



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA

Autorizada pelo Decreto Federal nº 77.496 de 27/04/76

Recredenciamento pelo Decreto nº 17.228 de 25/11/2016



PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

COORDENAÇÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

XXVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UEFS SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA - 2024

DISCURSIVIZAÇÃO DA BELEZA E DO CORPO FEMININO EM REVISTAS DO SÉCULO XX: RUPTURAS E PERMANÊNCIAS COM FORMAÇÕES DISCURSIVAS PATRIARCAIS

Bruna Pinto Pereira Sena¹; Palmira Virginia Bahia Heine Alvarez²

1. Bolsista – CNPq, Graduando em Licenciatura em Letras – Língua Portuguesa, Universidade Estadual de Feira de

Santana, e-mail: brunapinto.sena@gmail.com

2. Orientador, Departamento de Letras e Artes, Universidade Estadual de Feira de Santana, e-mail: pheine@uefs.br

PALAVRAS-CHAVE: revistas femininas; discurso; mulher.

INTRODUÇÃO

Por meio dos discursos publicitários e jornalísticos, a imprensa feminina atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam sobre a materialidade do corpo da mulher, práticas estas pautadas na preferência da figura masculina por determinados aspectos estético-corporais, haja vista a constituição da sociedade brasileira sob a égide do discurso patriarcal. Embora sentidos outros de representação feminina irrompam no campo histórico-discursivo e instituam-se na história, visto que a realidade se constitui nos sentidos (Orlandi, 2009), fica evidente que o corpo da mulher é atingido cotidianamente e historicamente por discursos que, sob a lógica de uma ideologia patriarcal, traduzem sentidos ofensivos e limitantes do “ser mulher”. Assim, nos questionamos se tal construção discursiva é rompida a partir de revistas femininas progressistas que reivindicavam direitos para as mulheres.

Posto isso, o objetivo geral da pesquisa foi cotejar, à luz da Análise de Discurso de vertente pecheutiana, a construção dos discursos sobre beleza e corpo feminino em materialidades imagéticas e/ou verbais presentes nos seguintes periódicos: Revista Feminina (1917-1920), O Momento Feminino (RJ) - 1947 a 1956 e Brasil Mulher (SP) - 1978 a 1980. No que tange aos objetivos específicos, elencamos como tais: a) analisar, a partir das revistas supracitadas, o funcionamento da ideologia na constituição discursiva do “ser mulher” e como isso está envolvido com a representação do corpo feminino, de modo a revelar rupturas e permanências com formações discursivas patriarcais; b) investigar, através da Análise de Discurso, como a ideologia deixa marcas na língua, a partir da análise das materialidades das revistas; c) compreender o funcionamento da memória na constituição dos discursos sobre mulher e seu corpo nas referidas revistas.

Pelo exposto, fica clara a relevância da pesquisa proposta, uma vez que a relação entre o sujeito mulher e os discursos atrelados ao “ser mulher” está imbricada na representação do corpo feminino e os sentidos atribuídos a ele.

METODOLOGIA

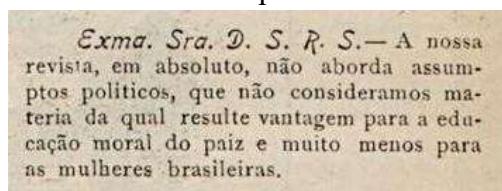
As fontes da pesquisa realizada foram os seguintes periódicos: Revista Feminina (1917-1920), O Momento Feminino (RJ) - 1947 a 1956 e Brasil Mulher (SP) - 1978 a 1980. Realizamos um estudo comparativo, observando, à luz da Análise de Discurso de Michel Pêcheux, os sentidos sobre beleza e corpo feminino veiculados nos referidos periódicos e sua relação de permanência e ruptura com formações discursivas patriarcais.

Inicialmente foi feita a coleta de todas as materialidades das revistas que tratam da temática aqui citada. Por meio da coleta feita, observamos que o periódico *Brasil Mulher* não possui dados de materialidades acerca da beleza e do corpo feminino, desse modo, estabelecemos quatro categorias temáticas para constituir o banco de dados com as materialidades mais significativas de cada uma das revistas, tendo em vista as temáticas mais repetidas em cada uma delas assim como os objetivos da pesquisa proposta. Visto que a Análise de Discurso trabalha pelo viés qualitativo e não quantitativo, constituímos o *corpora* de pesquisa composto de duas publicações de cada revista, a partir das categorias temáticas estabelecidas, totalizando seis materialidades compostas por sequências imagéticas e/ou sequências verbais, às quais foram aplicadas o dispositivo teórico da Análise de Discurso pecheutiana.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como já foi dito, todo discurso é ideologicamente marcado, porque não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Logo, é possível afirmar que os gêneros publicitários funcionam como grandes instrumentos de difusão ideológica. É possível afirmar também que há ideologias dominantes que se sobrepõem a outras em uma relação de complementação e contradição. Assim, ressalta-se a importância de se refletir sobre o funcionamento da ideologia em sua relação com o momento histórico em que se encontram os sujeitos produtores do discurso e no qual se inscreve o dizível. Vejamos a seguir algumas das materialidades que foram alvo de análise.

