

RUBENS PRAWUCKI

**“GANHAR PESO PROVOCA ALUCINAÇÕES”? UMA ESCUTA DISCURSIVA
DAS RELAÇÕES ENTRE CORPO, MÍDIA E SOCIEDADE NA ESCRITA
TECIDA POR ADOLESCENTES**

PORTO ALEGRE

2011

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL/UFRGS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ESTUDOS DA LINGUAGEM
ESPECIALIDADE: TEORIAS DO TEXTO E DO DISCURSO
LINHA DE PESQUISA: ANÁLISES TEXTUAIS E DISCURSIVAS**

**“GANHAR PESO PROVOCA ALUCINAÇÕES”? UMA ESCUTA DISCURSIVA
DAS RELAÇÕES ENTRE CORPO, MÍDIA E SOCIEDADE NA ESCRITA
TECIDA POR ADOLESCENTES**

RUBENS PRAWUCKI

ORIENTADORA: DR^a MARIA CRISTINA LEANDRO FERREIRA

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do Grau de Doutor. Especialidade: Teorias do Texto e do Discurso. Linha de Pesquisa: Análises Textuais e Discursivas.

PORTO ALEGRE

2011

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Marcin e Gertrudes. Amo vocês!

As minhas grandes e eternas amigas, Dinah e Maria Luciano.

(in memoriam)

AGRADECIMENTOS

A minha querida professora orientadora, Maria Cristina Leandro Ferreira, por acreditar na minha capacidade e pelo constante e sempre carinhoso incentivo para que eu chegasse até aqui. Obrigado por não desistires de mim, Kitty!

A minha querida professora, Freda Indursky, por ter me envolvido nos fundamentos da Análise de Discurso Francesa.

As minhas professoras do PPG/Letras da UFRGS, pelas ricas experiências obtidas em suas aulas.

Aos membros desta banca, professoras Maria Cristina Leandro Ferreira, Freda Indursky, Sandra Torossian e Marisa Grigoletto, por contribuírem com seus gestos de leitura em relação a este texto.

À UFRGS, pelo ensino de qualidade e gratuito.

À CAPES, pela bolsa de estudos.

A todos os meus familiares, por todos os apoios recebidos.

As/aos minhas/meus amigas/os, pela qualidade da amizade.

Às/aos adolescentes que foram sujeitos deste estudo.

Às instituições de ensino em que trabalhei e trabalho, por flexibilizarem os horários durante esta trajetória acadêmica.

A Deus, por estar sempre ao meu lado, incondicionalmente.

“Quien escribe teje. Texto proviene del latín textum, que significa tejido. Com hilos de palabras vamos diciendo, com hilos de tiempo vamos viviendo. Los textos son, como nosotros, tejidos que andam...”.

– Eduardo Galeano –

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar, através dos pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso Francesa, como se dá a construção de sentidos sobre as relações entre corpo, mídia e sociedade na escrita de adolescentes estudantes do ensino médio. O que motivou a escrita desses adolescentes foi uma peça publicitária que explora o culto ao corpo, extraída da mídia brasileira contemporânea. As seguintes perguntas norteiam este estudo: 1- Como os adolescentes constroem, na escrita, seus gestos de interpretação, quando são abordadas questões sobre o corpo em uma peça publicitária? 2- Como os registros psíquicos desses adolescentes – real, simbólico e imaginário – juntamente com o cruzamento entre interdiscurso – ‘o já dito’ e o intradiscurso – ‘o que está se dizendo’, fazem revelar, na escrita, diferentes efeitos de sentido sobre questões de corpo, mídia e sociedade? Que efeitos de sentido são esses? 3- O que esses efeitos de sentidos podem dizer sobre as posições-sujeito desses adolescentes frente à formação discursiva na qual se encontra inserida a peça publicitária em questão? As análises mostram que os mecanismos para a produção de sentidos sobre a questão do corpo na escrita dos adolescentes geram efeitos de sentidos muitas vezes contraditórios, resultado dos contextos social, histórico e ideológico também serem marcados por contradições.

Palavras-chave: Análise de Discurso Francesa. Adolescentes. Corpo. Mídia. Sociedade.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyse, through theoretical and methodological principles of French Discourse Analysis, how the construction of meanings about the relationship between body, media and society happens in the writing of adolescent high school students. What motivated the writing of these adolescents was an advertising that explores the body cult taken from contemporary Brazilian media. The following questions guide this study: 1- How do adolescents build, in their writing, their interpretation gestures, when issues are addressed to the body in an advertisement? 2- How do the psychic records of these adolescents – real, symbolic and imaginary – together with the concepts of interdiscourse – the ‘already said’ and intradiscourse – ‘what is said’, reveal, in their writing, different meanings about body, media and society issues? What are these meaning effects? 3- What can these meaning effects tell about the subject-positions of these adolescents towards the discursive formation in which the advertisement is inserted? The analyses show that the mechanisms for the production of meanings about body issues in the writing of the adolescents generate many times contradictory meaning effects due to the social, historical and ideological contexts also be determined by contradictions.

Key-words: French Discourse Analysis. Adolescents. Body. Media. Society.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1: nó borromeano – tripé da análise de discurso francesa.....	16
Figura 2: nó borromeano – a escrita mobilizando tanto as principais noções deste estudo (corpo, mídia e sociedade) quanto o tripé da análise de discurso francesa.....	23
Figura 3: a escrita adolescente e sua interrelação com os conceitos de língua, de sujeito, de ideologia e de formação discursiva.....	92
Quadro 1: síntese dos eixos da memória e da atualidade – formação discursiva da mídia/Spa.....	78

SUMÁRIO

Iniciando as reflexões.....	10
Mobilizando noções teóricas juntamente com a escuta discursiva da escrita de alguns adolescentes.....	15
Análise de Discurso Francesa: considerações preliminares.....	15
Análise de Discurso Francesa e seu olhar para a linguagem.....	18
A leitura como cartografia e a escrita como cicatriz: duas metáforas segundo uma perspectiva discursiva.....	34
Cartografando algumas cicatrizes da escrita: o equívoco, a ambiguidade, o lapso e o deslizamento de sentido.....	48
Adolescente: quem é esse sujeito?.....	54
Adolescência e corpo.....	59
Discurso publicitário e sociedade na contemporaneidade.....	65
O corpo no discurso publicitário.....	70
Afinando a escuta discursiva da escrita de alguns adolescentes.....	76
Finalizando temporariamente as reflexões.....	92
BIBLIOGRAFIA.....	96

ANEXOS

Iniciando as reflexões -

As diferentes formas como a publicidade vem desenvolvendo suas peças publicitárias em que o foco é o corpo, começou a chamar a minha atenção no ano de 2006. Naquele ano, como aluno especial nas disciplinas ‘Fundamentos da análise de discurso’ e ‘A análise de discurso e suas interfaces’, no Programa de Pós-Graduação em Letras – Estudos da Linguagem na UFRGS, chegava o momento de produzir os trabalhos finais para essas disciplinas. Como ocorre em todo o movimento de pesquisa, chegava o momento de delimitar um tema a ser investigado pelo viés discursivo que percorreu todas as aulas daquele ano. Como o meu trajeto casa-terminal de ônibus-universidade era repleto de bancas de revistas dentre as quais um grande número dessas revistas mostravam corpos em evidência, o instigante enunciado na capa de uma delas “Corpo dos sonhos em 2 meses” (REVISTA UMA, 2006), intrigou-me, fez-me questão. A partir desse momento, estava definida a pergunta de pesquisa para os trabalhos finais daquele ano: como ocorre a construção discursiva do corpo na mídia brasileira contemporânea? Nesses trabalhos, analisei como a linguagem ocupa um papel central na construção do corpo, pois, de acordo com Goellner (2003), é a partir da linguagem que o corpo é nomeado, definido como normal ou anormal, instituindo o que é considerado um corpo belo, jovem e saudável, silenciando e excluindo determinados corpos em detrimento de outros.

Hora de elaborar o projeto de tese para o ingresso como aluno regular da UFRGS. Naquele momento, eu já tinha uma certeza: trabalhar com questões do corpo na mídia impressa brasileira. Porém, senti-me convocado por outro aspecto a partir daquele momento: como os adolescentes manifestam-se em relação à(s) forma(s) pela(s) qual(is) o corpo é construído tanto pela mídia quanto pela sociedade. Talvez esse foco ocorreu em função de eu trabalhar como professor de inglês e de português com adolescentes há 18 anos e por percebê-los atentos e sensíveis em relação às questões de corpo, principalmente no que diz respeito à classificação do próprio corpo e do corpo do outro em ‘bonito’ ou ‘feio’, tendo como critérios para tal classificação a raça, o peso, a altura, os cabelos. Ou seja, eu observava os adolescentes, de acordo com Oliveira (2002), em uma constante necessidade de tomada de posição enquanto sujeitos, logo, sinto desejo em identificar quais tomadas de posição assumem os adolescentes sobre a relação corpo, mídia e sociedade. Essas tomadas de posição que eu espero encontrar não

remetem a um conceito de sujeito como tendo uma identidade fixa, permanente, segura, coerente e completa (HALL, 2002), mas sim, de sujeitos que continuamente formam e transformam suas identidades em relação às formas pelas quais são interpelados nos sistemas culturais que os rodeiam (ibidem), através da linguagem.

Uma atividade desenvolvida pela professora Maria Cristina Leandro Ferreira em uma das aulas no ano de 2006, na qual ela instigou o seu grupo de alunos a fazer uma análise de sequências discursivas de alguns relatórios sobre adolescentes infratores que continham deslizamentos de sentidos, ambiguidades, lapsos e equívocos, extraídos da tese de doutorado de Maria Claudia Gonçalves Maia, intitulada ‘Instâncias de subjetivação em relatórios sobre adolescentes infratores’, defendida na Universidade Federal Fluminense e da qual a professora Maria Cristina havia feito parte da banca, forneceu-me a última palavra-chave para que eu elaborasse o projeto de tese: a escrita. E é promovendo uma escuta discursiva da escrita sobre as possíveis relações entre corpo – mídia – sociedade e pretendendo observar como os adolescentes constroem e reconstroem suas identidades muitas vezes de forma contraditória, fragmentada e provisória que continuo o meu movimento de pesquisa até hoje, momento em que desenvolvo a tese de doutorado sob o título ‘Ganhar peso provoca alucinações’?: uma escuta discursiva das relações entre corpo, mídia e sociedade na escrita tecida por adolescentes. E por que o objetivo de promover, enquanto analista de discurso, uma escuta discursiva da escrita desses adolescentes? Primeiramente, para gerar um estranhamento meu e do leitor deste estudo: é possível escutar a escrita? Sim. Da mesma forma que um psicanalista faz a escuta sempre atenta da fala de um analisante, eu me proponho a fazer, como analista do discurso, uma escuta atenta da escrita desses adolescentes. E onde estará o meu foco durante essa escuta? Sempre procurando escutar, na escrita-tecida, na escrita-tramada, o entrelaçamento do tripé constitutivo do discurso – língua, sujeito e ideologia sobre questões envolvendo corpo, mídia e sociedade, preocupando-me, prioritariamente, em ‘como’ os adolescentes constroem efeitos de sentido sobre essas questões.

Em 2007, já como aluno regular do curso de doutorado da UFRGS, folheando a Revista Uma (2006) na página 65, deparei-me com uma peça publicitária que muito me chamou a atenção: a propaganda do SPA – Recanto, em Cabreúva/SP, que trazia como enunciado de chamada “Ganhar peso provoca alucinações” e como parte imagética uma fita métrica em forma de cobra (ver anexo 1). A partir dessa peça publicitária, desenhou-se com maior clareza que eu motivaria os adolescentes a escreverem sobre as

relações entre corpo, mídia e sociedade a partir do seguinte enunciado: “Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72/2006)?”.

A partir de então, estava claro que o objetivo central da tese seria, norteado pelos pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso Francesa (PÊCHEUX, 2002, 1988), analisar como se dá a construção de sentidos sobre as relações entre corpo, mídia e sociedade na escrita tecida por adolescentes estudantes do ensino médio de um colégio da rede privada de ensino de Joinville/SC, motivada por uma peça publicitária que explora o corpo, extraída da mídia brasileira contemporânea (REVISTA UMA, 2006). A coleta da escrita dos adolescentes foi realizada em agosto de 2008. Os 22 adolescentes participavam de uma oficina de produção de textos, uma vez por semana, no período contrário ao que estudavam como alunos regulares. Suas idades variam entre 14 e 18 anos.

Falar em construção de sentidos neste estudo, remete à investigação dos diferentes mecanismos de produção destes sentidos, os quais estão diretamente relacionados às contradições construídas histórica e ideologicamente na sociedade. Logo, analiso como essas contradições materializam-se na escrita desses adolescentes, fazendo dessa escrita uma espessura material opaca, marcada muitas vezes por diferentes deslizamentos de sentidos, lapsos, equívocos e ambiguidades. É importante mencionar que os aspectos acima são analisados como constitutivos da linguagem, uma vez que para a Análise de Discurso Francesa, o registro do real se incorpora nos registros do simbólico e do imaginário, fazendo falhar a vontade de unidade e de transparência dos sujeitos na linguagem. De acordo com Leandro Ferreira (2005), o real relaciona-se diretamente à falta que é constitutiva do sujeito, falta esta que move o seu desejo, sendo em torno dessa falta que o inconsciente se estrutura. Ainda segundo Leandro Ferreira (2004), o conceito de inconsciente remete a um estranho que nos é familiar, ou seja, um estranho que provém de algo familiar que foi reprimido e que insiste em retornar. Esse retorno revela-se na língua através de diferentes faltas e falhas, indicando que ambos, sujeito e língua, são marcados pela incompletude. Sendo assim, neste estudo promovo uma escuta discursiva de como o desejo de completude na linguagem dos sujeitos adolescentes falha, fazendo com que a escrita seja marcada por cicatrizes (RICKES, 2002) reveladoras do movimento das estruturas inconscientes desses sujeitos. Logo, enquanto analista de discurso, lanço um olhar para a leitura como

cartografia, como gestos de interpretação de marcas das paisagens psicossociais dos adolescentes (ROLNIK, 2006).

Tendo em mente as questões acima levantadas e que serão discutidas ao longo da tese, as seguintes perguntas foram estabelecidas para nortear este estudo:

- Como os adolescentes constroem, na escrita, seus gestos de interpretação, quando são abordadas questões sobre o corpo em uma peça publicitária?
- Como os registros psíquicos desses adolescentes – real, simbólico e imaginário – juntamente com o cruzamento entre interdiscurso – ‘o já dito’ e o intradiscurso – ‘o que está se dizendo’, fazem revelar, na escrita, diferentes efeitos de sentido sobre questões de corpo, mídia e sociedade? Que efeitos de sentido são esses?
- O que esses efeitos de sentidos podem dizer sobre as posições-sujeito desses adolescentes frente à formação discursiva na qual se encontra inserida a peça publicitária em questão?

Vejo este estudo como socialmente relevante ao explorar as relações entre corpo-mídia-sociedade – adolescência – escrita, relação essa que vem desencadeando discussões na contemporaneidade. Tais discussões remetem ao papel da mídia na maneira com que os adolescentes lidam com o corpo. Segundo Melman (2004), “na sociedade contemporânea, o prazer está à frente do saber e prioriza a estética em detrimento da ética” (p. 7). Vejo aí, o corpo como espaço instigante, pois é nele que se projeta e se realiza essa estética, muitas vezes com a ausência de ética. Ainda de acordo com Melman (2004), “o sujeito [contemporâneo] não se interroga sobre a sua própria existência. Como lhe faltam referências, o sujeito se vê frágil, necessitando de uma confirmação externa sobre essa existência” (p.10). Fica aqui a inquietação em relação ao lugar da mídia e da sociedade nessa confirmação externa por parte do sujeito [adolescente] no que diz respeito à aprovação ou reprovação de seu corpo.

Em termos pedagógicos, este estudo tem sua relevância ao propor um olhar interventivo para as questões de leitura e de escrita em sala de aula a partir de uma perspectiva discursiva, uma vez que tal perspectiva concebe as práticas de escrita e de leitura como processos de produção de sentidos, isto é, como constantes gestos de interpretação do sujeito que escreve e lê.

Já em termos acadêmicos, este estudo tem sua importância uma vez que propõe um olhar para a relação corpo, mídia e sociedade como uma construção discursiva, ou

seja, como uma relação construída na e pela linguagem. Nesse sentido, vejo a língua como materialidade de uma exterioridade que é sócio-histórica e ideológica. Assim, diferentes sentidos construídos acerca da relação corpo, mídia e sociedade remetem a essa exterioridade e encontram-se materializados na língua, fazendo da relação língua – exterioridade, uma relação constitutiva.

A presente tese está assim organizada: em um primeiro momento, discuto os principais fundamentos teóricos voltados às principais características de um olhar discursivo para a linguagem, já trazendo algumas sequências discursivas da escrita dos adolescentes para exemplificar essas noções. Em seguida, discuto a leitura e a escrita a partir de uma perspectiva discursiva voltada para duas metáforas: a leitura como cartografia e a escrita como cicatriz, para em seguida, cartografar algumas cicatrizes presentes na escrita dos adolescentes. A seguir, volto-me para a discussão de alguns elementos que marcam o sujeito adolescente, principalmente as relações entre adolescência e corpo. Em seguida, reflito sobre as relações entre corpo e mídia na contemporaneidade. Logo depois, comento a metodologia utilizada neste estudo, seguida da escuta discursiva proveniente de mais algumas sequências discursivas da escrita dos adolescentes sobre a peça publicitária em questão (REVISTA UMA, 2006). Finalizando este texto, desenvolvo algumas conclusões sempre temporárias acerca do tripé discursivo que originou este estudo: corpo/mídia/sociedade – adolescência – escrita.

