENHO SCARPA, o eterno playboy, em entrevista ao programa Milhões com a Fúria, da MTV

“A aritmética, infelizmente, é muito clara.”⁹⁹
BEN BERNARKE, presidente do IBO, advertindo que os americanos têm pela frente duas opções odiosas: aumentar impostos ou cortar benefícios sociais

“Ele é inexperiente, um político amador. Os políticos americanos são caubóis. Quando tropeçam na lei, sacam o revólver.”⁹⁹
MAHMOUD AHMADINEJAD, presidente do Irã, fazendo pouco dos advertências de Barack Obama a gente louca para sacar uma bomba atômica

“Falo as coisas que os outros não têm coragem de dizer — ou, às vezes, não têm a cara de pau.”⁹⁹
GLENN BECK, o mais extremado apresentador da Fox News, que de mauco não tem nada — faturou 32 milhões de dólares no último ano

“O estilo Kim Jong-Il, que agora se difunde de modo acelerado no mundo inteiro, é algo sem precedentes na história global.”⁹⁹
Artigo no Rodong Sinmun, jornal do Partido Comunista da Coreia do Norte, descobriu-se só agora que os modernos admira o jeito retrô do anterior grande líder

“Talvez um dia eu entre na faca.”⁹⁹
DENI MOORE, atriz e transformadora da realidade



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 14 abr. 2010.

Assim, a Revista propaga a imagem padrão do corpo feminino belo intensificando a ideia de que se a mulher não possuir este padrão estético, ela não é bela. Ou seja, se a mulher tiver nariz grande, cabelo castanho crespo e for gorda, ela jamais será considerada uma mulher bonita, pois não se adequa aos padrões do corpo belo propagado pela mídia.

Da mesma forma que o pressuposto da “frase” anterior, o pressuposto da “frase” da atriz Lindsay Lohan é também expresso pelo verbo ‘ter’ conjugado no pretérito imperfeito do indicativo e ainda pela expressão ‘certas coisas’. Observe:

“Frase” 08:

“**Eu tinha um caminhão de dinheiro e ninguém para me dizer que não podia fazer certas coisas.**”

LINDSAY LOHAN, atriz americana, em entrevista à revista *Vanity Fair*, transferindo a culpa de seus desvarios



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 set. 2010.

A partir desta “frase”, pressupomos que a atriz cometeu vários erros na vida por causa do dinheiro, dinheiro este que hoje ela não tem mais tanto quanto antes. Por subentendido interpretamos que a atriz era sozinha; ela não tinha companhia da família e nem de amigos; ela não tem nem família e nem amigos.

Com a contextualização desta “frase”, a Revista critica a atriz americana pelos erros cometidos por ela durante o período que tinha muito dinheiro. Com a fotografia da atriz trajada com um vestido bastante decotado, a Revista acentua a imagem que busca transmitir através dos implícitos pressupostos e subentendidos, ou seja, a imagem de uma mulher fora dos padrões sociais, éticos e morais.

ESTILO POR ALTO CELAR DE BARRO BarroFoto.com.br

“O Brasil é um país esquizofrênico. Você tem uma política fiscal em que o BNDES tem um pé no acelerador e o Banco Central tem um pé no freio.”
RICARDO HAUGSMANN, professor de Harvard, em entrevista à Folha de S. Paulo

“Eu tinha um caminhão de dinheiro e ninguém para me dizer que não podia fazer certas coisas.”
LINDSAY LOHAN, atriz americana, em entrevista à revista *Vanity Fair*, transferindo a culpa de seus desvarios

“(Eu tomava) uísque puro ou gim-tônica antes do jantar, alguns copos de vinho, meia garrafa, durante a refeição... Senti que estava precisando da bebida como um apoio.”
TONY BLAIR, ex-primeiro-ministro britânico, contando em seu livro de memórias como enfrentava a pressão do cargo

“Prostitutas francesas agora defendem direitos humanos.”
Do portal iraniano Kayhan, numa agressão violenta à primeira-dama francesa Carla Bruni, que está empenhada na libertação da iraniana condenada à morte por apedrejamento