Exemplo 1.



Fonte: Revista Feminina, 1917.

O recorte acima se encontra na seção “Correspondência” da edição número 34 do ano 1917 da *Revista Feminina*, seção na qual são direcionados, aos assinantes da revista, conselhos e possíveis esclarecimentos sobre temas diversos. No trecho em destaque, é possível retomar a noção de silêncio local postulada por Orlandi (2007), o qual funciona como um modo de controle do dizer e, portanto, de interdição de sentidos. Desse modo, tendo em vista que a revista “não aborda assuntos políticos”, visualiza-se o funcionamento ideológico que interdita à mulher um determinado lugar, conferindo-lhe outro: o da esfera da beleza, do lar e do casamento.

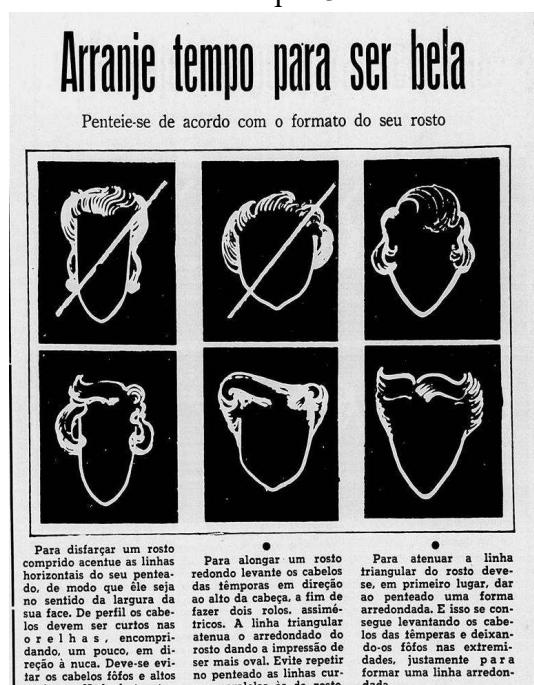
Exemplo 2.



Fonte: Brasil Mulher, 1980.

O exemplo acima integra a edição especial do ano 1980 do periódico *Brasil Mulher*. “Mulher casada tem de ser biônica” é o título de uma das seções da entrevista realizada com 30 trabalhadoras presentes no I Congresso da Mulher Metalúrgica. Ao denunciar a dupla jornada feminina, a reportagem evidencia o funcionamento ideológico que constitui a divisão social do trabalho bem como os sentidos de feminilidade e masculinidade.

Exemplo 3.



Fonte: O Momento Feminino, 1954.

Intitulada “Arranje tempo para ser bela”, a seção acima faz parte da edição número 108 do ano 1954 de *O Momento Feminino*. Com o objetivo de indicar penteados de cabelo que favorecem determinados formatos de rosto, há, em consonância ao que é expresso verbalmente, duas sequências de imagens. O corpo é um elemento do discurso e, no caso desta materialidade, há uma série de regras que devem ser seguidas para que um determinado tipo de cabelo se adéque a um tipo de rosto, havendo, portanto, normas de constituição do corpo que derivam do funcionamento ideológico da noção de beleza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora façam parte de um grupo de revistas que trazia temáticas consideradas progressistas e avançadas para seu tempo, como considerações sobre trabalho feminino, voto, política e educação de mulheres, as revistas que foram alvo de análise neste trabalho continuam, com exceção, a reproduzir ideologias dominantes, no processo que Pêcheux (1997) denominou de contraidentificação, ou seja, quando o sujeito se volta contra a forma-sujeito de uma formação discursiva, criticando e questionando os saberes dela provenientes, mas sem romper com ela.

REFERÊNCIAS

- LOPES, Joana. *Brasil Mulher*. São Paulo. 1978-1980.
- MOCHEL, Arcelina Rodrigues. *O Momento Feminino*. Rio de Janeiro. 1947-1956.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos*. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *As formas do silêncio: No movimento dos sentidos*. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.
- PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). *Por uma Análise Automática do Discurso: Uma Introdução à Obra de Michel Pêcheux*. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997, p. 61-105.
- SALLES, Virgilina de Sousa. *Revista Feminina*. São Paulo. 1917-1920.