Mobilizando noções teóricas juntamente com a escuta discursiva da escrita de alguns adolescentes -

Análise de Discurso Francesa: considerações preliminares -

O conceito de linguagem que permeia este estudo remete às discussões desenvolvidas pela Escola Francesa de Análise de Discurso (PÊCHEUX, 1983, 1975, 1969). Falar em linguagem nessa perspectiva implica olhar profundamente para as muitas maneiras de significar. Aqui, o discurso é o foco deste olhar uma vez que olhando para o discurso, percebem-se os sentidos movimentando-se entre sujeitos. Daí, decorre o conceito de discurso como sendo “efeitos de sentidos entre locutores” (PÊCHEUX, 1969). E é a língua que segundo Orlandi (1996) “constitui o lugar material em que se realizam esses efeitos de sentido (p. 146-147), ou seja, é na materialidade linguística/‘língua’ que se dá a relação dos sujeitos com os sentidos, lugar esse que passa, para o analista, a se configurar como seu objeto de análise enquanto materialidade discursiva/‘discurso’”. Falar em materialidade da língua implica recorrer a Pêcheux (1988, p. 91) quando diz que “não se trata de negar a língua como um sistema de signos linguísticos, mas de compreendê-la como base material para que o discurso ocorra”. Logo, procuro neste estudo tomar a escrita dos sujeitos adolescentes como um rico observatório de discursos envolvendo questões de corpo, mídia e sociedade a partir do imbricamento entre língua-sujeito-ideologia – ‘discursividade’ – e a base material escrita desses sujeitos – ‘materialidade’, ou seja, meu objetivo é analisar a construção da discursividade na materialidade escrita dos adolescentes. Neste movimento dos sentidos entre os sujeitos [adolescentes], vejo como relevante a discussão na próxima seção das regiões do conhecimento científico nas quais a perspectiva de discurso francesa está ancorada: o materialismo histórico, a linguística, uma teoria do discurso e uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica (PÊCHEUX & FUCHS, 1975). Sendo assim, a análise de discurso francesa é afetada por três eixos principais: um eixo da língua que se relaciona com o equívoco, elemento revelador da língua enquanto lugar de resistência, compatível com a natureza instável, heterogênea, contraditória e não fechada dessa língua. Um eixo do sujeito que é marcado pela sua relação tanto com o inconsciente psicanalítico quanto com a ideologia, sendo que a falta de controle do sujeito sobre essas duas instâncias – inconsciente e ideologia – é o que na verdade afeta e determina

esse sujeito. É um eixo da história/ideologia que está relacionado com as contradições ideológicas constitutivas dos discursos.

Abaixo, trago a figura topológica do nó borromeano para ilustrar a indissociável relação existente entre língua/equívoco – sujeito/inconsciente e história/contradição, fazendo emergir desse imbricamento, a análise de discurso francesa enquanto uma disciplina de entremeio. O nó borromeano, utilizado por Lacan a partir de 1972, permite traduzir a trilogia - Real, Simbólico e Imaginário - R.S.I. Nesse nó, "cada círculo passa por cima de um segundo círculo e por debaixo de um terceiro, mas esse terceiro tem a particularidade de passar, ele próprio, por baixo do segundo, o que constitui o encaixe próprio ao nó borromeano" (DARMON, 1994, p. 228). É o sintoma¹, segundo Lacan, que permite que Real, Simbólico e Imaginário se amarrem para que o campo social se constitua.

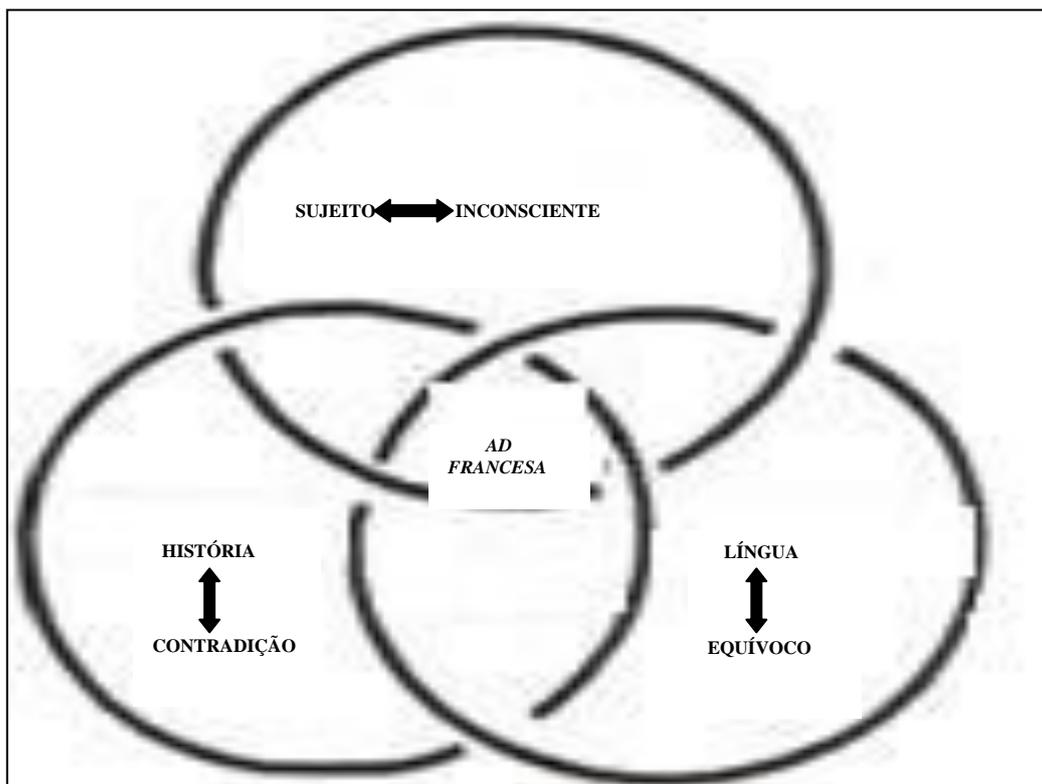


Figura 1: nó borromeano – tripé da análise de discurso francesa.

¹ Segundo Dias (2006) “o sintoma é uma mensagem que pode ser decifrada porque mantém a latência significativa que sustenta seu sentido e sua significação. O sintoma é, assim, definido como o significante de um significado recalcado da consciência do sujeito, um sem-sentido, uma opacidade no discurso do sujeito, por representar alguma irrupção de verdade” (p. 402).

Da mesma forma, considero também indispensável trazer para este estudo a discussão do conceito de interpretação, o qual, na perspectiva da análise de discurso francesa, somente pode ser compreendido a partir das noções de formação ideológica, formação discursiva, forma-sujeito, posição-sujeito, interdiscurso, memória discursiva, pré-construído, discurso transversal, intradiscurso e formação imaginária. Assim, a partir do quadro epistemológico que constitui a perspectiva de discurso francesa, filio-me a Orlandi (1996), quando afirma que essa vertente da análise de discurso caracteriza-se como um saber transdisciplinar e de entremeio, uma vez que transita entre diferentes disciplinas – linguística, história e psicanálise – para delas ressignificar conceitos.

A seguir, discuto como essa ressignificação de conceitos faz emergir as características de um olhar discursivo para a linguagem.

Análise de Discurso Francesa e seu olhar para a linguagem -

Início as discussões, pontuando a indissociável relação entre as regiões do conhecimento científico que são constitutivas no olhar para a linguagem segundo a análise de discurso francesa: o materialismo histórico, a linguística, uma teoria do discurso e uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica. Para o materialismo histórico, cujos precursores foram Marx e Engels (1984), a palavra-chave para a compreensão da realidade é a práxis que para estes autores é entendida como a construção da realidade “a partir das relações de trabalho e de produção estabelecidas pelos homens, as quais determinam, por sua vez, relações sociais e políticas” (INDURSKY, 1997, p. 18). Percebo aqui, um olhar para a história que contempla a luta de classes, os conflitos e as contradições como marcas maiores para a construção da realidade, questionando assim, uma perspectiva de história idealista/essencialista², natural e neutramente construída. Nas palavras de Henry (1994) “não há fato ou evento histórico que não faça sentido, que não peça interpretação, que não reclame que lhe achemos causas e conseqüências. É nisso que consiste a história, (...) nesse fazer sentido” (p. 51-52). Neste olhar materialista de história, o conceito de ideologia torna-se relevante. Para Ianni (1988) a relação de exploração do proletariado pelo capitalista em torno do trabalho é a marca maior do capitalismo. Para este autor, somente a consciência do proletariado acerca desta relação de exploração pode gerar o desmascaramento e a inversão desta realidade. Vejo aí, delineado o conceito marxista de ideologia, ou seja, o capitalismo como uma construção da realidade marcada pela exploração através do trabalho, exploração essa a ser desvelada, desmascarada e invertida a partir do processo de conscientização do proletariado. Já Althusser (1983), ao discutir o conceito de ideologia, relaciona-o diretamente aos Aparelhos Ideológicos de Estado, os quais para este autor, remetem às estruturas/instituições que formam a sociedade, assim como a família, a escola, a igreja, a mídia e que são caracterizados como expressão da ideologia da classe dominante. Ainda para Althusser (ibidem), a ideologia caracteriza-se como “a representação da relação imaginária dos indivíduos como suas condições reais de existência” (p. 83). Segundo Indursky (1997), tais

² Uma perspectiva histórica idealista/essencialista remete a uma “tendência a caracterizar certos aspectos da vida social como tendo uma essência ou um núcleo – natural ou cultural – fixo, imutável” (SILVA, 2000, p.53).

relações são imaginárias “porque tratam de relações sociais e não de ideias e porque representam as relações materiais que se estabelecem entre homens, não constituindo as próprias relações” (p. 19).

A análise de discurso francesa a partir de Pêcheux (1988) retoma tal conceito de ideologia, ao situar o discurso como materialidade específica da ideologia, ou, segundo Orlandi (1996), a ideologia passa, para esta vertente da análise de discurso, a ser definida “pelo processo histórico-discursivo, portanto, enquanto linguagem” (p. 145-146). Ou ainda, segundo Pêcheux (1988):

os Aparelhos Ideológicos de Estado não são puros instrumentos da classe dominante (...) mas são lugar e meio de realização da ideologia, constituindo simultânea e contraditoriamente, o lugar e as condições ideológicas da transformação das relações de produção (reprodução/transformação) (p. 145).

Dessa maneira, filio-me a Pêcheux (1988) quando afirma que é através das práticas discursivas que ocorrem no interior dos diferentes aparelhos ideológicos que a ideologia da classe dominante torna-se dominante. Ainda segundo Pêcheux (ibidem) “todos os Aparelhos Ideológicos de Estado não contribuem de maneira igual para a reprodução das relações de produção e para a sua transformação” (p. 145), sendo o momento histórico e a formação social responsáveis pela mobilização de certos aparelhos ideológicos na constituição de contradições, desigualdades e subordinações nas diferentes relações de produção. Assim, não percebo a ideologia nesta perspectiva de discurso, como um olhar polarizado ou dicotômico para o mundo a partir de duas realidades: uma ideológica – negativa, contaminada e conflituosa, construída pela classe dominante e uma outra realidade não ideológica – positiva, higienizada e harmônica, constituída pela classe dominada. Percebo a ideologia sim, como um olhar para o mundo enquanto espaço ideológico no qual todos os sujeitos dialogam sentidos, não em um diálogo inocente e ingênuo, mas sempre querendo levar o sentido para algum lugar: lugar da cristalização, da naturalização, da obviedade, do sentido-lá (PÊCHEUX, 1988). Para reforçar este conceito de ideologia, trago as palavras de Orlandi (1999), para quem o trabalho da ideologia “é produzir (1) a evidência de sentido, apagando seu caráter histórico e (2) a evidência do sujeito, apagando as interpelações que lhe são constitutivas” (p.46). Assim, a ideologia para a perspectiva discursiva movimenta-se na tentativa do apagamento da constituição sócio-histórica da linguagem e do sujeito, tentando imprimir aí, um caráter de naturalidade e de neutralidade. Nesse sentido,

pretendo investigar nesta pesquisa como os sujeitos adolescentes materializam, na escrita, gestos de interpretação em relação aos sentidos de corpo os quais a mídia e a sociedade muitas vezes consideram como cristalizados, naturalizados e universais.

Uma outra área do conhecimento científico que constitui o olhar discursivo para a linguagem é a linguística. Para Leandro Ferreira (1999a), “a língua, enquanto sistema, só conhece sua ordem própria, permitindo o estudo da língua de modo interno, sem princípio de explicação exterior a ela” (p. 61). Já para a perspectiva de discurso francesa, de acordo com Indursky (1997), “as regras fonológicas e sintáticas são as condições de base sobre as quais se desenvolvem os processos discursivos” (p. 22). Segundo Pêcheux (1969), como aspectos constitutivos destes processos discursivos encontram-se “as condições de produção que envolvem os protagonistas e seus lugares de produção” (p. 16). Assim, inscrevo-me na perspectiva teórica de Indursky (1997, p. 22), quando afirma que “interlocutores, situação, contexto histórico-social, juntamente com a superfície linguística, participam do objeto do discurso e fazem parte de seu processo de significação”. Aqui, vejo como revelante a discussão dos conceitos de organização e de ordem na língua. Para Orlandi (1996), os aspectos da língua que interessam à análise de discurso francesa, não remetem à organização ou à função desta língua, ou seja, “a questões que envolvem suas regras enquanto sistema, nem à separação estanque entre forma e conteúdo” (p. 46), mas sim, a aspectos relacionados à ordem desta língua, ou seja, ao seu funcionamento. Por funcionamento, Orlandi (ibidem) entende a preocupação com “o sentido [não como conteúdo], pela história [não como contexto] e pelo sujeito [não como a origem de si]” (p. 49). Ainda para Orlandi (ibidem), falar em sentido na perspectiva da ordem, “é analisar os diferentes mecanismos da produção destes sentidos” (p. 46) os quais estão diretamente relacionados às diferentes contradições construídas histórica e ideologicamente. Essas contradições, ao materializarem-se na língua, fazem desta língua uma espessura material opaca, marcada por equívocos e ambiguidades (LEANDRO FERREIRA, 1996), ou nas palavras de Mariani (2006), uma estrutura significativa sujeito à falha. Para Leandro Ferreira (1996), esta materialidade não transparente atravessada por “deslizamentos de sentidos, lapsos, ambiguidades, não são parasitas da comunicação, ou ruídos sobre um fundo informativo claro, mas fazem parte integrante da atividade de linguagem” (p. 41), ou seja, a língua não rejeita o que escapa as suas próprias regras de ordenamento, sendo que a falta/excesso são constitutivos dessa estrutura heterogênea (LEANDRO FERREIRA, 2000). Assim, compreendo que os aspectos acima não podem ser

contemplados como externos à língua ou como pano de fundo, mas sim, como constituindo e materializando-se nesta língua. Logo, como analista do discurso, lanço um olhar para esses deslizamentos de sentidos, ambiguidades, lapsos e equívocos como fazendo parte constitutiva da escrita dos sujeitos adolescentes, arriscando possíveis respostas [sempre provisórias] para o imbricamento desses aspectos com a contemporaneidade em que vivemos e que constitui a exterioridade sócio-histórica e ideológica.

Uma outra região do conhecimento científico que faz parte do quadro epistemológico da análise de discurso francesa é uma teoria do discurso. Esta teoria, para Pêcheux & Fuchs (1975), é entendida como “teoria da determinação histórica dos processos semânticos” (p. 164). Aqui, percebo a relação língua – exterioridade, ou nas palavras de Indursky (1997), “os processos linguísticos (lexicais, morfológicos e sintáticos) que determinam o dizer de um sujeito (...) sofrem determinações históricas que definem o que pode e o que deve ser dito, em uma conjuntura dada” (p. 29). Segundo Pêcheux & Fuchs (1975), o objeto de análise para a vertente francesa de discurso deixa de ser a língua e passa a ser o discurso, ou seja, “um objeto sócio-histórico onde o linguístico intervém como pressuposto” (p. 30), constituindo-se como a base material para a análise. Neste estudo, contemplo o linguístico ao analisar a escrita adolescente, mas como materialidade de algo que lhe é exterior, de uma materialidade dos processos sócio-histórico-ideológicos, ou seja, analiso que relações podem ser estabelecidas entre a escrita desses sujeitos adolescentes – materialidade linguística – integrada às questões contemporâneas sobre corpo, mídia e sociedade – contradições sócio-histórico-ideológicas.

Já o conceito de sujeito que interessa para a análise de discurso francesa é um sujeito posicionado neste mundo ideológico, um sujeito interpelado pela ideologia e não tendo total autonomia no seu dizer. Nas palavras de Orlandi (1996), esse é um sujeito que ao mesmo tempo em que “determina o que diz, é determinado pela exterioridade na sua relação com os sentidos” (p. 50). No entanto, este assujeitamento, essa interpelação ideológica que nas palavras de Indursky (2000) remetem a um sujeito fragmentado e disperso, não são percebidas claramente pelo sujeito. Logo, esse sujeito tem a ilusão “de ser a origem do que diz, quando, na realidade, retoma sentidos pré-existentes” – esquecimento nº 1 do sujeito. Também, tem a ilusão de que o que diz, somente pode ser dito daquela maneira, remetendo esse dizer a um único sentido – esquecimento nº 2 do sujeito (PÊCHEUX & FUCHS, 1975). Nesse sentido, o sujeito do discurso não se

constitui nem como origem nem como produtor de sentidos únicos. O sujeito da análise de discurso francesa é marcado sim, como “um sujeito significante, histórico, que se define como ‘posição’ e que se produz entre diferentes discursos” (ORLANDI, 1996, p. 49). Nas palavras de Coutinho Jorge (2000), “(...) o sujeito é esse entre-significantes” (p. 99), sendo ele o elo de ligação de um significante a outro. Esse sujeito, ao promover essa ligação, por ser constituído pela incompletude, torna-se sempre marcado pela contradição, conflito, lapso, ambiguidade, equívoco e deslizamento de sentido (LEANDRO FERREIRA, 1996), evidenciando-se aí, além de sua constituição histórico/ideológica, também sua natureza psicanalítica, ou seja, o seu atravessamento pelo inconsciente. Logo, posso afirmar que o sujeito discursivo é sempre afetado tanto pela ideologia quanto pelo inconsciente na sua relação com os gestos de interpretação. Ou ainda, nas palavras de Coutinho Jorge (2000) “o sujeito é barrado [impedido da sua completude] na medida em que nenhum significante, nem S1, nem S2, basta para representá-lo integralmente. Por isso, ele é sempre representado de um significante para outro, entre-dois-significantes. O sujeito é, assim, intervalar” (p. 83). E é exatamente essa marca de ‘sujeito-em-falta’ que vai atribuir ao sujeito discursivo o lugar de ‘sujeito-do-possível’ tanto para o sujeito desejante quanto para o sujeito interpelado pela ideologia. Ao analisar a escrita dos adolescentes, meu objetivo é perceber os diferentes registros que esses ‘sujeitos-em-falta’ [não] deixam marcados na linguagem, articulando-se aí a noção de ‘sujeitos-do-possível’, pois segundo Leandro Ferreira (2007), “se não houvesse a falta, se o sujeito fosse pleno, se a língua fosse estável e fechada, se o discurso fosse homogêneo e completo, não haveria espaço por onde o sentido transbordar, deslizar, desviar, ficar à deriva” (p. 104).

Trago novamente a topologia do nó borromeano, para ilustrar a discussão sobre a indissociável relação entre as regiões do conhecimento científico que são constitutivas no olhar para a linguagem para a análise de discurso francesa e que foram discutidas acima: língua – sujeito – ideologia, integrando a elas as noções que originaram este estudo: corpo – mídia – sociedade. Posicionei no centro do nó, a escrita dos adolescentes, materialidade linguístico-discursiva na qual se configuram as relações [contraditórias] entre corpo, mídia e sociedade. Essas relações estão diretamente marcadas pelas noções [também contraditórias] da análise de discurso francesa de língua, de sujeito e de história/ideologia. Ou seja, tento a partir da imagem do nó, um esforço de aproximar a noção de escrita às noções de corpo relacionado com linguagem, de sociedade relacionada com sujeito e de mídia relacionada com ideologia.