“O Shakespeare é f... meu irmão.”
WAGNER MOURA, ator, que interpretou Hamlet no teatro, falando ao *Jornal de Tarde*

“Itaquera é o c. de onde sai a b... do cavalo do bandido.”
RYA LEE, no Twitter, criticando a construção do estádio do Corinthians naquele bairro de Zora Leste

“Por favor, você poderia me explicar qual o segredo dessa atriz? Ela não é nada. Absolutamente nada!”
GERARD DEPARDEUR, ator francês, sobre sua compatriota Juliette Binoche, que ganhou o Oscar de atriz coadjuvante e foi premiada em Cannes

“Não entendo essa violência. Será inveja?”
JULIETTE BINOCHÉ, comentando a falta do colega

“Tem um problema grave acontecendo. Se é político, é grave. Se não é político, é gravíssimo.”
MARINA SILVA, candidata viciada à sucessão de Lula, falando do vazamento de dados fiscais de lucanos e cidadãos comuns dos computadores de Receita

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 8 set. 2010.

Assim sendo, a Revista estabelece a ideia de que a mulher deve ter sempre uma conduta correta, sem escândalos, buscando não cometer erros, sendo sempre prudente.

Até agora, analisamos “frases” que possuem pressupostos e subentendidos, no entanto, notamos que de uma sentença enunciada conseguimos interpretar bem mais subentendidos do que pressupostos. Nem todas as “frases” que possuem sentidos implícitos necessariamente possuem implícitos pressupostos, é o caso das quatro “frases” que analisaremos no próximo tópico.

2.3 Análise das “frases” que não possuem pressupostos, mas contém implícitos subentendidos

Leiamos a “frase” enunciada pela atriz Isis Valverde:

“Frase” 09:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 11 ago. 2010.

Com esta “frase”, subentendemos que todos os namoros da atriz foram frios; os namorados de Isis eram diferentes dela; ela nunca gostou dos namoros porque nenhum foi como ela gosta.

Assim como a “Frase 07”, dita pela cantora Claudia Leite, esta “frase” (09) também demonstra o interesse da Revista em saber o desejo e a conduta sexual das celebridades.

Com a “Frase” 09, a Revista expõe a imagem da atriz de maneira mais recatada e angelical. Veja:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 nov. 2010.

Esta imagem de mulher recatada e angelical, também é uma estratégia intencional da Revista, pois a partir de uma imagem natural e simples o contraste com a fala da atriz torna-se mais chocante. Não se esperava que a Isis enunciasse tal “frase”, esta estranheza é também uma estratégia persuasiva da Revista. Com isto, a Revista representa a imagem da mulher com aparência angelical, mas com posturas sexuais firmes, disseminando a ideia perpetuada pelo senso comum de que “as mulheres com cara de santa, de santa só tem a cara”.

A atriz indiana Kareena Kapoor enunciou a seguinte “frase”:

“Frase” 10:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 fev. 2010.

A partir desta “frase”, interpretamos os subentendidos de que são poucas as mulheres na Índia que têm tamanho zero; antes ela não tinha orgulho. Mediante a contextualização da Revista, afirmamos também os seguintes subentendidos: agora a atriz tem orgulho porque emagreceu 8 quilos; antes o ideal na Índia era o das mulheres gordas; se considerarmos verdadeiro este último subentendido podemos afirmar também que a atriz Kareena Kapoor é uma pessoa muito influente na Índia, pois instituiu um novo ideal de beleza.

O apelo pelo corpo belo também está inserido nesta “frase” (10), na qual interpretamos por subentendido o fato da atriz indiana afirmar categoricamente quem tem orgulho por ter emagrecido 8 quilos.



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 24 fev. 2010.

A imagem da atriz foi escolhida como forma de confirmar os implícitos subentendidos interpretados nesta “frase” (10), uma vez que expõe a imagem da atriz seminua, mostrando pernas, abdome e o restante do corpo coberto apenas por um tecido branco.