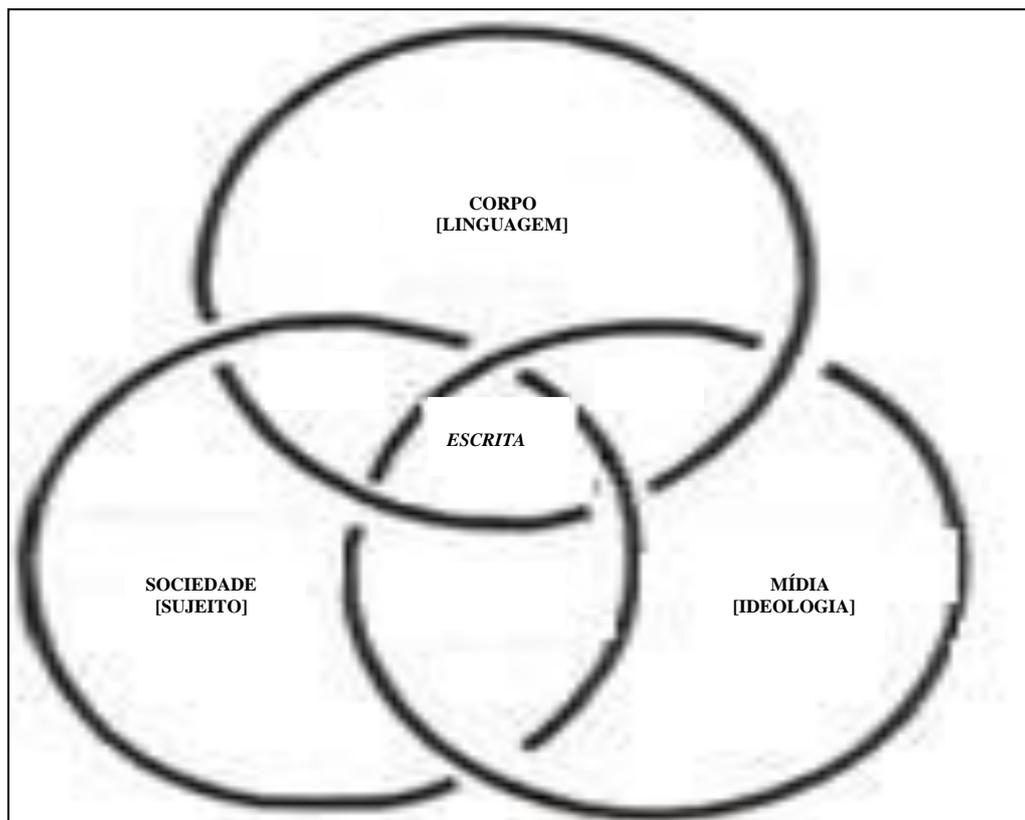


Figura 2: nó borromeano – a escrita mobilizando tanto as principais noções deste estudo (corpo, mídia e sociedade) quanto os conceitos-chave da análise de discurso francesa.

A partir da discussão acerca do quadro epistemológico da análise de discurso francesa que remete à indissociável relação entre língua – sujeito – ideologia, vejo que o que move esta relação é o constante trabalho com os sentidos construídos pela interpretação. E é este movimento dos sentidos que se constrói através da interpretação que norteia o presente estudo. Aqui, interpretação não é concebida com um ponto de vista qualquer, uma leitura qualquer, nem como análise de conteúdo a partir da qual extrai-se uma mensagem de um texto – peça publicitária que explora o corpo. De acordo com Lima (2003), uma vez que a análise de conteúdo se atém à transparência, a análise do discurso procura o significado, o efeito de sentidos do que é dito [e não dito]. A tarefa paciente de ‘desocultação’, que responde a uma atitude de *voyeur* por parte do analista da análise de conteúdo, nada tem a ver com a atitude de interpretação do analista de discurso, ou segundo as palavras de Orlandi (1999), diferentemente da análise de conteúdo, que procura responder à questão – o que este texto quer dizer? – a questão colocada pela análise de discurso francesa é – como este texto significa? Sendo

assim, compreendo interpretação neste estudo em uma perspectiva discursiva, ou seja, como um gesto revelador das possibilidades e dos limites do sujeito e da língua ao lidar com os sentidos. Logo, a interpretação é vista como um sujeito agindo na/pela linguagem: ora concordando, ora discordando, mas sempre construindo sentidos com as possibilidades e limites inerentes à língua e a sua condição de sujeito. Neste sentido, Orlandi (1996, p. 22) vê a interpretação como “um gesto que decide a direção dos sentidos, decidindo assim, sobre a direção do sujeito”. Assim, a interpretação também tem na incompletude sua marca maior, ou como nas palavras de Garcia (2003) “tudo não pode ser dito, e o que pode ser dito não pode sê-lo de qualquer maneira” (p. 127). Aqui, percebo que esse gesto de interpretação não é um gesto qualquer; ele é sempre marcado pela formação discursiva, logo ideológica, na qual o sujeito vem se inscrevendo/sendo inscrito ao longo da história. Esta inscrição do sujeito na história dá-se através da ideologia, ou seja, segundo Pêcheux & Fuchs (1975), é trabalho da ideologia interpelar indivíduos em sujeitos. No entanto, essa interpelação segundo os autores, não ocorre de maneira abstrata mas “sempre através de um conjunto complexo determinado de formações ideológicas que desempenham no interior deste conjunto, em cada fase histórica da luta de classe um papel necessariamente desigual na produção e na transformação das relações de produção” (p. 167). Estas formações ideológicas, que a meu ver, trabalham no sentido de agrupar posicionamentos ideológicos semelhantes [mas que no cotidiano, devido à fragmentação e à dispersão do sujeito, podem tornar-se heterogêneas e conflitantes], relacionam-se diretamente à noção de formações discursivas. De acordo com Pêcheux (1988), uma formação discursiva caracteriza-se como “aquilo que, numa formação ideológica dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode ser dito” (p. 160), ou ainda, nas palavras de Indursky (1997, p. 160), “o que não pode ser dito e também o que pode, mas convém que não seja dito”. Nesse sentido, “as formações discursivas representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhe são correspondentes” (INDURSKY, 2000, p. 71), vislumbrando-se aí o imbricamento da noção de formação discursiva com a noção de ideologia. Logo, essas formações discursivas também encontram-se marcadas pela heterogeneidade oriunda de um sujeito constitutivamente fragmentado e disperso. Entendo assim, que enquanto sujeitos, nosso dizer sempre está vinculado a formações discursivas que marcam esse dizer, possibilitando que esse ocorra de certas maneiras e não de outras. Logo, esse dizer nunca é totalmente livre e autônomo, ele constitui-se

entre as possibilidades e os limites inerentes às noções de formações discursiva e ideológica.

Apresento a seguir, a noção de formação discursiva exemplificada a partir de uma sequência discursiva da escrita de uma adolescente:

Ao observar a propaganda, a primeira interpretação que fiz foi a de que o fato de engordar pode trazer “alucinações” às pessoas. Creio que tais “alucinações” seriam uma alusão à neurose a que a sociedade atual está submetida, na busca obcecada pelas medidas perfeitas. Além disso, representar as alucinações daqueles que engordam através de uma cobra – que na verdade é uma fita métrica – só reforça a idéia da paranóia, mostrando que o ganho de peso é perigoso e deixando claro que essa possibilidade amedronta as pessoas. [sic.] [ver anexo 2.7]

Percebo aqui, uma marca discursiva trazida por essa adolescente a partir do modalizador – ‘pode’ – ‘engordar pode trazer alucinações’, indicando que a ação de engordar traz alucinações para algumas pessoas, mas não para todas. A utilização desse modalizador difere do enunciado trazido pela peça publicitária – ‘ganhar peso provoca alucinações’, que ganha um caráter generalizador e universal por não possuir nenhuma marca que modalize o discurso – ganhar peso provoca alucinações em todas as pessoas. Em seguida, a adolescente relaciona ‘alucinação’ – percepção interna e real de um objeto que não existe [as medidas perfeitas], ‘neurose’ – tentativa ineficaz de lidar com conflitos e traumas inconscientes [as medidas imperfeitas] e ‘paranóia’ – desconfiança ou suspeita altamente exagerada ou injustificada [será que existem medidas perfeitas?], afirmando que a sociedade atual está submetida a buscar obcecadamente medidas perfeitas e que a utilização da cobra/fita métrica só reforça a ideia de perigo em relação à ação de engordar. Discutindo a noção de formação discursiva, posso dizer que a utilização do modalizador ‘pode’, ao dizer que nem todas as pessoas estão envolvidas no processo de alucinação por medidas perfeitas e a menção a três processos psíquicos ‘alucinação, neurose e paranóia’, utilizados para darem a idéia da força que algumas questões psíquicas que envolvem o medo de engordar.

De acordo com Pêcheux (1975), a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso ocorre a partir da identificação desse sujeito com os saberes da formação discursiva que o afeta. Nesse sentido, os saberes que afetam essa adolescente relacionam-se ao questionamento em relação à busca obcecada por medidas perfeitas. Tais saberes revelam-se na escrita da adolescente a partir do atravessamento da ideologia, marcado no discurso, (1) pela utilização do modalizador ‘pode’, ao dizer que nem todas as pessoas estão envolvidas no processo de alucinação por medidas perfeitas e (2) pela

menção a três processos psíquicos ‘alucinação, neurose e paranóia’, utilizados para darem a ideia da força que algumas questões psíquicas têm para os sujeitos envolvidos com o medo de engordar.

Considero relevante mencionar neste momento que a fragmentação e a dispersão do sujeito no interior de uma formação discursiva ocorrem através de diferentes posições-sujeito mediante uma forma-sujeito. A noção de forma-sujeito é entendida, segundo Pêcheux (1988), como a identificação do sujeito com a formação discursiva que o domina, na qual ele é constituído como sujeito. Neste sentido, a forma-sujeito remete a um sujeito universal, dotado de unicidade e homogeneidade ilusórias. Essa ilusão deve-se em função da forma-sujeito materializar-se no interior de uma formação discursiva em diferentes modalidades de tomada de posição, ou seja, em diferentes posições-sujeito. Essas modalidades classificam-se em: identificação, contra-identificação e desidentificação. A identificação – o discurso do ‘bom sujeito’ – segundo Pêcheux (ibidem), envolve uma superposição/reduplicação entre sujeito do discurso e o sujeito universal, ou seja, uma identificação plena do sujeito com a forma-sujeito da formação discursiva que afeta esse sujeito.

Trago, como exemplo de identificação, a seguinte sequência discursiva da escrita de uma adolescente:

Decididamente, uma das primeiras interpretações que as pessoas que lerem a propaganda terão, é a de que o SPA é o “lugar perfeito”, onde você vai se divertir, como se estivesse em um clube, e ao mesmo tempo, vai entrar em forma, e ganhar saúde. [sic.] [ver anexo 2.17]

A apropriação plena dos saberes da adolescente com os da mídia/peça publicitária – ‘Spa: prazer e saúde em um só lugar’, produz um efeito de homogeneidade na sequência discursiva acima. Tal homogeneidade é reforçada no discurso pelo advérbio ‘decididamente’, o qual poderia ter sido substituído por ‘obviamente’ ou ‘logicamente’, atribuindo ao discurso um lugar de certeza, de evidência. Um outro efeito de sentido produzido coloca nos sujeitos enunciadore[s] [mídia e adolescente] a origem do sentido, desconsiderando o seu caráter histórico e ideológico. A adolescente estabelece o seu dizer como se ele consistisse em uma apreensão direta da realidade e não em uma percepção da realidade através do discurso-outro. Isso acontece porque a adolescente enuncia a partir do discurso a que está assujeitada – o discurso da mídia.

O processo de contra-identificação – o discurso do ‘mau sujeito’ – ocorre de acordo com Pêcheux (ibidem), “através de uma tomada de posição que se contrapõe à

forma-sujeito, a partir de questionamentos, dúvidas, contestações, revoltas” (p. 215), levando o sujeito do discurso a contra-identificar-se com alguns saberes da formação discursiva que o afeta. É relevante mencionar que, segundo Indursky (2007), neste movimento de resistência o sujeito permanece no interior da mesma formação discursiva, havendo uma superposição parcial e imperfeita.

Como exemplo de contra-identificação, trago a sequência discursiva de uma adolescente:

Propaganda materializa o temor de algumas pessoas (geralmente nós mulheres), da fita métrica. Esse temor é induzido muitas vezes pela mídia atual. E pelo medo de não conseguir acompanhá-la. A mídia nos induz a crer que, pessoas bonitas são magras. A fita em forma de serpente representa a mídia, que nos diz que ou esteja nos padrões ou você é horrível. (...) Caso não sejamos, algumas pessoas adoecem adquirem doenças, como anorexia e bulimia. A mídia nos faz ter medo de sermos curvilíneas ou cheinhas, ela nos faz crer que o que ela mostra é que realmente é bom e bonito. [sic.] [ver anexo 2.8]

A contra-identificação na escrita acima ocorre pelo questionamento dos saberes da mídia – a importância do corpo magro e pela apropriação de outros saberes exteriores à formação discursiva que afeta a adolescente – a mídia nos induz a crer que, pessoas bonitas são magras. (...) A mídia nos faz ter medo de sermos curvilíneas ou cheinhas, ela nos faz crer que o que ela mostra realmente é bom e bonito. Para reforçar seu questionamento em relação à mídia, a adolescente compara a fita em forma de serpente à mídia, ratificando o poder da mídia em ditar o que é padrão e quem está fora desse padrão. E algumas pessoas que são consideradas fora do padrão podem sofrer, a partir dessa exclusão, com algumas doenças que envolvem questões de corpo – bulimia e anorexia.

Já a desidentificação, posição-sujeito não identificada por mim na escrita dos sujeitos adolescentes, segundo Pêcheux (ibidem) é marcada pela ruptura do sujeito do discurso em relação a uma formação discursiva e sua forma-sujeito para deslocar sua identificação para outra formação discursiva e sua respectiva forma-sujeito. Esse processo de desidentificação pode ocorrer, segundo Indursky (2002), de duas maneiras: ou o sujeito migra para uma formação discursiva já existente por identificar-se com o domínio de saber lá existente, ou inaugura uma outra formação discursiva, logo, com uma outra forma-sujeito no seu interior. A esta agitação nas filiações de sentido e a esta ruptura com um domínio de saber, Indursky (2002) denomina acontecimento discursivo, ou seja, a inauguração de um novo domínio de saber, de uma nova forma-sujeito, logo,

de uma nova formação discursiva. São os movimentos de tomada de posição do sujeito dentro de uma certa formação discursiva discutidos acima que reforçam o caráter heterogêneo e difuso tanto da forma-sujeito quanto da própria formação discursiva. Neste estudo, investigo o que a análise da materialidade escrita dos adolescentes imbricada a sua exterioridade sócio-histórico e ideológica pode revelar sobre as posições-sujeitos desses adolescentes em relação à formação discursiva na qual se encontra inserida a peça publicitária em questão.

No movimento dos gestos de interpretação, penso ser relevante dizer também que tais tomadas de posição remetem sempre a um recorte no interdiscurso a partir da memória discursiva, ou seja, a uma materialização de escolhas feitas no interdiscurso, lugar esse, da fala sem nome, do *nonsense*. Segundo Orlandi (1999) interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos, ou ainda, de acordo com a autora, para que minhas palavras tenham sentido, é preciso que elas já façam sentido. E isso é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular, se apague na memória, para que, passando para o ‘anônimo’, possa fazer sentido em ‘minhas’ palavras. Ainda de acordo com Orlandi (*ibidem*), o interdiscurso caracteriza-se como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente (...), disponibilizando dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada (p. 31), remetendo desta forma, o interdiscurso a um eixo vertical, eixo da constituição de sentidos, de dispersão de saberes pré-existentes ao discurso do sujeito. Essa noção de pré-existência de saberes, remete ao conceito de memória discursiva, entendida aqui, não na sua acepção individual e psicológica ou como “um reservatório de conservação de lembranças organizadas em arquivos formais ou não formais” (SOUZA, 2000, p. 100), mas como um tecido social constituído de sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social (PÊCHEUX, 1988), ou nas palavras de Souza (2000), “como campos virtuais de dizibilidade” (p. 100). A memória discursiva seria portanto, segundo Cazarin (2006), aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os pré-construídos (...) os discursos transversos de que sua leitura necessita: ‘a condição do legível em relação ao próprio legível’. Julgo importante discutir agora, duas outras noções que remetem ao interdiscurso: o pré-construído e o discurso transversal. Para Pêcheux (1988, p. 171) o pré-construído envolve o lugar do já-dito, “aquilo que todo mundo sabe”, aos conteúdos de conhecimento universal, ou ainda segundo Pêcheux (*ibidem.*), ao “sempre-já-lá da interpelação ideológica que fornece-impõe a ‘realidade e

seu ‘sentido’ sob a forma da universalidade” (p. 164). Assim, associa-se para o sujeito, um efeito de evidência ou uma dissimulação do interdiscurso pelo discurso. Logo, o pré-construído pode ser compreendido como traço do interdiscurso no intradiscurso.

Como exemplo de pré-construído, trago a seguinte sequência discursiva da escrita de um adolescente:

A obesidade é a segunda maior causa de morte que poderia ser evitada. (...) Pesquisas mostram que propagandas sobre saúde não alertam em nada, pois logo depois vem uma notícia promocional de lanches saborosos (...). Uma simples refeição teria um acúmulo tão grande de energia que seria suficiente para até dois dias. (...) Este “cobra” é uma forma de mostrar que estamos sendo analisado constantemente, que precisa-se estar nos padrões, mas parece que há mais fofinhos do que magrinhos. [sic.] [ver anexo 2.14]

Percebo na escrita acima a presença de um pré-construído que faz parte do eixo vertical/interdiscurso, ou seja, do eixo da memória, da constituição dos sentidos – a importância do discurso científico. Esse pré-construído materializa-se na escrita desse adolescente a partir do eixo horizontal/intradiscurso, ou seja, do eixo da formulação, da atualidade de sentidos – obesidade é a segunda maior (...). Pesquisas mostram que propagandas (...). Uma simples refeição teria (...). É no eixo do intradiscurso que o discurso se constitui, permitindo que surjam diferentes efeitos de sentidos, diferentes gestos de interpretação por parte dos sujeitos. E logo após apresentar algumas informações ‘científicas’ sobre alimentação que já fazem, de certa forma, referência a sua filiação discursiva, o adolescente explicita a sua formação discursiva: a de identificação com os saberes da mídia – precisa-se estar nos padrões, mas ele constata uma certa decepção no final da sua escrita, através de uma conjunção adversativa ‘mas’ – mas parece que há mais fofinhos do que magrinhos. Essa decepção traz um efeito de total divergência entre o que apregoa o discurso científico e a realidade sobre alimentação. É como se todo o discurso científico sobre o bem alimentar-se não conseguisse ter espaço no dia-a-dia.

Já o discurso transversal pode ser compreendido como um discurso que irrompe no cruzamento de discursos, sob outra formulação, um discurso que provém do interdiscurso e, em regra, surge de forma não explícita, ou de acordo com Pêcheux (1988) “um elemento que irrompe no enunciado do sujeito enunciativo do discurso como se tivesse sido pensado antes, em outro lugar, independentemente” (p. 156). É uma espécie de ‘presença-ausente’, efeito da não linearidade e da dispersão dos discursos e dos sujeitos.

Exemplificando a noção de discurso transverso, analiso a sequência discursiva extraída da escrita de uma adolescente:

É triste ver que toda a luta da mulher para ascender e estar lado a lado ao homem em uma sociedade machista está sendo esquecida, e pior, a mulher hoje está sendo vista apenas como algo com peitos turbinados, bumbum arrebitado e nada mais. (...) A supervalorização da estética ameaça os valores morais persistentes até hoje. Dessa forma a mídia nos faz engolir diariamente propagandas com frases como ‘compre isso e fique magra’, ‘coma isso e emagreça’... [sic.] [ver anexo 2.22]

A escrita dessa adolescente traz, atravessados a um discurso sobre questões do corpo/estética, (1) uma perspectiva de discurso capitalista – a mídia nos faz engolir propagandas com frases ‘compre isso e fique magra’, ‘coma isso e emagreça’ e (2) uma perspectiva de discurso feminista – é triste ver que toda a luta da mulher para ascender e estar lado a lado ao homem (...). Quanto ao discurso capitalista, a adolescente materializa em sua escrita uma perspectiva da ideologia capitalista [re]velada pela mídia, a partir do deslizamento de sentido do verbo engolir – ação de deglutir, para engolir – aceitação quase passiva, imposição. A partir da ação de engolir enquanto imposição, a adolescente levanta implicitamente um dos objetivos da ideologia que é produzir evidência de sentido/do sujeito, desconsiderando o seu caráter sócio-histórico e ideológico. É como se o sentido dos enunciados ‘compre isso e fique magra’ e ‘coma isso e emagreça’ estivessem centrados nas próprias frases, ou seja, como se os enunciados fossem a origem do sentido – ‘sentido-lá’, sem apontar para outros possíveis sentidos [no passado e no futuro] e como se os sujeitos leitores desses enunciados fossem indivíduos neutros, não interpelados por questões ideológicas – ‘sujeito-lá’. Já em relação ao discurso feminista que atravessa a escrita dessa adolescente, posso afirmar que a perspectiva assumida por ela, remete a uma perspectiva de igualdade entre homens e mulheres – é triste ver que toda a luta da mulher para ascender e estar lado a lado ao homem em uma sociedade machista está sendo esquecida. Não faz parte do discurso do sujeito um outro recorte do discurso feminista que valoriza acima de tudo o respeito às diferenças entre homens e mulheres e não a sua igualdade.

Esse cruzamento de discursos sobre corpo/estética – capitalismo – feminismo revela que enquanto sujeitos somos afetados por diferentes fragmentos e recortes de discursos os quais irrompem na linguagem oral e escrita também de forma fragmentada e recortada, nunca de maneira total e completa.

Posso dizer que no momento em que são trazidos da constituição para a atualização através de diferentes combinações, os saberes são materializados –

sintagmatizados e ideologizados em enunciados, permitindo agora, no intradiscurso, ou seja, no nível do discurso, diferentes efeitos de sentido, diferentes gestos de interpretação por parte dos sujeitos. Nesse sentido, o intradiscurso é concebido como um eixo horizontal no qual o sujeito formula e atualiza em discurso os saberes dos quais se apropriou no interdiscurso, sendo deste cruzamento entre interdiscurso/‘o já dito’ e intradiscurso/‘o que está se dizendo’, que emerge o discurso do sujeito (INDURSKY, 2000). No presente estudo analiso quais os possíveis tecidos sociais entrelaçados – memória discursiva – são trazidos, formulados e atualizados na materialidade da linguagem escrita – intradiscurso – gerando os diferentes discursos dos sujeitos adolescentes sobre questões que envolvem corpo, mídia e sociedade. Assim, na vertente de discurso aqui defendida, falar em gestos de interpretação, não envolve escolhas individuais feitas por um sujeito empírico e totalmente autônomo no seu dizer. Tais gestos remetem a um sujeito sempre inscrito em formações discursivas, logo ideológicas, marcado por uma memória discursiva, sendo desse lugar que o sujeito materializa [falando/escrevendo/interpretando] certos discursos e não outros. Por isso, concordo com Orlandi (1996) quando afirma que “o sujeito é sempre sujeito à interpretação e sujeito da interpretação” (p. 147), sendo sua autonomia durante seus gestos de interpretação sempre relativa, pois é um sujeito que se constitui [a si e à língua] “no âmbito de acontecimentos histórico-sociais” (LEANDRO FERREIRA, 2000, p. 23), ou seja, é um sujeito interpelado por esses acontecimentos. Este assujeitamento do sujeito envolve dizer que no trabalho com o discurso, os sentidos podem ser muitos, mas nunca qualquer um.

Neste processo de construção dos gestos de interpretação, torna-se também relevante a discussão da noção de formação imaginária. Este conceito envolve mecanismos de antecipação, ou seja, “a capacidade do sujeito de experimentar, de colocar-se no lugar em que o seu interlocutor ‘ouve’ suas palavras” (ORLANDI, p. 39). Nesse sentido, o sujeito dirá de um modo ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte/leitor. Desta forma, segundo Orlandi (1999), “(...) não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade (...) que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos nos discursos” (p. 40). Uma vez que a linguagem só adquire existência a partir da sua relação com a exterioridade [conjuntura sócio-histórica], essas imagens configuram-se de diferentes formas : 1- da posição sujeito

locutor [quem sou eu para lhe falar assim?], 2- da posição sujeito interlocutor [quem é ele para me falar assim ?] e 3- do objeto do discurso [do que estou lhe falando? /do que ele me fala?] (PÊCHEUX, 1969). Logo, em uma perspectiva discursiva de linguagem é este jogo de formações imaginárias que constitui as diferentes posições discursivas ocupadas pelos sujeitos e que marca os gestos de interpretação.

Trago agora uma sequência discursiva de um adolescente para exemplificar a noção de formação imaginária:

A interpretação que eu tenho dessa propaganda é que as pessoas gordas têm muito medo da fita métrica eles simbolizam a como uma cobra perigosa que causa medo nas pessoas obesas. Só que eu pessoalmente não vejo a fita como um bicho-de-sete-cabeça (...). Então, pessoal não vamos ter medo da fita, (...). [sic.] [ver anexo 2.9]

Trazendo para a discussão as três possíveis imagens que esse adolescente tem consigo ao produzir sua escrita – posição sujeito locutor, posição sujeito interlocutor e objeto do discurso – posso afirmar que a imagem da relação entre locutor e interlocutor é de proximidade, principalmente ao utilizar a expressão ‘então, pessoal’ que demonstra um efeito de proximidade, intimidade – no imaginário – entre o adolescente e os seus leitores. Já em relação ao objeto do discurso [do que eu estou lhe falando?] que faz parte do imaginário desse adolescente, há um certo nível de informalidade e espontaneidade ao lidar com as questões de corpo, demonstrada nas expressões ‘só que eu pessoalmente não vejo ela como um bicho-de-sete-cabeça’, ‘porque quando me falam que eu estou gordo, eu não acho ruim, eu acho bom’. O efeito de sentido que essas expressões revelam é que o adolescente tem um bom trânsito ao lidar com questões de estar dentro/fora do peso.

A partir do quadro epistemológico e dos conceitos relacionados à vertente francesa de análise de discurso discutidos acima, reforço este olhar para a linguagem como um saber: saber tenso e conflitante por transitar entre a complexa interrelação língua – sujeito – ideologia a qual é materializada no discurso. Ao mesmo tempo, um saber que trabalha diretamente com a questão da interpretação enquanto gesto e com os sentidos enquanto produção sócio-histórico-ideológica, fazendo deste um saber sempre incompleto, com sentidos não únicos e estáveis, mas móveis e deslizantes, ou seja – um saber que não se sabe. Este movimento tenso e opaco entre língua – sujeito – ideologia, faz com que o analista de discurso caminhe sempre no fio da navalha entre as diferentes fronteiras do saber que envolvem o seu objeto de análise. No caso deste estudo,

caminhar no fio da navalha envolve transitar entre a opaca e não transparente relação entre corpo-mídia-sociedade – adolescência – escrita. No entanto, é esse movimento que faz dos meus gestos de interpretação enquanto analista [através da leitura da escrita dos adolescentes) na relação com os gestos de interpretação dos adolescentes [através da escrita da leitura da peça publicitária em questão] gestos sempre provisórios, reveladores da nossa condição de sujeitos-em-constante-construção.

Tendo em mente as noções discutidas acima – formação ideológica, formação discursiva, forma-sujeito, posição-sujeito, interdiscurso, memória discursiva, pré-construído, discurso transversal, intradiscurso e formação imaginária – e que remetem diretamente à noção de interpretação, este estudo promove uma escuta discursiva da constitutiva relação desses conceitos com os gestos de interpretação dos sujeitos adolescentes sobre as relações entre corpo, mídia e sociedade, gestos esses que se encontram materializadas na escrita desses sujeitos.

A leitura como cartografia e a escrita como cicatriz: duas metáforas segundo uma perspectiva discursiva -

Ao interpretar a escrita dos adolescentes sobre as relações entre corpo, mídia e sociedade, coloco-me neste estudo como analista do discurso – cartógrafo dos desenhos das paisagens psicossociais (ROLNIK, 2006) desses adolescentes. Mas por que o meu olhar para a leitura enquanto cartografia? Se a língua passa a ser concebida para a análise de discurso francesa a partir de marcas como incompletude – opacidade – exterioridade, a leitura passa a ser vista como uma ação que envolve possíveis interpretações dessas marcas, desses desenhos, dessa materialização. Defendo também nesta pesquisa um olhar para a escrita “(...) enquanto cicatriz do movimento das estruturas inconscientes do sujeito” (RICKES, 2002, p. 66), sendo que esses rastros, essas cicatrizes materializadas na língua a partir do registro do real e articuladas aos registros do simbólico e do imaginário, são essenciais neste estudo uma vez que uma perspectiva discursiva não as considera como marginais à língua, mas sim, como dela constitutivas. Desta forma, falar em escrita neste estudo envolve falar, de acordo com Mariani (2006), em um gesto no qual o registro do real se incorpora nos registros do simbólico e do imaginário. Nesse sentido “a escrita põe em causa o sujeito na dimensão inconsciente de suas estruturas” (RICKES, 2002, p. 66), fazendo falhar assim, o desejo, ou de acordo com Mariani (2006), a vontade de unidade e de transparência da comunicação. Falar em desejo aqui envolve pensar psicanaliticamente em desejo de completude, que acompanha o sujeito permanentemente, já que esse desejo é marcado por uma falta que nunca é preenchida. Logo, esse desejo é da ordem do inconsciente e, segundo Machado (2006), lança “o sujeito num eterno e incessante jogo com/no simbólico, já que na materialidade da escrita, a ordem do discurso se inscreve produzindo (des)arranjos no idealizado terreno da completude do dizer” (p. 76). Neste momento, vejo como relevante discutir as noções lacanianas de real, simbólico e imaginário.

Para iniciar a discussão sobre o conceito de real, trago as palavras de Clarice Lispector extraídas do livro ‘A paixão segundo G.H.’ (1998) e citadas por Coutinho Jorge & Ferreira (2005):

Eu tenho à medida que designo – e este é o esplendor de se ter uma linguagem. Mas eu tenho muito mais à medida que não consigo designar. A realidade é a matéria-prima, a linguagem é o

modo como vou buscá-la – e como não acho. Mas é do buscar e não achar que nasce o que eu não conhecia, e que instantaneamente reconheço. A linguagem é o meu esforço humano. Por destino tenho que ir buscar e por destino volto com as mãos vazias. Mas – volto com o indizível. O indizível só me poderá ser dado através do fracasso de minha linguagem. Só quando falha a construção, é que obtenho o que ela não conseguiu (p. 71).

A partir das palavras de Clarice Lispector trazidas acima, vejo que o real está intrinsecamente relacionado com a falta, com o impossível, com o buscar e voltar com as mãos vazias. No entanto, desse buscar e não achar, dessa falta que é constitutiva do sujeito, algo se revela. Não de forma clara, transparente e completa, mas a partir de outras lógicas, de maneiras “estranhas à univocidade lógica” (PÊCHEUX, 2002, p. 43). E é este o conceito de real: um saber relacionado à falta, ao impossível de se revelar de outra forma, ou segundo Pêcheux (ibidem), “um saber que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos” (p. 43). Ainda comentando sobre o conceito de real, Coutinho Jorge & Ferreira (2005) afirmam que “a falta se inscreve no registro do real porque aponta para o impossível” (p. 54). De acordo com Leandro Ferreira (2005b), o registro do real relaciona-se diretamente a essa falta que é constitutiva do sujeito, falta essa que move o seu desejo. Assim, afirma Leandro Ferreira (ibidem), é em torno dessa falta que o inconsciente se estrutura. Ainda segundo a autora, o conceito de inconsciente remete a um estranho que nos é familiar ‘*unheimliche*’, ou seja, “um estranho que provém de algo familiar que foi reprimido e que retorna” (p. 41), que insiste em retornar. De acordo com Birman (1996) é nessa “diferença entre o familiar e o não-familiar que se ordena algo da ordem do insólito e do surpreendente” (p. 80). Esse retorno (re)vela-se na língua através de diferentes faltas e falhas, que envolvem os equívocos, ambiguidades, deslizamentos de sentidos e lapsos, logo, posso afirmar que o real da língua pode ser compreendido como a língua em funcionamento. Ou seja, o real da língua segundo Milner (1987), consiste na impossibilidade de se dizer tudo na língua, mas também é aquilo que lhe é mais próprio. Tem-se aí, a falta do sujeito e a falta da língua, indicando que ambos, sujeito e língua, são marcados pela incompletude. Aqui, concordo com Leandro Ferreira (2005) que vê a falta como reveladora de impossibilidade e ao mesmo tempo de possibilidades, uma vez que o registro do real que tem como marca a falta, que remete a um vazio, a um furo, ou em termos de linguagem, a um impossível de ser dito de forma plena, completa, a um impossível de simbolizar. No entanto, essa impossibilidade relaciona-se diretamente a uma possibilidade do “sentido transbordar, deslizar, desviar, ficar à deriva” (LEANDRO FERREIRA, 2004, p. 40), ou seja, do sujeito e da língua se revelarem em

sua dimensão não-plena, não-completa. Essas possibilidades do sujeito revelar-se na língua de forma não-completa, fazendo dessa língua uma estrutura também não-completa, acontecem a partir de diferentes equívocos, ambiguidades, lapsos e deslizamentos de sentidos, elementos considerados constitutivos em uma perspectiva discursiva de linguagem. Esses elementos apenas considerados restos para a linguística/gramática, passam a ocupar um lugar central para a análise de discurso francesa, instigando o analista a promover diferentes gestos de leitura para interpretá-los. Posso afirmar que esses restos para uma visão discursiva relacionam-se a uma “realidade desejante [do sujeito] que é inacessível a qualquer simbolização” (ROUDINESCO & PLON, 1998, p. 715), ou seja, o sujeito torna-se desejante/barrado em função do recalque que, de acordo com Alberti (1999) faz “o sujeito esquecer uma angústia que lhe é insuportável” (p. 96). Logo, cabe a mim enquanto analista de discurso refletir sobre que desejos inconscientes podem ter mobilizado os sujeitos adolescentes a produzirem certos equívocos, ambiguidades, lapsos e deslizamentos de sentidos em suas escritas, ou seja, a minha função como analista é fazer os ‘restos’ ocuparem o ‘centro’ da análise, uma vez que esses restos encontram-se carregados de sentidos.

Agora, procuro discutir o registro do real a partir da escrita de uma adolescente:

(...) Sua mente fica tão abalada pelo medo de engordar, de ser rejeitado socialmente, que começa a ver coisas. Que loucura! Basta destes modelos! (...) [sic] [ver anexo 2.11]

Como a escrita dessa adolescente fala sobre questões que remetem ao peso do corpo e a [não] aceitação social desse corpo, existe uma ambiguidade ao utilizar o significante ‘modelo’: basta de quais modelos? Basta destes modelos sociais que impõem corpos dentro de certas medidas? Basta destes modelos-pessoas que carregam em seus corpos o modelo de corpo socialmente defendido? Ou basta desses dois modelos? Para uma perspectiva discursiva de linguagem, essa ambiguidade que se [re]vela no registro do simbólico, envolve uma constitutiva falha/falta da língua e do sujeito, mostrando uma possibilidade do sujeito revelar-se na língua e da língua revelar-se no sujeito de forma não-completa.

Por outro lado, o registro do simbólico implica no sujeito envolvido na cadeia de significantes, ou seja, o simbólico designa um sistema de representação baseado na linguagem, sendo nesse registro que o sujeito se estrutura como [efeito da] linguagem,

passando a ser um sujeito-entre-significantes. O significante é a essência da função simbólica, sendo que o registro de diferentes significantes constitui-se a marca do sujeito no sistema simbólico. O ser [sujeito] que verbaliza um apelo [um significante] é um ser [sujeito] que está no nível da linguagem, isto é, integrado a um sistema simbólico, ou ainda, segundo Krueh (2007) “o simbólico faz do sujeito um ser regido pela linguagem a qual determina as formas de articulação do campo do sujeito com o campo do Outro³, principio de todo laço social” (p. 110), marcando, sua posição de sujeito do desejo. Sendo assim, esta pesquisa procura analisar quais apelos significantes os adolescentes procuram (re)velar no simbólico de suas escritas, posicionando-se aí, como sujeitos.