Com a “frase” da atriz Carol Castro, deduzimos os subentendidos de que a ela está gorda; ela não se importa tanto com seu corpo quanto antes do casamento. Observe então a frase:

“Frase” 11:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 16 jul. 2010.

Com esta “frase”, a Revista busca inserir certa preocupação nas mulheres com uma constante busca pelo corpo belo. A atriz Carol Castro, em atitude defensiva, afirma que ganhou peso depois de ter casado. Com isto, percebemos que a Revista propõe que a mulher deve permanecer com o corpo belo independente do estado civil.

Os subentendidos desta “frase” se apresentam diferentes do que sugere a imagem da atriz publicada pela Revista, observe:



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 16 jul. 2010.

Não podemos afirmar que a atriz está com o corpo magro e nem com o corpo gordo, mas a imagem mostra que a Carol Castro está com um corpo forte, diferente do que foi interpretado por implícito subentendido.

Assim sendo, notamos que a Revista lança uma preocupação nas mulheres para buscarem o corpo belo, independente da situação vivida, ou seja, não importa que condições estejam o importante é manter-se bela.

A última “frase” selecionada para análise e que não contém implícito pressuposto, mas subentendido é a frase da atriz Milena Toscano, vejam:

“Frase” 12:

“Os homens vêm com uma pose, mas quando deparam com uma mulher, não com uma menina, viram moleques. Não quero ser mãe dos meus namorados.”

MILENA TOSCANO, a Manuela da novela *Araguaia*, da Globo, capa da revista VIP de outubro



Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 6 out. 2010.

Desta sentença deduzimos os subentendidos de que Milena acha-se muito madura; ela considera os homens muito crianças; ela quer um homem mais velho do que ela; a atriz não gosta de homens jovens; Milena é exigente em relação à escolha dos seus namorados.

Além do apelo pelo belo, a exposição dos desejos e prazeres sexuais das celebridades também é bastante representada pela Revista através dos implícitos contidos nas “frases”. Três “frases”, dentre doze escolhidas para análise neste trabalho, apresentam tais características.

Nesta última “frase” analisada, a atriz Milena Toscano apresenta suas pretensões no que diz respeito à escolha do companheiro amoroso. De maneira sutil, a Revista infere a ideia de que, apesar de ter aparência angelical, a mulher deve ser atrevida e sedutora, ou seja, ter postura de mulher adulta e não de garota ingênua. Esta ideia é confirmada pelos implícitos subentendidos interpretados e principalmente pela fotografia escolhida pela Revista para ilustrar a “frase” (12) enunciada pela atriz Milena. Observe:

Panorama ■ **Veja Essa**



Desce do muro, minha filha! O cristão tem que dizer a que veio, senão boto chumbo na hora.
SILAS MALAFIANA, da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, rebatendo o apoio à Marina Silva por ser dubia em relação ao aborto e à liberação da maconha.

A coexistência de falhas anteriores e a falha constatada na noite do acidente, afetando as duas sondas pitot, são suficientes para indicar a existência de um crime caracterizando delito de homicídio involuntário.
 Da **SENTENÇA DE TRIBUNAL FRANCÊS** reconhecendo a "existência de um crime" na queda do avião da Air France no oceano em maio de 2009, na ilha Rio de Janeiro-Paris.

Meu pai é tão rebelde que às vezes eu me sinto o Dorival Júnior orientando o Neymar.
PLÍNIO DE ARRUDA SAMPAIO JÚNIOR, filho do candidato do PSOL à Presidência.

Essas informações apenas confirmam que os acessos aos meus sigilos foram uma coisa organizada e orquestrada.
EDUARDO JORGE, vice-presidente do PSDR, referindo-se à quebra do sigilo de sua conta corrente no Banco do Brasil, ao mesmo tempo em que seu sigilo fiscal era questionado na Receita Federal.

A liberdade de imprensa não tem de ser consentida, ela é a razão de ser de uma democracia.
HÉLIO DICUDO, jurista e fundador do PT, em entrevista à Folha de S. Paulo.

Os homens vêm com uma pose, mas quando deparam com uma mulher, não com uma menina, viram moleques. Não quero ser mãe dos meus namorados.
MILENA TOSCANO, a Manuela da novela Arapuca, da Globo, capa da revista VIP de outubro.