Já o registro do imaginário remete, segundo Leandro Ferreira (2005b), à tentativa de “captação especular no plano consciente” (p. 74). No entanto, essa tentativa constitui-se como ilusória uma vez que o real, ou seja, este estranho que é o inconsciente insiste em se fazer presente para o sujeito através da falta/falha por mais que esse busque a completude, a unidade, a literalidade dos sentidos. Ao falar no registro do imaginário e na tentativa de captação especular por parte do sujeito, vejo como relevante mencionar as duas construções psíquicas do eu: o ‘eu ideal’ e o ‘ideal de eu’. Segundo Souza (2007) o eu ideal, que se constitui no estádio do espelho, traduz um narcisismo primário, uma dimensão imaginária, limitada e idealizada, relacionada ao narcisismo dos pais, e que confere ao sujeito uma sensação de onipotência. Esse ‘eu’ seria assim, resultado dos investimentos narcísicos dos pais sobre o sujeito. Em outras palavras, esse investimento permite que o sujeito ame a si mesmo, numa dimensão totalmente narcísica. No entanto, os pais não projetam apenas seu narcisismo sobre o sujeito, mas também suas exigências, e é a partir delas que se origina o ideal de eu, que é o ‘eu’ comprometido e empenhado em ter de ser/fazer/cumprir determinadas demandas do Outro para ser amado, reconhecido e aprovado por esse Outro. Posso reafirmar aqui, que o sujeito constitui-se apenas ilusoriamente nos campos do eu ideal e do ideal de eu já que esse sujeito não possui nem total onipotência em relação ao seu próprio desejo nem é totalmente assujeitado aos desejos do Outro, uma vez que encontra-se marcado pelo registro do real. Esse registro do real atribui ao sujeito,

³ Segundo Prado de Oliveira (1999), o conceito de Outro remete ao lugar da multiplicidade inconsciente onde pode ser colocado, para o sujeito, a questão da sua existência. Logo, é o lugar de questionamento do sujeito, lugar do ‘tesouro dos significantes’ – onde o conhecimento está cifrado em chaves significantes. Todo sujeito deve apoderar-se dessas chaves para decifrando-as, poder cifrar o conhecimento socialmente compartilhado. Já a noção de outro relaciona-se aos diferentes interlocutores empíricos de um sujeito.

através de diferentes faltas e falhas (re)veladas na linguagem, uma posição de entremeio em relação ao eu ideal e ao ideal de eu, fazendo emergir aí, o registro do imaginário: um registro que, segundo Leandro Ferreira (2005b), é originalmente faltoso e ilusório para o sujeito. Logo, este estudo tem como objetivo perceber como os sujeitos adolescentes constituem-se, a partir da escrita, como sujeitos que transitam entre a ilusória [total] onipotência sobre os próprios desejos e o ilusório [total] assujeitamento aos desejos do Outro.

Exemplificando o registro do imaginário, discuto a escrita de uma adolescente:

A fita métrica é uma serpente, que nos persegue tentando nos devorar. Então logo vem o Spa resolvendo o nosso problema com a fita métrica, ou melhor, com o peso. [sic] [ver anexo 2.19]

Existe nessa escrita, uma certa narrativa construída por essa adolescente dentro de um movimento problema [‘a fita métrica é uma serpente, que nos persegue tentando nos devorar’] – solução [‘então logo vem o Spa resolvendo o nosso problema com a fita métrica, ou melhor, com o peso’]. Essa construção gera um certo efeito de sentido: existe uma solução a ser totalmente resolvida – ida a um Spa, frente ao problema – peso. E é nessa ilusória tentativa de tornar completo através do simbólico, da linguagem, algo que é constitutivamente incompleto e faltoso – o desejo do sujeito – que se revela o registro do imaginário dessa adolescente.

Como mais um exemplo dos três registros discutidos acima, apresento o exemplo da cerimônia de casamento apresentado por Lacan extraído de Alberti (1999). Como ato simbólico, o noivo diz: “Tu serás minha mulher”, o que institui a noiva no desejo dele e atribui a ela um novo lugar no laço social. No registro do imaginário, a noiva pode ver o casamento como o momento mais importante da sua vida, identificando-se a um ideal sempre esperado. E no registro do real, algo aí jamais poderá ser simbolizado e jamais será imaginado. Logo, no registro do simbólico, o sujeito encontra-se representado pelo significante e no imaginário, encontra-se identificado com o Outro. Já no registro do real, o sujeito escapa a toda essa relação com o Outro, presentificando o que é constitutivo do sujeito – a sua falta.

Trazendo a discussão dos registros do real, simbólico e imaginário para a questão da escrita, concordo com Machado (2006) quando afirma que por mais que o sujeito procure não deixar marcas, apagando [via registro do imaginário] a falta/falha [via registro do real] ao escrever [via registro do simbólico], não faz outra coisa senão revelá-la.

O sujeito se constitui a partir de uma exterioridade, de um desejo que lhe é alheio, exterior, conforme afirma Lacan (1985). Assim, a escrita é uma forma de manter vivo este intervalo entre o sujeito e o seu objeto de desejo. Essa noção também é discutida por Guimarães & Bergamaschi (2006), ao afirmarem que a possibilidade de acesso à escritura se dá quando se constitui, na criança, o movimento de presença e ausência, permitindo a instauração de um lugar de falta. E este é o lugar do objeto que Lacan (1985) nomeou como ‘objeto causa de desejo’, o ‘objeto a’. Escrever então significa para a criança poder jogar com a ausência – ora tenho ora não tenho – do objeto do seu desejo, sendo que é a partir dessa ausência que o acesso à escritura é possível. Ou ainda nas palavras de Guimarães & Bergamaschi (2006), “a insistência presente no ato de escrever restitui o caráter de perda e constitui para o sujeito as tentativas de inscrever algo do objeto causa de desejo, aquele que se apresenta como para sempre perdido” (p. 02).

Desde muito cedo as letras compõem o universo de um sujeito. Elas se antecipam até mesmo ao seu nascimento. Quando desejado, esse sujeito é anteriormente falado e projetado pela mãe, pelo pai e por outros familiares. Assim, sua existência pela/na linguagem precede sua chegada ao mundo. Nesse sentido, de acordo com Guimarães & Bergamaschi (ibidem), o sujeito existe fora de si mesmo, uma vez que é constituído por desejo que lhe é alheio, exterior. E é justamente no corpo que é escrito o desejo materno, já constituído na mãe, cujas primeiras letras ela desenha no corpo do filho, seja falando, seja acariciando esse filho. Essas letras marcam o desejo desse Outro e acompanham o sujeito numa determinada posição subjetiva – como um sujeito desejante ou como um sujeito assujeitado ao desejo desse Outro. E é por meio da mãe, desse Outro materno, que a inscrição se faz, seja pela voz ou pelo toque, onde o corpo é então, entremeado por essas escritas desse Outro. Segundo Costa (2002a), esse corpo real é escrito com significantes, corpo que se produz em furos, em espaços vazios, com orifícios através dos quais se produz toda e qualquer troca com o Outro. Esses furos, ainda de acordo com Costa (ibidem), que servem de laços do corpo aberto para o exterior, são utilizados como janelas, como leitura da letra, dessas letras que lhe são impressas e que muito dizem do inconsciente. Segundo Guimarães & Bergamaschi (2006), a escritura implica um corpo. Um corpo que não é o biológico, mas sim pulsional⁴, que se constitui na relação a partir do investimento libidinal do Outro

⁴ Pulsão é entendida, segundo Coelho dos Santos (1994), como a própria operatividade da cadeia significante, da linguagem.

materno, ou seja, de um desejo que investe o sujeito de pulsões. Costa (2002a), ao abordar o sentido da escrita, afirma que essa inclui o corpo na relação com o semelhante e com o real. Enquanto atividade pulsional, a escrita é tomada como um saber que não se sabe, mas que busca um sujeito – um Outro que a interprete. Ainda segundo Costa (ibidem), a escrita “contém detritos, restos não assimiláveis que são marcados no corpo na tentativa de dar conta de algo não registrado pelo sujeito, do real desse sujeito. Esses detritos são corporais e produzem o corpo pulsional como suporte relacional, podendo transmitir a inscrição de nossos traços simbólicos” (p.234). Ou seja, é o corpo marcado pelas pulsões que possibilita as diferentes trocas simbólicas entre os sujeitos, fazendo com isso, que surjam sentidos dessas trocas.

A partir de agora, passo a discutir mais profundamente as metáforas para a leitura e escrita segundo uma perspectiva discursiva: a leitura como cartografia e a escrita como cicatriz.

Segundo Rolnik (2006), a noção de mapa envolve a representação de um todo estático. Já a noção de cartografia difere do conceito de mapa, por envolver “um desenho que acompanha e se faz ao mesmo tempo que os movimentos de transformação da paisagem” (p. 23). Trazendo os conceitos de mapa e de cartografia para a discussão de leitura, posso afirmar que tanto ‘mapa’ quanto ‘cartografia’ fazem parte dos dispositivos teórico e analítico dentro da perspectiva discursiva de linguagem. A noção de mapa pode ser entendida como a materialidade linguística, as questões sintáticas – a escrita em si. Já a noção de cartografia pode ser compreendida como diferentes aspectos – sociais, históricos, ideológicos e psicanalíticos – que vão sendo utilizados para a elaboração dos gestos de leitura. Logo, posso afirmar que o trabalho de um analista do discurso está na leitura/interpretação ou na construção de uma cartografia, ou seja, de que maneiras questões sociais, históricas, ideológicas e psicanalíticas, contribuem para a construção do gestos de leitura dos sujeitos envolvidos nesta pesquisa: dos sujeitos adolescentes enquanto leitores da peça publicitária em questão neste estudo e principalmente minha, como sujeito leitor/analista do discurso da escrita produzida pelos adolescentes em relação à leitura da peça publicitária. Nesse sentido, a noção de cartografia pressupõe a habitação de um território – o da escrita dos sujeitos adolescentes – o que exige um processo de constante aprendizado do próprio cartógrafo/analista de discurso. É importante ressaltar que território para a cartografia é visto como território existencial e que se encontra em constante processo de produção e

de construção. Segundo Kastrup (2010), cartografar envolve compor o território existencial, engajando-se nele. Tal processo coloca o cartógrafo/analista de discurso numa posição de aprendiz, de um aprendiz-cartógrafo. Nesse processo de habitação de um território, o aprendiz-cartógrafo se lança numa dedicação aberta e atenta. Logo, um território existencial é sempre sócio-político-ideológico e discursivo. Trazendo a noção de território existencial discutida acima para o campo da análise de discurso, vejo que essa noção corresponde ao rico conceito de contexto sócio-histórico e ideológico para a análise de discurso, conceito esse que o analista-cartógrafo deve estar constantemente atento em construir/produzir acerca do seu objeto discursivo analisado. De acordo com Kastrup (2010), a cartografia tem sido entendida por seus praticantes como um modo de pesquisar objetos processuais, como por exemplo, os modos de subjetivação. Neste estudo especificamente, esses modos de subjetivação envolvem os modos como os adolescentes tornam-se, na linguagem [escrita], sujeitos-adolescentes, sujeitos que têm algo a dizer sobre as relações entre corpo, mídia e sociedade. Quando um investigador tem um objeto processual e quer ter acesso à política de suas formas e funcionamentos, ele pode se valer do método da cartografia, integrado sempre à processualidade daquilo que investiga. Como objeto processual neste estudo, tenho a linguagem escrita dos adolescentes, que mesmo sendo um objeto material, uma materialidade, tem uma processualidade sócio-histórica e ideológica que a constitui e por isso, faz gerar diferentes efeitos de sentidos em seus leitores. Ainda segundo Kastrup (2010), o método cartográfico questiona o modelo explicativo da realidade na produção de saberes [e de sentidos], abrindo mão da linearidade e da causalidade em suas práticas discursivas. Logo, não há um conjunto de passos abstratos a serem aplicados a um objeto de estudo, pois a cartografia é um método em processo de criação coerente com a processualidade daquilo que investiga. Nesse sentido, trabalha-se com um modo de fazer pesquisa que se inventa enquanto se pesquisa, de acordo com as necessidades que surgem, de acordo com os movimentos do campo de estudo em questão. Como o ponto crucial no campo de estudo da análise de discurso é a linguagem, vejo como constitutivo do trabalho de um analista-cartógrafo, a constante e indissociável análise do tripé língua-sujeito-ideologia para que o objeto material chamado texto, transforme-se em discurso, produzindo como tal, diferentes efeitos de sentidos. Já as formas a partir das quais um analista-cartógrafo irá abordar o tripé acima durante o processo de análise são diversas, dependendo da sua formação sócio-histórica e ideológica enquanto sujeito.

Penso ser importante mencionar que neste estudo a cartografia é utilizada como uma metáfora do processo de leitura, principalmente minha em relação à escrita dos adolescentes. Nesse sentido, utilizo da cartografia enquanto método de pesquisa, somente alguns conceitos que julgo relevantes para o trabalho de um analista de discurso. O primeiro é o conceito que remete ao papel de um analista-cartógrafo e que envolve a construção de um ‘território existencial’ dos sujeitos de pesquisa – território sócio-histórico e ideológico. E o segundo é o conceito de ‘objetos processuais’ – olhar para a linguagem produzida por esses sujeitos enquanto processualidade. Assim, posso estabelecer um diálogo entre a cartografia e a análise do discurso, já que ambas a meu ver, olham para a relação sujeito-linguagem como interdependente e marcada pelos contextos social, histórico e ideológico, por isso, uma relação marcada pela opacidade e pela incompletude.

Ao perceber que o objeto discursivo – peça publicitária – entregue aos adolescentes para que esses construíssem seus gestos de interpretação é marcado por texto verbal e não-verbal/imagético, surge uma questão: o texto não-verbal/imagético também pode ser considerado como discurso a ser lido, interpretado? Ao afirmar que a análise de discurso é uma ‘disciplina de interpretação’, Pêcheux (1990) indica que o relevante em uma análise discursiva é o processo de produção de sentidos, o qual independe da materialidade simbólica analisada. Ainda segundo Pêcheux (ibidem):

(...) nos espaços transferenciais da identificação, constituindo uma pluralidade contraditória de filiações históricas (através das palavras, das imagens, (...)), as ‘coisas a saber’ coexistem assim com objetos a propósito dos quais ninguém pode estar seguro de ‘saber do que se fala’, porque esses objetos estão inscritos em uma filiação e não são o produto de uma aprendizagem. (p. 55).

A partir da citação acima, compreendo que a filiação ideológica é o ponto principal da produção de sentidos e sua percepção se dá através da identificação do sujeito com saberes pertencentes a filiações históricas de sentido, representadas a partir de materialidades verbais e não-verbais. Logo, qualquer material simbólico, além da língua, somente pode ser interpretado a partir das condições de sua produção e das condições de produção de sua interpretação. De acordo com Simões (2007) a imagem na contemporaneidade “é um mecanismo de expressão dos embates ideológicos que atuam nas sociedades e sua percepção como material simbólico significante ratifica sua força discursiva de ser o que é, o que parece ser, e, ao mesmo tempo, aquilo que o sujeito interpreta que seja” (p. 160). Se a língua é incompleta e os sentidos nela não se

fecham, a imagem não é menos proveitosa em termos de produção de sentidos heterogêneos.

Como parte do trabalho de um analista de discurso está também a análise de como as diferentes contradições sociais, históricas, ideológicas e psicanalíticas encontram-se materializadas na escrita, formando de acordo com Rickes (2002), diferentes cicatrizes nesta escrita, produzindo uma junção onde a cisão é irremediável e inapagável. Segundo a autora (*ibidem*), essas diferentes contradições fazem falhar um certo desejo de completude na linguagem por parte dos sujeitos, fazendo com que a escrita seja marcada por cicatrizes reveladoras do movimento das suas estruturas inconscientes. Tendo em mente o senso comum do significante cicatriz como marca ou tecido fibroso formado pela cicatrização, pelo fechamento de uma lesão, posso dizer que a escrita é formada por diferentes marcas ou cicatrizes, originárias das inúmeras contradições que são constitutivas do sujeito. Essas marcas-cicatrizes revelam-se na escrita quando a dimensão de completude na linguagem parece escapar, fazendo aparecer diferentes equívocos, ambiguidades, lapsos e deslizamentos de sentidos, ou de acordo com Rickes (2002), a escrita é uma operação que faz trabalhar a falta que é constitutiva do sujeito. Lacan (1985) afirma ser no discurso analítico o lugar em que se trata de precisar a função do escrito. É neste discurso que a letra entra em questão. Para tal, ele retoma os conceitos de significante e significado, em Saussure (1974), e o fato de que eles estão necessariamente separados por uma barra, o que representa a não existência de relação imediata entre os dois:

Se há alguma coisa que possa nos introduzir a dimensão da escrita como tal, é nos apercebermos de que o significado não tem nada a ver com os ouvidos, mas somente com a leitura, com a leitura do que se ouve de significante. O significado não é aquilo que se ouve. O que se ouve é significante. O significado é efeito do significante (LACAN, 1985, p. 47).

Esse efeito do significante é possibilitado justamente pela barra, fazendo com que em qualquer uso da língua se produza o escrito. Logo, a linguagem, assim como a escrita, é produzida ‘entre-significantes’, ou seja, segundo Lacan (*ibidem*) é a partir do registro do simbólico, da inserção do indivíduo em uma cadeia de significantes, que surge o sujeito. “Tudo que é escrito parte do fato de que será para sempre impossível escrever como tal a relação sexual. É daí que há um certo efeito do discurso que se chama a escrita” (LACAN, 1985, p. 49). Ou ainda segundo Lacan (*ibidem*), não há

relação sexual porque o gozo⁵ do Outro, tomado como corpo, é sempre inadequado, não-todo. Nesta articulação transparece o escrito como efeito produzido pela barra [da castração, da separação], e pela impossibilidade de se escrever como tal a relação sexual. A escritura aparece então, assim como a relação sexual, como ‘não-toda’. Logo, a escrita não é um produto, mas sim, produtora de um lugar de sujeito. Assim, ela torna-se numa perspectiva discursiva de linguagem, reveladora de uma posição-sujeito de quem escreve, já que sempre estará vinculada a um processo de produção de sentidos, ou seja, aos gestos de interpretação do sujeito-escritor. Segundo Pêcheux (2002), a interpretação é possível porque há o ‘outro’ na sociedade e na história. E é com esse ‘outro’ que se estabelece uma relação de ligação, de identificação ou de transferência que possibilita a interpretação. É nesse sentido que o interdiscurso funciona como o lugar do ‘outro’. Essa relação permite que as filiações históricas possam se organizar em memórias e as relações sociais em redes de significantes. Um trabalho de leitura/escrita nessa perspectiva dá lugar ao inconcebível em um duplo gesto: conceber claramente o concebível para mostrar o inconcebível, isto é, regular um sistema linguístico e um intradiscurso e destruir a homogeneidade imaginária dos mesmos. Como, no entanto, pode ser destruída a homogeneidade imaginária de um sistema linguístico e de um intradiscurso? Para responder a essa questão, trago para a discussão, duas noções de Authier-Revuz (1998, 1990): heterogeneidade constitutiva e heterogeneidade mostrada. Para a autora, a noção de heterogeneidade constitutiva refere-se à ideia de que sujeito é sempre efeito de um discurso que o situa em uma determinada posição, isso porque antes de falar somos falados, uma vez que nascemos em um mundo de linguagem que nos precede. Sendo assim, segundo Authier-Revuz (1998), se tomamos o sujeito como efeito de linguagem, nos afastamos de uma concepção de enunciação como utilização da língua enquanto instrumento por um sujeito que, para comunicar seu pensamento está sempre em uma posição exterior a esse pensamento para avaliar, controlar e dominar a língua e a sua utilização. Logo, a linguagem aparece distanciada de uma concepção instrumental; ela caracteriza-se pela “morada da falta que habita o sujeito, falta de uma completude que é o motor do desejo. (...) E justamente pela linguagem estar em falta, o sujeito, como seu efeito, constitui-se marcado também pela incompletude” (RICKES, 2002, p. 57). Assim sendo, ainda de acordo com Rickes (ibidem), se o sujeito se constitui como um ser em falta, vemos que aquilo que lhe falta,

⁵ Gozo é, segundo Quinet (2002), o conceito lacaniano que abrange o prazer e o desprazer, apontando como ambos estão em continuidade.

a exterioridade que o estrutura, a heterogeneidade que lhe é constitutiva não aparece como uma dimensão que o sujeito poderia recuperar, ou na palavras de Authier-Revuz (1998) a heterogeneidade constitutiva relaciona-se a essa dimensão faltante da linguagem que constitui o sujeito enquanto um efeito, e que nesse sujeito faz habitar, eternamente, a posição de ‘não-um’, ou seja, de um sujeito marcado pela incompletude. Isso não indica que esse sujeito não tenha a ilusão de vir a tornar-se ‘um’/um sujeito completo, ou seja, não mais sujeito à incompletude da linguagem que o constitui.

Exemplificando a noção de heterogeneidade constitutiva a partir da escrita de um adolescente:

A interpretação que eu tenho dessa propaganda é que as pessoas gordas têm muito medo da fita métrica (...) [sic.] [ver anexo 2.9]

A partir da utilização da expressão ‘a interpretação que eu tenho’, o adolescente tem a ilusão de que é a origem do seu dizer [esquecimento nº 1], desconsiderando as contribuições do seu contexto sócio-histórico e ideológico para a formulação desse dizer. Segundo Gallo (2001) mencionando Pêcheux, essa é uma condição necessária para a constituição do sujeito, sem a qual só haveria silêncio, pois o sujeito seria calado pela consciência/lembrança de que tudo já foi dito antes, em algum lugar.

Já a noção de heterogeneidade mostrada é conceituada por Rickes (2002) como aquela exterioridade:

que se explicita no discurso por uma posição reflexiva do sujeito que passa a tomar o próprio discurso como objeto de sua fala/escrita, inscrevendo em sua fala/escrita referências em relação ao mesmo. (...) Revela-se aí, a presença de um outro, de uma exterioridade que até então estava presente, embora não fosse mostrada marcando uma exterioridade no interior do próprio discurso (p. 56).

Ou ainda, nas palavras de Authier-Revuz (1990), a heterogeneidade mostrada pode ser conceituada enquanto “forma linguística de diferentes modos de negociação do sujeito que fala/escreve com a heterogeneidade constitutiva de seu discurso” (p. 26). Assim, pode-se afirmar que a heterogeneidade mostrada aparece como uma (de)negação da heterogeneidade constitutiva, ou nas palavras de Authier-Revuz (ibidem):

o que caracteriza as formas marcadas da heterogeneidade mostrada como formas do desconhecimento da heterogeneidade constitutiva é que elas operam sobre o modo de denegação. (...) Elas manifestam a onipresença precisamente nos lugares que tentam encobri-la (p. 33).

Agora, trago a escrita de uma outra adolescente para exemplificar a noção de heterogeneidade mostrada:

(...). A fita métrica que aparece junto a uma propaganda de um spa, significa na minha visão de que as pessoas querem ficar sempre com o corpo em forma (...). [sic] [ver anexo 2.20]

Aqui, percebo a partir da expressão ‘as pessoas’ a heterogeneidade mostrada sendo materializada na escrita dessa adolescente, uma vez que ela inclui no seu discurso um outro, ‘as pessoas’, atribuindo a elas voz no seu discurso ‘querem ficar sempre com o corpo em forma’. A adolescente, a partir dessa inclusão, está ao mesmo tempo se excluindo do discurso – eu não faço parte do grupo das outras pessoas que querem ficar sempre com o corpo em forma.

A partir das discussões acima, posso dizer que o objetivo ao fazer uma escuta discursiva da escrita dos adolescentes, é relacionar a heterogeneidade constitutiva ‘do’ dizer [como o exterior sócio-histórico-ideológico faz-se presente no interior da linguagem do sujeito] com a heterogeneidade mostrada ‘no’ dizer [diferentes maneiras linguísticas do sujeito, sempre de forma insuficiente, negar a heterogeneidade constitutiva] (RICKES, 2002). Como cartógrafo-analista do discurso, forneço ao sujeito [adolescente] uma outra possibilidade para ele “habitar o mundo [**da linguagem**], destacando e evidenciando o caráter eminentemente fragmentado, disperso e incompleto [**do sujeito e da língua**]” (BIRMAN, 1996, p. 75 – complementos em negrito feitos por mim). E é a partir dos gestos de interpretação marcados pela fragmentação, dispersão e incompletude e (re)velados na escrita a partir de diferentes cicatrizes [equívocos, ambiguidades, lapsos e deslizamentos de sentidos], que possibilitam a mim, enquanto cartógrafo-analista, também cartografar gestos de interpretação em relação à escrita-mapa desse sujeito [adolescente], costurando os fragmentos dispersos que caracterizam ambos, língua e sujeito, como constitutivamente não-fechados. Assim, de acordo com Birman (ibidem), existe um entrelaçamento entre leitura e escrita, sendo a leitura o outro da escrita, ou seja, a condição de possibilidade de sua materialidade na ordem do sentido. Logo, a produção de sentidos implica na apropriação do texto pelo leitor/escritor que imprime a sua singularidade na experiência da leitura/escrita através de gestos de interpretação. No entanto, essa singularidade tem ao mesmo tempo marcas de singularidade e de coletividade, uma vez que são marcas minhas enquanto sujeito, mas que foram sendo apreendidas nos contatos com os diferentes contextos sócio-históricos e ideológicos.

Assim, neste estudo proponho-me a olhar para a escrita dos adolescentes enquanto cicatriz, enquanto rastros das suas estruturas inconscientes. Ao mesmo tempo, procuro olhar para o processo de leitura dessa escrita como cartografia, procurando

identificar de que território existencial falam esses adolescentes, ou seja, em que contextos social, histórico e ideológico eles estão ancorados para produzirem certos efeitos de sentidos na escrita. Nesse sentido, reforço o meu trabalho enquanto analista de discurso que é o de analisar os mecanismos de produção de sentidos dos adolescentes na escrita e que efeitos de sentidos são produzidos a partir desses mecanismos.

Cartografando algumas cicatrizes da escrita: o equívoco, a ambiguidade, o lapso e o deslizamento de sentido -

O objetivo desta seção é construir uma cartografia de algumas cicatrizes construídas na escrita-mapa de alguns adolescentes.

O equívoco, segundo Leandro Ferreira (2000), pode materializar-se na língua de diferentes maneiras: pela falta, pelo excesso, pelo repetido, pelo parecido, pelo absurdo ou pelo ‘nonsense’. E esses processos ocorrem, ainda segundo a autora (ibidem), porque “a língua é um sistema sintático intrinsecamente passível de jogo. E dentro desse espaço de jogo, as marcas significantes da língua são capazes de deslocamentos, de transgressões, de rearranjos” (p. 108). E para abordar essas marcas significantes dos equívocos é preciso trabalhar no ponto em que cessa a consistência da representação lógica inscrita no espaço dos ‘mundos normais’ (PÊCHEUX, 1988), ou seja, enfocar os equívocos envolve olhar para a língua como lugar de possíveis desencontros entre o sentido e a sintaxe. Esses desencontros fazem questionar a autonomia da língua, uma vez que para a análise de discurso francesa, a construção de sentidos – o discurso – caracteriza-se por ser ao mesmo tempo lingüístico – o determinado e histórico – o indeterminado. E esse entrelaçamento do lingüístico com o histórico faz a língua ter uma autonomia sempre relativa, abrindo espaço para o jogo da língua, jogo entre o determinado e o indeterminado que faz emergir a heterogeneidade da língua (INDURSKY, 1992), mostrando a constituição histórica do sentido. E é esse jogo da língua que escapa à sistematização, jogo em que ocorre uma desordem das próprias regras dessa língua, que deve servir como observatório dos equívocos, confirmando através deles a natureza não-fechada da língua e a possibilidade constitutiva dessa língua, segundo Leandro Ferreira (2000), em “desconstruir sentidos, alterar sua direção e jogar com eles” (p. 118). Trago agora, um exemplo de equívoco extraído da escrita de um adolescente:

Nessa situação pode-se obter uma profunda interpretação com relação a importância dos padrões de peso, estipulados pela sociedade contemporânea. A forma da serpente naja, considerada uma das mais perigosas, construída pela fita métrica, utilizada na medição de partes do corpo humano como busto, cintura, quadril, faz uma singela comparação a gravidade do problema da obesidade, assemelhando-a com a serpente. [sic.] [ver anexo 2.10]

Na sequência discursiva acima, percebo a utilização, num primeiro momento do significante ‘profunda’ interpretação e logo em seguida a utilização do significante

‘singela’ comparação. Nesse caso, existe um jogo, uma quebra na expectativa do sujeito leitor, já que o adolescente inicia enunciando que obteve algo ‘profundo’ em relação à interpretação, para logo em seguida enunciar que a propaganda faz uma ‘singela’ comparação, jogando com sentidos opostos – profunda = de grande alcance, importante e singela = simples, inocente, revelando-se aqui a natureza dispersa da língua e do sujeito.

Já a noção de ambiguidade defendida neste estudo também remete à perspectiva discursiva de linguagem, e segundo Pêcheux & Fuchs (1997), constitui a atividade efetiva de linguagem que põe em jogo enunciadador, enunciatário e situação de enunciação. Assim, de acordo com Leandro Ferreira (2000), a ambiguidade passa a ser considerada como inerente a todo o discurso. Isso ocorre uma vez que um enunciado nunca é completo, está sempre sujeito a ser completado por toda uma série de complementos ou proposições. E é nessa abertura de possibilidades no enunciado que se encontra a ambiguidade. Esse olhar discursivo para a ambiguidade, fundamenta-se segundo Leandro Ferreira (ibidem) “na existência de contradições/conflitos psíquicos – posições dos sujeitos e sociais – determinações históricas, que são expressos por uma indeterminação latente. E esses sujeitos irão sempre, de acordo com Orlandi (1993), interpretar os sentidos em certa direção, “direção determinada pela relação da linguagem com a história” (p. 9). É importante mencionar que tais contradições/conflitos materializados na língua através da ambigüidade persistem e resistem, constroem e desconstroem sentidos, perturbam a ordem do sistema, driblam suas regras, ou seja, surpreendem a linguagem, apesar das tentativas da gramática em não percebê-los (LEANDRO FERREIRA, 2000). Essa relação entre linguagem e exterioridade sócio-histórica é fundamental já que é constitutiva do próprio discurso, fato que implica afirmar que a noção de ambiguidade restrita ao nível da língua/gramática não dá conta da indeterminação dos sentidos. Sem que a história incida sobre a língua não há como essa fazer sentido, isto porque, a partir do momento em que a língua significa, o sujeito também se significa, ou nas palavras de Orlandi (1996), ‘o sentido é uma relação determinada do sujeito com a história’ (p. 46). Exemplifico as considerações feitas sobre a ambiguidade, a partir da escrita de um adolescente:

Esta propaganda traz a ideia de modelo ideal de beleza, um padrão, também traz induzido de que estar acima do peso pode ser perigoso, sendo que a pessoa pode ter alucinações, como a fita métrica lembrando uma cobra, que é perigoso e traiçoeiro. [sic.] [ver anexo 2.18]

Aqui, percebo a ambiguidade revelada a partir do que se constitui para o adolescente como ‘perigoso e traiçoeiro’: a pessoa que tem alucinações ou a fita métrica lembrando uma cobra. Com essa ambigüidade, faz-se presente a latente indeterminação da língua e do sujeito.

A noção de lapso de escrita – *lapsus calami* – consiste em colocar outro fonema/ palavra no lugar da que se pretendia escrever. Freud em ‘A psicopatologia da vida cotidiana’ (1901) foi o primeiro a mostrar que o lapso tem uma significação oculta e deve ser relacionado com as motivações inconscientes de quem o comete. Freud (ibidem) afirma também que o lapso diz respeito em sua maioria à troca de significantes, sendo uma marca do sujeito do inconsciente. O lapso pode ser visto como uma idéia recalçada ou silenciada do que retorna, enviesada, por motivo de uma censura da ordem do consciente. De acordo com Maia (2006), “é como se houvesse a existência de duas linhas paralelas: uma referente à fala/escrita consciente e a outra referente aos pensamentos inconscientes, sendo que a primeira é determinada pela segunda. Em certo ponto, a segunda linha cria uma interferência modificando o trajeto da primeira, reencaminhando-a para além” (p. 167). Esse ‘para além’ na minha ótica, indica ‘para além’ das regras da língua/gramática, fazendo emergir nesse ‘além’, por entre a materialidade escrita, um sujeito desejante, deixando evidente um sentido-resto que escapa às regras dessa língua/gramática. Esse sentido-resto, evidenciado pelo lapso, torna-se crucial para o analista de discurso, pois revela que o sentido constitui-se historicamente e põe em movimento uma rede de filiações que perdura mesmo quando da escolha de um significante. Ainda para Maia (2006), o lapso “faz surgir na escrita do sujeito a própria marca ou reconhecimento da sua subjetividade, num movimento de escritura da história desse sujeito, que acaba por se fazer representar pela falha” (p. 209).

Meringer foi um dos primeiros filólogos a fazer um estudo sistemático dos lapsos e publicou, em 1895, aproximadamente 8.000 exemplos. Esse autor agrupou os lapsos em cinco categorias descritivas: (1) – transposição: como em ‘a Milo de Vênus’ em vez de ‘a Vênus de Milo’, (2) – permuta: como em ‘a dola de pênis’ em vez de ‘a bola de pênis’, (3) – antecipação: com em ‘lista linda’ em vez de ‘vista linda’, (4) – perseveração: como em ‘bela bainha’ em vez de ‘bela rainha’ e (5) – substituição: como em ‘ele volta no fim do ano’ em vez de ‘ele volta no fim do mês’ (THÁ, 2001). Dessas cinco categorias, as quatro primeiras dizem respeito a troca de fonemas. Meringer comentado por Thá (2001) procurou explicar esses lapsos pela diferença na intensidade

dos sons pronunciados, observando que os lapsos ocorrem usualmente na sílaba tônica e o padrão acentual da língua é sempre preservado. Já a última categoria, os lapsos de substituição, em que não há trocas de fonemas, mas sim de palavras, são tratados como ocorrendo por semelhanças de significados, ou por semelhança de significante. É importante mencionar que o resultado do lapso de não representa uma afirmação destituída de sentido, mas sim, relaciona-se de alguma forma com a afirmação pretendida. Ou seja, se o lapso de substituição apresenta uma semelhança de sentido entre as palavras trocadas, sempre há uma relação semântica entre as proposições envolvidas. Já se as palavras trocadas não apresentam necessariamente relações semânticas, as duas afirmações se obtêm como resultado do lapso, a pretendida e a efetivamente escrita, guardam entre si alguma relação de sentido (THÁ, 2001). Aqui, trago as palavras de Maia (2006), para quem “no trabalho de seleção de palavras, de escolhas para evitar que algo escape, é nesse momento que algo escapa, foge ao controle e se faz lapso” (p. 161).

A seguir, ilustro um caso de lapso, trazendo a materialidade escrita de um adolescente:

A fita métrica é como se foce um elevador, onde o peso/medidas sobem e descem. Como se foce uma cascavel (cobra) que põe medo nas pessoas. [sic.] [ver anexo 2.5]

O lapso identificado acima relaciona-se à escrita do ‘foce’ onde ocorreu uma permuta dos dois ‘s’ por ‘c’. Como analista de discurso, o meu objetivo é gerar possíveis gestos de interpretação para esta ‘falha’ da língua e do sujeito, ou seja, que sentidos inconscientes este adolescente deseja revelar na língua. Duas possibilidades me ocorrem: ‘foce’ como sentido de ‘foice’ = objeto cortante e ‘foce’ = fosso do elevador, por exemplo. Esses dois sentidos possíveis para esse lapso, remetem à seguinte reflexão: o que esta adolescente, inconscientemente, gostaria de cortar da sua vida? O subir e o descer das medidas revelados pela fita métrica? É importante mencionar aqui que uma outra possibilidade para a grafia do ‘foce’, encontra-se na não apreensão da ortografia do ‘fosse’ por parte desse adolescente.

Já o deslizamento de sentido, segundo Pêcheux (1969) acontece quando dentro de uma realização de linguagem, dois ou mais elementos podem se substituir mutuamente. Ou ainda, de acordo com Mariani (2004), ao falar/escrever, o sujeito se mostra em sua inserção na história e, simultaneamente, em um percurso já feito na língua, podendo ocorrer aí, um deslizamento de significados sob os significantes. Quando pensamos na linguagem sob a perspectiva discursiva, é difícil traçar limites

claros entre o mesmo e o diferente. Logo, o funcionamento discursivo ocorre na tensão entre o mesmo – processos parafrásticos e o diferente – processos polissemicos. Segundo Orlandi (1999), os processos parafrásticos são os que mantêm algo em nosso dizer – o dizível, a memória. Por isso, pode-se afirmar que a paráfrase está ligada à estabilização. Já a polissemia, ainda de acordo com Orlandi (ibidem), envolve o deslocamento, a ruptura de processos de significação. “E é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já-dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, (se) significam” (ORLANDI, p. 36). Reforço aqui, a ideia de incompletude como condição da linguagem para uma perspectiva discursiva, uma vez que nem os sujeitos, nem os sentidos encontram-se fechados/completos. Logo, é na relação conflituosa entre paráfrase e polissemia que existem os sujeitos e os sentidos. Daí dizermos, segundo Orlandi (1999), que os sujeitos e sentidos sempre podem ser outros, [sempre podem deslizar] dependendo de como são afetados pela língua e de como se inscrevem na história, ou seja, dependendo de como trabalham e são trabalhados pelo jogo entre paráfrase e polissemia.

Agora, como exemplo de deslizamento de sentido, trago a escrita de um adolescente:

O termo ganhar peso provoca alucinações é ridículo, não tem porque dessa afirmação. Quer dizer que quem engorda vai ficar louco até voltar o peso da ditadura. [sic.] [ver anexo 2.2]

O deslizamento de sentido identificado na sequência discursiva acima envolve o significante ‘ditadura’, já que o adolescente faz deslizar o sentido desse significante de uma forma de se governar autoritariamente uma sociedade para uma forma de se governar autoritariamente o corpo. Ou seja, percebo que o sujeito adolescente promoveu um movimento, uma tensão no funcionamento do significante ‘ditadura’ entre o mesmo [historicamente, uma forma de se governar autoritariamente] e o diferente [não mais uma sociedade, mas um corpo]. E é esse movimento, essa tensão entre o mesmo e o diferente que fazem o sentido de ‘ditadura’ deslizar.