60 | 6 DE OUTUBRE DE 2010 | veja

Fonte: Revista Veja, Seção Veja Essa, 6 out. 2010.

A Revista, de maneira intencional, escolhe a imagem da atriz apenas com trajes íntimos confirmando a representação de uma mulher firme e sedutora.

Com base na análise das quatro últimas “frases”, percebemos que quando uma “frase” possui pressuposto conseguimos interpretar subentendidos, mas nem sempre quando deduzimos subentendido obrigatoriamente encontraremos implícitos pressupostos. Desta maneira, a relação entre estes dois implícitos é de total independência.

Em todas as doze “frases” analisadas, conseguimos deduzir subentendidos, diferente dos pressupostos que não foram encontrados em quatro “frases”. Consideramos que isto aconteça em razão de o subentendido depender muito mais do leitor do que do enunciador. Diferente dos implícitos pressupostos que além da

dependência do leitor, exige ainda a interpretação da escolha linguística do enunciador no momento da enunciação.

Diante das análises semântico-discursivas dos implícitos (pressupostos e subentendidos) nas “frases” observadas, constatamos que a maioria destes implícitos é de conteúdos relacionados à beleza, interesses afetivos e sexuais, à situação corporal, à condição de vida, etc., das celebridades femininas. Estes conteúdos são também bem mais intensificados, em muitas “frases” por causa da contextualização apresentada pela Revista.

Mediante a análise das “frases”, constatamos, portanto, que a mulher deve permanecer bela; ter sempre uma conduta prudente; ter bom desempenho sexual; assumir de forma satisfatória o seu papel de mãe, e além de tudo isto; deve ser profissional, assumindo a categoria de negócio em termos profissionais e sociais. Desta maneira, a Revista consegue, em apenas um ano, representar a mulher em todas estas posições, construindo, assim, a figura de uma mulher ideal para os tempos atuais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante deste estudo, observamos que os implícitos pressupostos e subentendidos são frequentes em “frases” enunciadas por mulheres. É neste sentido que a Revista Veja, de maneira constante, decide publicar “frases” ditas por este público e, assim, mediante os implícitos contidos em muitas destas “frases”, representa o universo feminino.

Por meio da análise semântico-discursiva das “frases”, percebemos que a Revista Veja, de maneira categórica, representa a imagem da mulher moderna, ou seja, uma mulher sempre responsável pelas atividades domésticas, maternas, de esposa e ainda, de profissional que conserva a beleza, juventude e sexualidade. Com esta imagem, a Revista institui um modelo de mulher o qual deve ser seguido tanto pelo público leitor da Revista como também por toda celebridade feminina.

Compreendendo a sociedade atual, e, principalmente o público feminino, a Revista busca tais conteúdos, pois estes atraem leitores, resultando disso, a venda das Revistas. Com o gênero “frases”, a Revista consegue representar a figura feminina de forma bem mais atrativa, uma vez que se utiliza da fala da própria celebridade para inserir contextualizações, muitas vezes, persuasivas, e também inserem imagens que sempre reforça a ideia que se pretende. A Revista, então, se apoia no gênero textual “frase” para transmitir suas opiniões em relação às celebridades, e, como observado neste trabalho, em relação às mulheres públicas.

Por meio das contribuições dos estudos semânticos argumentativos, identificamos os implícitos contidos nas “frases” das celebridades femininas e percebemos a pretensão da Revista ao publicar tais “frases”, considerando também todos os elementos constitutivos deste gênero, ou seja, a contextualização apresentada pela Revista e a imagem associada à “frase”.

Desta maneira, consideramos que o estudo dos implícitos pressupostos e subentendidos é relevante para a percepção argumentativa pretendida por determinado enunciado, pois, a partir dos implícitos, o enunciador revela informações não tão claramente expressas. Este jogo semântico, inserido no gênero “frases” revela muito mais do que informações pretendidas pelo enunciador, mas informações pretendidas também por quem publica determinados enunciados. Neste sentido, consideramos este trabalho bastante relevante para os estudos linguísticos,

pois mediante o processo linguístico interpretativo, consegue-se manifestar as intenções e opiniões inseridas na publicação das “frases”, como demonstrado nas análises das “frases” neste estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail (V. N. Volochínov). *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem*. 8. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.