A partir das noções de equívoco, ambiguidade, lapso e deslizamento e sentido discutidas acima, continuo analisando ao longo deste estudo como essas cicatrizes revelam-se na escrita dos adolescentes, produzindo diferentes efeitos de sentido. É relevante mencionar que esses efeitos de sentido produzidos pelos sujeitos adolescentes a partir das suas escritas marcam suas diferentes posições-sujeito em relação à peça publicitária em questão. Ou seja, é na e pela linguagem, mais precisamente através de diferentes gestos de interpretação que construímos sobre o mundo que nos cerca, que

(re)velamos as nossas filiações sócio-históricas e ideológicas e nos colocamos em lugares nesse mundo: lugares nunca neutros, sempre ideológicos.

Adolescente: quem é esse sujeito?

O conceito de adolescência, segundo Alberti (1999), remete ao “paradigma dos impasses do sujeito diante da confrontação com a impossibilidade de relação de completude entre os sexos” (p. 13). Ou ainda, de acordo com Alberti (ibidem):

a partir do momento em que o sujeito, saído da infância, se depara com o real do sexo, a puberdade é o próprio encontro (...) traumático, com esse real. O real do sexo é por definição algo que jamais poderá ser totalmente simbolizado, deixando o sujeito, ‘sem palavras’ (p. 26).

Observando os conceitos acima, três significantes chamam-me a atenção: confrontação – impossibilidade – completude. A meu ver dois desses significantes, impossibilidade – completude, relacionam-se com o conceito de sujeito no geral, uma vez que os registros do real – simbólico – imaginário remetem à tríade que envolve todos os sujeitos na sua relação com a linguagem. O real envolvendo a falta que é constitutiva do sujeito, o simbólico relacionando o sujeito envolvido na/pela linguagem e o imaginário remetendo à ilusória tentativa de preenchimento do real por parte do sujeito. Já o significante ‘confrontação’ muito relaciona-se a meu ver com a adolescência. De acordo com o senso comum, o significante ‘confrontação’ envolve ficar frente a frente com. Logo, pode-se dizer que a adolescência remete a ficar frente a frente com a impossibilidade de completude entre os sexos, ou seja, com o real entre os sexos, ou segundo Alberti (1999), ser adolescente literalmente significa ‘cair na real’, ou em outras palavras, iniciar o processo de confrontar-se com o real, com a falta que constitui tanto a linguagem/os sentidos quanto os sujeitos, e principalmente, a sua própria incompletude enquanto sujeito adolescente. Ainda de acordo com Alberti (2008), a adolescência também envolve um longo trabalho de elaboração da falta no Outro, sendo que esse Outro aqui consiste, segundo Lacan (1985), na referência a uma alteridade, ou seja, afirmar a presença de um Outro envolve uma noção de eu diferenciado. E esse trabalho de elaboração pelo qual atravessa o sujeito adolescente, envolve perceber que o Outro relacionado em um primeiro momento aos pais não pode tudo, é incompleto, barrado, o contrário do que a criança ainda acreditava por estar alienada a esse Outro. Segundo Alberti (2008), conseguir suportar este desamparo fundamental, esta separação, é um longo trabalho de elaboração do sujeito adolescente. E ainda, de acordo com Alberti (ibidem):

por mais que haja esse desamparo fundamental, por mais que o sujeito não tenha outra garantia para sua existência além da garantia simbólica, é possível vir a fazer alguma coisa, fazer

acontecer. E só é possível fazer alguma coisa efetivamente quando já não se espera que o Outro o faça (...) não demandando um reconhecimento do Outro no lugar de assumir seu próprio desejo de modificar algo na realidade. Ou seja, para se exercer como um sujeito desejante é preciso poder se separar (p. 24-25).

A partir das considerações acima acerca do conceito de adolescência, o foco desta pesquisa é analisar como este sujeito particular – o adolescente – constrói gestos de interpretação, na escrita, sobre as relações corpo, mídia e sociedade, tendo como ponto de partida, uma peça publicitária que explora o corpo (ver anexo 1). Da mesma forma, este estudo propõe-se a perceber na escrita, as marcas do funcionamento, do (inter)cruzamento dos registros psíquicos – real, simbólico e imaginário – desse sujeito adolescente, ou seja, como acontece o funcionamento desses três registros para o adolescente. Para tanto, o conceito de adolescência defendido neste estudo, vincula-se à perspectiva psicanalítica uma vez que o olhar que tal perspectiva tem sobre a adolescência, muito dialoga com o conceito de sujeito discutido pela análise de discurso francesa. Para a psicanálise, a adolescência é desvinculada de qualquer delimitação do período de idade ou de certas características engessadas. Para Oliveira (2002), ser adolescente envolve uma tomada de posição subjetiva, ou nas palavras de Jerusalinsky (2002), uma particular posição do sujeito, ocorrendo aí, uma mudança no endereçamento das produções subjetivas: em um primeiro momento aos pais, e agora alterando-se para o social na medida em que o adolescente é convocado por esse social a fazer laço, o que de acordo com Krueh (2007), envolve “as formas de articulação do campo do sujeito com o campo do Outro” (p. 110). Oliveira (2002) entende que esse trabalho psíquico que envolve a adolescência decorre da necessidade, para o sujeito, de agir frente à pulsão – pulsão é entendida como as diferentes demandas de amor endereçadas ao Outro e vindas do Outro – cf. Maria Helena Martinho, no seminário ‘Demanda e Desejo’, realizado em Joinville/SC, em outubro de 2006 – logo, segundo Costa (2004), a pulsão é fundamentalmente uma construção social, que ocorre a partir do constante refazer dos nossos orifícios: o olhar, a boca o ouvido. Este agir do adolescente diante da pulsão envolve segundo Oliveira (ibidem), uma tomada de posição sexuada frente ao Outro, posição essa que é de ordem discursiva. Logo, se é a linguagem que determina a sexualidade do sujeito, pode-se dizer que um menino não se reconhece como menino porque biologicamente nasce com um pênis, geralmente ele é reconhecido como menino pelo Outro, ou seja, há o desejo do Outro que faz dele um menino (ALBERTI, 1999). É então, na tomada da palavra que o “sujeito adolescente buscará encontra-se com um olhar capaz de apressar a determinação da sua atividade

pulsional” (OLIVEIRA, 2002, p. 30), sendo aí que reside o trabalho psíquico da adolescência. Torossian (2007) citando Rassial, afirma que a adolescência pode ser compreendida como:

uma pane subjetiva, relacionada ao olhar e ao reconhecimento social; ao questionamento e denúncia da falta de eficácia simbólica e à relação genitalizada ao outro (...) sendo que essa pane coloca o sujeito numa posição ‘entre’ autoridades, ‘entre’ olhares, denunciando que ainda há significações a fazer (p. 128-134).

Segundo Oliveira (2004), o adolescente, no geral, age de maneira especular ao contexto social no qual pretende se inserir – quem é este Outro? O que quer este Outro? O questionamento da ordem parece por vezes refletir o estado em que se encontra sua própria [des]organização psíquica. Assim, de acordo com Oliveira (ibidem), seus questionamentos podem ganhar as características de denúncia, com o que essa tem de infantil – não sei o porquê da minha denúncia, mas o que importa é que estou denunciando. É assim também que o questionamento adolescente da ordem estabelecida pode apenas reclamar por uma outra ordem, sem que os princípios ordenadores de uma ou de outra sejam colocados em questão. Assim, o que importa para o adolescente é questionar, não importando muito o porquê do questionamento. Na adolescência, sujeito e objeto tendem a ser definidos com base em critérios especulares, ou seja, “a partir de um tempo de indefinição do sujeito e do objeto de uma certa ação, e em função do estado de angústia favorecido pela condição de desamparo própria desse tempo, dá-se a busca de certos traços da percepção, cuja erotização permitirá que um ou outro sejam situados” (OLIVEIRA, 2004, p. 120). É relevante perceber que a escolha dos traços a serem desejados e erotizados nessa ocasião pode corresponder à busca de uma definição ideal ou imaginária, seja do sujeito, seja do objeto. Na infância o esforço está concentrado na definição do sujeito, que é principalmente o adulto, na relação com o qual a criança tenderá a construir uma posição de objeto. Na adolescência, a prioridade está em definir o objeto, a partir de uma tomada de posição subjetiva. Esse esforço do adolescente em definir o objeto, sobretudo o sexual, implica a sua afirmação própria como sujeito. De fato, sujeito e objeto, definem-se ao mesmo tempo, a partir de uma tomada de posição discursiva do adolescente. Assim, ainda segundo Oliveira (2004), considerando a adolescência como momento de afirmação subjetiva, percebe-se que ela implica certa ‘pressa’ por parte dos adolescentes, em formular proposições constitutivas do objeto. Essa ‘pressa’ deve-se à necessidade de uma definição de um objeto e de um posicionamento subjetivo apropriado para encurtar a duração do estado de angústia que

caracteriza o tempo da indefinição. Dessa forma, a adolescência segundo Rassial citado por Rosa Junior (2006), envolve novas identificações, pois “o olhar e a voz a ele endereçados não são mais os olhares dos pais, mas o olhar e a voz do semelhante que percebe as transformações no seu corpo e interroga a sustentação da sua sexualidade” (p. 38-39). Assim, de acordo com Calligaris (2000), a adolescência é produtora de um grande desamparo, jogando o adolescente na angustiante questão: o que o Outro deseja de mim? Vejo que este momento é de intensa complexidade e tensão para o sujeito adolescente uma vez que envolve, de acordo com Jerusalinsky (2002), um período de convergência de todas as formas do ideal. Logo, pergunto:

- Como o adolescente lida com este ‘imaginário’/ideal uma vez que o ‘real’/o não-um/o ser-em-falta insiste em se fazer presente, convocando o sujeito adolescente a confrontar-se com esta realidade?
- Como ele age na e pela linguagem escrita/‘simbólico’ diante da mídia e da sociedade que muitas vezes enfatizam um ideal de corpo/ ‘imaginário’?
- Como ele age diante do ‘real’ do corpo⁶, do seu corpo, que é atravessado tanto pelo desejo de completude, de satisfação – de um certo peso e de certas medidas – quanto pela falha, pelo que escapa, pelo impossível de ser completado no seu corpo?

A partir das perguntas acima, lanço uma outra questão: como é possível refletir sobre a questão da identificação do sujeito adolescente? Para procurar responder essa pergunta, aponto os principais fundamentos que envolvem a defesa de uma identidade plural para o sujeito [adolescente]. Início pontuando algumas diferenças no que diz respeito ao olhar para a questão da identidade para duas concepções de sujeito: o sujeito do iluminismo e o sujeito contemporâneo.

Segundo Hall (2002), o sujeito do iluminismo baseava-se no conceito de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro consistia num núcleo

⁶ Neste estudo o corpo é tomado, de acordo com Leandro Ferreira (2011), “como materialidade discursiva que se constrói pelo discurso, se configura em torno de limites e se submete à irrupção da falta que lhe é constitutiva” (p. 95). O ‘real do corpo’ é o corpo que mesmo sendo investido de simbolizações, de ideais de completude, é um corpo constitutivamente em falta, em falha. Logo, é um corpo que escapa à simbolização, ao imaginário. Eis a inquietação do corpo do sujeito adolescente: descobrindo-se um corpo impossível de ser completado.

interior, que emerge pela primeira vez quando o sujeito nasce e com ele se desenvolve, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico a ele – ao longo da existência do indivíduo” (p.10-11). No entanto, essa identidade totalmente unificada, completa, segura e coerente é uma ilusão, uma vez que para o sujeito contemporâneo, a identidade é tratada a partir da fragmentação, do deslocamento e do descentramento do sujeito; não como fixa, mas móvel, e, além disso, híbrida, heterogênea e constituída na e pela alteridade. Logo, posso afirmar que a identidade para o sujeito contemporâneo é construída historicamente, e não biologicamente, existindo dentro de nós, “identidades contraditórias, empurrando em diferentes posições, de tal modo que nossas identificações encontram-se constantemente deslocadas” (HALL, 2002, p. 13). Essa noção de identidade sempre cambiante para o sujeito contemporâneo faz com que Coracini (2004) utilize o termo identificação ou processos identitários, por serem caracterizados pela não fixidez, pois se considerarmos que a identidade não é fixa, ela é um processo em constante movimento e (re)construção.

A partir das considerações acima, retomo um dos meus objetivos neste estudo que é analisar, como o sujeito adolescente monta o quebra-cabeça-sempre-incompleto da(s) sua(s) identificação(ões) tendo como suporte para a esta montagem a materialidade escrita e fazendo uso das peças que tem disponíveis: peças sempre fragmentadas, dispersas e contraditórias entre si, ou seja, peças que envolvem o seu contexto sócio-histórico-ideológico.

Adolescência e corpo -

Como discuti na seção anterior, a adolescência é primordialmente marcada por um trabalho psíquico de transição em que a definição de limites entre os lugares infantil-adulto, casa-rua, dependência-independência, família-social, torna-se questão norteadora para o sujeito, uma vez que o sujeito adolescente é convocado pelo social a fazer laço (COSTA, 2004), ou seja, convocado a encontrar formas de articulação do campo do próprio sujeito com o campo do Outro. Ou ainda, segundo Lerude (2009), a adolescência pode ser conceituada como “um processo de mutação subjetiva, que se situa na conjunção do indivíduo e do coletivo, do psíquico e do social” (p.12). Da mesma forma, segundo Rassial (1997), na adolescência se opera um deslocamento do campo da pulsão, já que o sujeito põe em destaque sobre o seu próprio corpo os objetos parciais equivalentes aos objetos do campo do Outro e reivindica o seu crescimento pela apropriação de objetos que têm função de fetiches⁷ – como o barbeador, o sutiã. Vejo como importante mencionar aqui, que esta temporalidade chamada de adolescência põe à prova o corpo do outro sim, mas da mesma forma põe à prova as diferenças sexual, social, racial e cultural desse outro (LERUDE, 2009). Pensando na questão do corpo, percebo uma relação de confusão entre o corpo do adolescente e o corpo do outro, pois de acordo com Rassial (1997), o corpo do outro aparece como um objeto sobre o qual os diferentes julgamentos estéticos afluem, produzindo um retorno do narcisismo, oscilando entre a afirmação de unicidade, de originalidade e a exigência de ser reconhecido como semelhante aos outros. Aqui, tem-se o corpo como elemento paradoxal para o sujeito adolescente: ao mesmo tempo em que ele exige originalidade em relação ao seu corpo, também exige semelhança ao corpo dos outros. As duas relações discutidas acima, a de confusão e a de paradoxo, nada remetem segundo Rassial (ibidem) a uma ignorância do adolescente. Ao contrário, é um saber em demasia, mal recalcado, não esquecido que está em jogo e que agitam esse sujeito e perturbam o seu meio. Mas se esse saber aparece sob algum aspecto é porque ele constitui-se saber dos limites, da incompletude, da incoerência dos discursos socialmente dominantes. A adolescência, mais do que um feliz momento de total

⁷ De acordo com Tiscar (2009), o fetiche substitui o órgão faltante (o pênis primitivo que as crianças acreditam que suas mães possuem). O fetichista encontra prazer no fato da mulher ser ao mesmo tempo castrada e não castrada e de o homem também poder ser castrado. O objeto de fetiche funciona como mecanismo de defesa que visa destruir a prova da castração e, por consequência, a angústia da castração.

irresponsabilidade, envolve o quadro representativo das fronteiras entre o dentro e o fora, entre o subjetivo e o social. Nesse sentido, é o próprio movimento de ultrapassar a borda de um espaço a outro – da subjetividade à cultura, da família ao social – que constitui um limite entre eles, demarcando-os como lugares distintos. Como uma passagem, a adolescência envolve ao mesmo tempo um questionamento em relação à submissão aos desejos do Outro e com isso a construção de um sujeito desejante, que nasce da própria falta:

se inicialmente a criança está localizada no desejo da mãe, pois com ela o bebê vive suas primeiras relações com o mundo externo, formando uma relação dual, o fato de ela nem sempre estar presente leva a criança a reconhecer um terceiro na história, o pai. A criança entende que se a mãe não a atende é porque está com o pai. Logo, o pai passa a ser um rival na relação com a mãe, porém ao mesmo tempo, por apontar para uma falta, aquela que a criança percebe na mãe e não pode preencher, abre para a criança, a possibilidade de procurar equivalências, necessariamente simbólicas. Assim, o sujeito do desejo nasce da própria falta (ALBERTI, 1999, p. 142).

No entanto, como responde o corpo do sujeito adolescente a este movimento dialético entre questionar – construir? Pode-se dizer que o corpo para o adolescente torna-se um Outro, um estrangeiro na adolescência, ou nas palavras de Haim citado por Alberti (1999):

o adolescente tem que refazer o reconhecimento que tem de seu corpo, o qual se tornou um desconhecido para ele, primeiro por lhe proporcionar novas sensações, sobretudo genitais, e pela modificação (...) das dimensões, dos limites de seu envelope corporal, associando assim um sentimento de desconhecido dos dados corporais genitais (...). O adolescente na realidade tem medo de seu corpo e não sabe dele se servir, o que provoca a angústia e o receio de cometer faltas para com o proibido e indica a fundamental importância do complexo de castração⁸ nessa fase (p. 20).

Segundo Lerude (2009), o sujeito “adolescente deverá subjetivar sua posição sexuada de homem ou de mulher, precisamente quando a figura (geralmente dos pais) que tinha podido representar a autoridade para a criança encontra-se destituído deste lugar, ou pelo menos perde seu crédito” (p. 12), através da separação. Logo, o que está em jogo na adolescência é poder se tornar autor da sua própria fala com as palavras que são do Outro. Aqui, reaparece uma questão já discutida e que para mim marca um conceito de adolescência: uma crise – pois ao mesmo ao tempo em que o adolescente

⁸ Segundo Alberti (1999), o complexo de castração surge “da observação pela criança de que uma parte dos seres vivos tem um órgão e que outra parte não tem. Se o sujeito é menino e faz essa observação, ele passa a ter medo de perder o tal órgão; se o sujeito é menina, provavelmente passa a fabular que o tiraram ou que, por culpa de alguém, normalmente da mãe, não nasceu com ele” (p. 147).

demanda originalidade em relação ao seu corpo, ao seu discurso, não consegue libertar-se totalmente do corpo do Outro, do discurso do Outro. E por falar em crise, retomo as palavras de Alberti (1999) quando diz que:

se existe crise de adolescência, ele existe porque o sujeito humano é um sujeito em crise, e essa crise se dá pelo fato de que, como diz Lacan, a sexualidade, muito antes de fazer sentido, faz furo no real. (...) A crise na adolescência se dá no encontro com o sexo, porém esse encontro é muito mais um desencontro do que uma tendência à harmonização (p. 100).