Gênesis. Português. In: *Bíblia Sagrada*. Versão de João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1969. Cap. 1, vers. 03. BÍBLIA, V. T.

COSTA, Sérgio Roberto. Frases. In: *Dicionário de gêneros textuais*. 2. ed. ver. ampl. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009, p. 120 – 121.

CRUZ, Sabrina Uzeda da. *A representação da mulher na mídia: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja*. 2008. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=367&Itemid=99999999>. Acesso em: 27 de ago. 2011.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Revisão técnica da tradução Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.

GOMES, Claudete Pereira. A semântica argumentativa. In: _____. *Tendências da semântica linguística*. 2. ed. Ijaí: Ed. Unijuí, 2006, p. 123 – 134.

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

GUIMARÃES, Eduardo. Semântica e Pragmática. In: GUIMARÃES, Eduardo; FONTANA, Mônica Zoppi- (orgs.). *A palavra e a frase*. Campinas –SP: 2006, p. 113 – 146.

ILARI, Rodolfo; GERALDI, João Wanderley. A significação das palavras. In: _____. *Semântica*. 11. ed. São Paulo: Ática, 2006, p. 41 – 59.

KOCH, Ingedore Grunfeld Vilaça. *A inter-ação pela linguagem*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1995.

_____. *Argumentação e linguagem*. 11. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. Intencionalidade e aceitabilidade. In: _____. *Texto e coerência*. São Paulo: Cortez, 1989, p. 79 – 80.

KRISTEVA, Julia. A linguagem, a língua, a fala, o discurso. In: _____. *História da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1969, p. 17- 23.

LIPOVESTSKY, Gilles. O boom da beleza. In: _____. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000a, p.128 – 153.

_____. Ativismo estético e imprensa feminina. In: _____. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000b, p. 154 – 168.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definições e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel Machado; BEZERRA, Maria Auxiliadora (orgs.). *Gêneros Textuais e ensino*. 5. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, p. 19 – 36.

_____. Gêneros Textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher. (orgs.). *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p. 15 – 28.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. “Frases”: caracterização do gênero e aplicação pedagógica. In: DIONISIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel Machado; BEZERRA, Maria Auxiliadora (orgs.). *Gêneros Textuais e ensino*. 5. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, p. 151 – 165.

_____. Locutores: a construção de sua identidade no gênero midiático. In: *Congresso Nacional de Lingüística e Filologia*, 8; Congresso Internacional de Estudos Filológicos e Lingüísticos, 1. 2004, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.pos.ufs.br/letras/images/stories/File/Artigos/LOCUTORES_A_CONSTRUCAO_DE_SUA_IDENTIDADE_NO_GENERO_MIDIATICO.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2011.

POSSENTI, Sírio. Gêneros discursivos: Bakhtin vai à escola. In: ARANHA, Simone Dália de Gusmão; PEREIRA, Tania Maria Augusto; ALMEIDA, Maria de Lourdes Leandro (orgs.). *Gêneros e linguagens: diálogos abertos*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009, p. 9 – 19.

PETTER, Margarida. Linguagem, língua, linguística. In: FIORIN, José Luiz (org.). *Introdução à linguística*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2005, p. 11 – 24.

SAMARÃO, Liliany. *O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia*. Revista Contemporânea, n 08, 2007.1. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/04LILIANY.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2011.

Seção Veja Essa. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 2, 13 de janeiro de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 8, 24 de fevereiro de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 10, 10 de março de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 15, 14 de abril de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 18, 05 de maio de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 24, 16 de junho de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 27, 07 de julho de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 32, 11 de agosto de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 36, 08 de setembro de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 40, 06 de outubro de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 47, 24 de novembro de 2010.

_____. In: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, ano 43, nº 49, 08 de dezembro de 2010.