A sexualidade atravessada pela adolescência é marcada pelo mal-estar resultante do registro da falta, do desencontro, da desilusão. Segundo Garritano & Sadala (2010), o adolescente no encontro com o real do sexo procura tomar gradativamente em suas próprias mãos a responsabilidade de seu ato. O ato requer autoria e autoridade; corresponde a um fazer; propicia uma criação; e dele decorre uma responsabilidade a ser construída pelas escolhas feitas. Ainda de acordo com as reflexões de Garritano & Sadala (2010):

“o que pensar como efeitos para o sujeito adolescente considerado como ser-para-o-sexo, numa sociedade que tende a colocar o sujeito no lugar de consumidor? O que pensar a respeito dos adolescentes que se apresentam como consumidores de beijos e de sexo? Por que a contabilização passa a ser prioritária?” (p. 58).

Nas situações em que o adolescente ocupa o lugar de consumidor, passa a ser guiado pela lógica do consumo e os objetos tomados para sua satisfação pulsional assumem o estatuto de mercadoria. A mercadoria está ligada à quantificação e se, o objeto é colocado como uma mercadoria, o que importa é a sua contabilização. Assim, são contabilizados todos e tudo: as pessoas com quem se ficou, os beijos numa noitada e as latas de cerveja ingeridas. Segundo as autoras acima, o sujeito adolescente, no entanto, pode escapar do comando do consumo. Sabendo-se da interdependência entre desejo e pulsão e concebendo-se a variabilidade dos objetos para a satisfação pulsional, tem-se a possibilidade de escolhas para além do consumo. É possível que o sujeito adolescente faça escolhas em função de sua condição de sujeito do desejo, de seu ‘ser-para-o-sexo’. Reconhecer-se como ‘ser-para-o-sexo’ implica, segundo Garritano e Sadala (2010), o reconhecimento da castração e do desamparo, ou seja, de um sujeito marcado pela incompletude, de um ser-em-falta. Considerada como um processo de elaboração da castração, da falta no Outro, de perdas e de escolhas, a adolescência é um processo que tem como movimento fundamental o desligamento da autoridade dos pais – de uma posição em que o adolescente é tido e se tem como objeto e a tentativa de assumir uma posição subjetiva – em que o adolescente é visto e se vê como sujeito que escolhe

objetos. Esse movimento é apontado por Garritano & Sadala (ibidem) como o principal e mais doloroso trabalho psíquico a ser realizado na adolescência.

Desde a antiguidade a questão do corpo ocupou e continua a ocupar um espaço de reflexão. Dúvidas e questionamentos norteiam o pensamento humano a respeito dos mistérios que envolvem o corpo. A fragilidade da vida e a finitude do corpo, tão bem descritas por Freud (1997) em seu texto ‘O mal-estar na civilização’, comprovam o quanto o homem se inquieta frente às questões corporais. A adolescência é um tempo onde o corpo passa a ocupar um lugar de destaque. Mas por quê? Porque o corpo idealizado da infância escapa, tornando-se um verdadeiro estranho e o adolescente deverá suportar as múltiplas transformações de sua imagem. Tais transformações envolvem um ato doloroso onde o corpo, além de desconhecido, torna-se fonte de angústia e inquietação na apropriação da nova imagem. Assim, o adolescente por ter que fazer o luto do corpo infantil e não se reconhecendo ainda em um corpo adulto, vive, segundo Rosa Junior (2006), uma certa androgenia que lhe produz uma certa dificuldade de se apropriar de seu próprio corpo. Isso ocorre pela relativa incapacidade de reconhecer esse corpo enquanto seu, o que lhe causa um estranhamento de sua nova imagem. De acordo com Calligaris (2000), o adolescente se olha no espelho e se acha diferente, pois já não possui mais a graça infantil que, em nossa cultura, parece garantir o amor incondicional dos adultos. Sem mais possuir as características angelicais da infância, e ainda não possuidor das características que podem inclui-lo no mundo dos adultos, o adolescente irá deparar-se com um forte sentimento de insegurança:

parado na frente do espelho, caçando as espinhas, medindo as novas formas de seu corpo, desejando e ojerizando seus novos pêlos ou seios, o adolescente vive a falta do olhar apaixonado que ele merecia enquanto criança e a falta de palavras que o admitam como par na sociedade dos adultos. A insegurança torna-se assim o traço próprio da adolescência (CALLIGARIS, 2000, p. 25).

A adolescência, por sua própria estrutura, é uma vivência da insuficiência, onde o vazio, a castração e o não-sentido tornam-se ameaçadores frente às incertezas, rupturas e lutos que necessita viver. Na busca de um novo saber, de uma outra posição subjetiva, o adolescente deverá abandonar sua posição infantil em direção à posição subjetiva de adulto. De acordo com Garritano & Sadala (2010), “frente ao desligamento dos primeiros objetos de amor intensificam-se as questões corporais, pela metamorfose experimentada na busca de ressituar-se como sujeito da linguagem e reordenar suas vivências tanto reais como imaginárias” (p. 61). Assim, a adolescência torna-se um

tempo crucial da constituição do sujeito em relação às referências simbólicas da cultura na qual está inserido. E quais são as referências simbólicas na cultura contemporânea em relação ao corpo? O corpo é endereçado ao olhar do Outro, e esse olhar pode servir como suporte capaz de ofertar um solo fértil para suas realizações ideais, realizações que permitirão ao adolescente ultrapassar os muros do narcisismo, do eu ideal, com a emergência do ideal de eu, ou seja, o ‘eu’ comprometido e empenhado em ter de ser/fazer/cumprir determinadas demandas do Outro para ter o seu corpo amado, reconhecido e aprovado por esse Outro.

O mundo contemporâneo tem como um de seus referenciais o corpo em evidência. O corpo é colonizado, explorado, escravizado pela mídia e tido como objeto em nome do poder econômico, tornando-se uma mercadoria de grande valor de troca ou como um capital, segundo Goldenberg (2007). A cultura do corpo, altamente impregnada de valores narcísicos, está associando o adolescente e seu corpo como paradigma ideal. A cultura na qual o sujeito adolescente irá consolidar seus ideais encontra-se profundamente marcada pelo hedonismo, fazendo o adolescente mergulhar em um campo simbólico marcado prioritariamente pelo registro do imaginário [através de peças publicitárias, por exemplo] que faz de seu corpo o próprio ideal. Atualmente, há um mundo midiaticizado pelo poder da imagem. O conjunto de imagens midiáticas focaliza o adolescente como um consumidor em potencial, aprisionando seu desejo em nome do capital. De acordo com Calligaris comentado por Rosa Junior (2006), a adolescência é uma das formações culturais mais poderosas de nossa época, pois a modernidade, ao promover o ideal de liberdade, de autonomia, “encontra no adolescente um forte representante desses ideais, por ele vivenciar um momento no qual é convocado a posicionar-se sexualmente e a ensaiar os primeiros passos em busca de sua independência financeira” (p. 36). Posso afirmar, nesse sentido, que a mídia, aproveitando-se desse momento de questionamentos do sujeito adolescente, quer ser a partir de uma lógica capitalista e do consumo, o lugar do amparo, da não-falta. É como se a partir das diferentes peças publicitárias veiculadas socialmente, a mídia estivesse dizendo: ‘se estás infeliz, consoma o produto X que ficarás feliz’.

Considerando a adolescência um tempo de organização que exige novas identificações, escolhas frente à vida e elaboração da falta, do não-todo, constata-se a necessidade de inscrições pulsionais saudáveis, de ancoragens simbólicas, ou de acordo com Garritano & Sadala (2010) “o simbólico vem povoar de representantes o corpo afetado pela linguagem, possibilitando trocas e negociações” (p. 60) e não apenas de

ancoragens imaginárias que segundo as autoras “fazem nascer o eu, frutos do espelho, lugares do logro e das armadilhas” (p. 60).

Logo, resgato um dos objetivos deste estudo que é analisar como se (re)velam alguns elementos que marcam a crise da adolescência discutidos acima, ao ter os sujeitos adolescentes simbolizando na escrita, discursos sobre Outros: o corpo, a mídia e a sociedade.

Discurso publicitário e sociedade na contemporaneidade -

Segundo Carvalho (2006), falar em linguagem publicitária evoca quase sempre a palavra ‘manipulação’. De acordo com o senso comum, o significante manipular envolve influenciar/controlar para seguir comportamentos e interesses. Nesse sentido, o papel do discurso publicitário é, segundo Hansen (2009), ‘de criar ideias capazes de convencer determinado público-alvo, estimulando-o à aceitação de valores e, por seu intermédio, conduzindo às mercadorias/bens materiais e simbólicos ofertados’ (p. 23). Esse papel vem se configurando como mola mestra das mudanças observadas nas diferentes esferas do comportamento humano na sociedade contemporânea, ocidental e industrializada. Logo, não pode ser refutada a importância social da publicidade, uma vez que ela invade nosso universo visual sem pedir licença, sendo detentora de um alto poder de persuasão. Embora nem todas as peças publicitárias surtam o efeito desejado por quem as solicita, a onipresença da publicidade comercial na sociedade de consumo, cria um ambiente cultural próprio, um sistema de valores. Em se tratando da publicidade comercial, como é o caso deste estudo, no qual está sendo discutida uma peça publicitária de um SPA (ver anexo 1), existe a exploração do universo dos desejos – a partir de diferentes recursos estilísticos, recursos esses muitas vezes sedutores, no caso deste anúncio, utilizando o elemento não-verbal (uma fita métrica no formato de uma serpente) integrado ao enunciado “Ganhar peso provoca alucinações” – fazendo com que um certo público adquira o produto anunciado, nesse caso específico, frequente o SPA anunciado. Isso ocorre, de acordo com Hansen (2009):

por a publicidade estar historicamente ligada ao sentido de tornar [algo a ofertar] público, de informar a população sobre os bens de consumo. Essa função da publicidade se deve a variedades de ofertas de bens e serviços e a necessidade de diferenciá-los uns dos outros perante o público consumidor. Entretanto, a publicidade extrapolou a simples caracterização racional, objetiva e concreta a respeito dos produtos anunciados para incorporar um tom ficcional, persuasivo e sedutor, trabalhando com as expectativas e, essencialmente, valores do público e não apenas da mercadoria (p. 24).

Carvalho (2006) levanta três principais recursos materializados na publicidade: (1) o da ordem, que procura fazer o sujeito agir – “Beba Coca-Cola”, (2) o da persuasão, que instiga o sujeito a crer/ a acreditar – “Só Omo lava mais branco” e (3) o da sedução, que leva o sujeito a buscar prazer – “Se algum desconhecido lhe oferecer flores, isto é Impulse”. Essas diferentes materializações podem ocorrer na publicidade a partir de

recursos linguísticos próprios – fonéticos, léxico-semânticos e morfossintáticos – com o objetivo de impor certos valores, ideais e outras elaborações simbólicas. Os recursos fonéticos podem envolver a evocação de ruídos [onomatopéias], motivação sonora [aliteração, assonância]. Os recursos léxico-semânticos podem remeter à criação de termos novos, deslizamentos de sentidos, utilização de provérbios. Já os recursos morfossintáticos podem ocorrer a partir de flexões diferentes, relações novas entre elementos do enunciado. É relevante reforçar que, independente da materialidade linguística utilizada na publicidade, o seu grande objetivo é cultivar a ideia que “possuir os produtos anunciados é sinônimo de alcançar a felicidade, que tais produtos proporcionam a salvação dos sujeitos, representando bem-estar e êxito. Sem a auréola que a publicidade lhes confere, seriam apenas bens de consumo, mas mitificados, personalizados, adquirem atributos da condição humana” (CARVALHO, 2006, p. 12-13). Para atingir o objetivo acima, a publicidade adota procedimentos de vanguarda, visando provocar interesse, informar, convencer e, finalmente, transformar essa convicção no ato de comprar o produto anunciado. De acordo com Carvalho (2006), De Plas & Verdier descrevem o processo publicitário em cinco etapas: (1) impacto fisiológico – que envolve a escolha do meio [lugar, visibilidade, legibilidade e audibilidade] na qual a peça publicitária será exposta, (2) impacto psicológico – que remete ao efeito surpresa, ao despertar do interesse do público em relação à propaganda, (3) manutenção da atenção – que envolve a reação mnemônica [diferentes técnicas para a retenção da propaganda na memória do público por meio de processos de combinação e associação de idéias], (4) convencimento – desenvolvimento de estratégias de credibilidade em relação ao produto anunciado e (5) determinação de compra – remete ao fim último da propaganda, que busca manter o público por meio da persuasão e da sedução. Em sua interação com o público, a linguagem publicitária caracteriza-se pelo reforço do individualismo. Ao concentrar o público em si próprio, está dizendo que o que interessa é a sua roupa, a sua casa, a sua saúde, o seu corpo. A publicidade tem o objetivo de persuadir o sujeito a realizar uma ação predeterminada – adquirir o produto anunciado – e para isso utiliza uma linguagem muitas vezes autoritária, imperativa, como é o caso da peça publicitária em questão, a qual traz como enunciado de chamada a afirmação: ‘Ganhar peso provoca alucinações.’

Em termos de peças publicitárias, o anúncio [em jornal ou revista] ocupa um lugar de destaque por se basear no texto verbal que exerce a função de direcionar o sentido da imagem. O anúncio constitui o canal de publicidade por excelência,

estabelecendo uma ligação direta entre a oferta [eu tenho] e a procura [o que te falta]. Há uma diferença substancial entre o público-leitor de cada veículo: o público do jornal é mais generalizado, incluindo diferentes faixas etárias, sociais, econômicas, grupos de interesse, enquanto a revista tem um público-leitor diferenciado e específico. A Revista Uma, por exemplo, da qual foi selecionada a peça publicitária que faz parte deste estudo, já traz em seu nome a marca que remete ao público-leitor desejado: o feminino – ‘UMA’ e a partir da leitura do início do editorial do número 72 da revista (2006), percebo um reforço em relação a esse público-leitor desejado: “Conquistar um homem até que é fácil, já segurar essa relação exige um pouquinho mais de talento”, além das inúmeras imagens ao longo da revista que remetem ao público feminino.

Pensando ainda nas peças publicitárias, posso afirmar que a publicidade legitima uma relação de poder, pois apresenta para a população os bens de consumo de uma sociedade capitalista, reafirmando, legitimando e tornando desejável o papel de consumidor para a sociedade. O discurso publicitário aparece então, de acordo com Carvalho (2006), como um dos instrumentos de controle social e para que essa função seja [bem] realizada, simula uma relação de igualitarismo, remove as marcas de poder, substituindo-os por uma linguagem de sedução, por uma relação de falta-desejo-aquisição junto ao seu público-leitor. Existem três vias para que o discurso publicitário possa cumprir as funções acima, de acordo com Carvalho (ibidem): a via psicológica, a via antropológica e a via sociológica. A via psicológica revela que a eficácia publicitária acontece através do jogo de palavras que proporciona prazer ao público-leitor. Já a via antropológica envolve o jogo simbólico dos significantes já que reaviva arquétipos ocultos, de tal modo que um verbo pode gerar sentidos por parte do público-leitor que induzem à compra. E a via sociológica parte do fato de que, não se dirigindo a ninguém em especial, atribui a cada sujeito a ilusão de que a peça publicitária dirige-se a ele individualmente, e ao mesmo tempo, o faz sentir-se membro de uma *pólis*. Logo, o discurso publicitário serve à dupla ilusão de comunhão íntima no interior de uma mesma sociedade e da incomparável singularidade do sujeito. E segundo Ramalho e Oliveira (2005), essa ilusão que a publicidade [pode] causa(r) no sujeito, acontece a partir de uma linguagem híbrida, que se apropria, no mínimo de dois sistemas comunicacionais: o verbal e o visual. E essa linguagem híbrida da publicidade, pode transformar um simples relógio em jóia, um simples carro em símbolo de prestígio, ou como no caso da peça publicitária em questão, uma simples fita métrica na sua relação com uma serpente, onde ambas podem trazer medo para as pessoas que ganham peso.

Assim, a função persuasiva da linguagem publicitária consiste em tentar alterar a atitude do público-leitor. Para isso, ao elaborar uma peça publicitária a mídia leva em conta um público-leitor imaginário, levando em consideração o vazio, a falta, a incompletude do sujeito. E a partir da integração da linguagem verbal e visual a publicidade tenta preencher esse vazio/essa falta, objetivando [ilusoriamente] completar os diferentes desejos do sujeito em termos de prestígio, amor, sucesso, lazer, vitória, ou como no caso da peça publicitária em questão, em termos de um corpo idealmente magro. É oportuno lembrar que a publicidade é um poderoso discurso da pós-modernidade. Em sua obra ‘Condição pós-moderna’, Harvey (2000) faz o seguinte comentário acerca da relação entre televisão e consumo:

Apontar a potência dessa força na moldagem da cultura como modo total de vida não é, no entanto, cair num determinismo tecnológico simplista do tipo ‘a televisão gerou o pós-modernismo’. Porque a televisão é ela mesma um produto do capitalismo avançado e, como tal, tem de ser vista no contexto da promoção de uma cultura do consumismo. Isso dirige a nossa atenção para a produção de necessidades e desejos, para a mobilização do desejo e da fantasia, para a política da distração como parte do impulso para manter nos mercados de consumo uma demanda capaz de conservar a lucratividade da produção capitalista (p. 63-64).

Nessa perspectiva de consumo, a publicidade pode ser considerada um discurso dominante na construção de estilos de ser, de identificações e de representações identitárias.

Logo, posso afirmar que a publicidade na sociedade contemporânea tem um papel de mediadora de subjetividades, ocupando o lugar de um Outro para o sujeito; um Outro que insiste e persiste em falar em nome desse sujeito, fala essa marcada pela lógica do mercado/do capital, da relação ‘eu tenho/te ofereço exatamente o que te falta. Basta que tu me pagues’. Torna-se relevante mencionar que de acordo com Hansen (2009, p. 12), “o publicitário realiza seu trabalho a partir da imagem que faz do produto a ser anunciado, do anunciante marca empresarial [pessoa jurídica], do anunciante empresário [pessoa física], da imagem de seus colegas de agência de propaganda, da imagem que o leitor faz da situação de interlocução e do mundo”. Ainda segundo Hansen (ibidem), parece evidente que a imagem do leitor intervém de diferentes maneiras na criação de uma peça publicitária, o que demonstra uma preocupação do publicitário com a construção do efeito-leitor. Também, a construção de sentido é afetada pela constante preocupação que o publicitário tem com a imagem que o leitor faz do anunciante, do produto e da marca anunciados, assim como a projeção de uma imagem que o leitor faz da publicidade. E é por essas antecipações imaginárias que o

publicitário constrói o efeito-leitor constitutivo do seu dizer. Mesmo assim, o publicitário tem a ilusão de estar contemplando a todos os leitores em seu discurso.

Neste estudo, um dos meus objetivos constitui-se em analisar a partir das marcas deixadas na escrita-mapa dos sujeitos adolescentes, que posições-sujeito ocupam esses adolescentes em relação à mídia: de sujeitos apenas ‘falados’ pela mídia no que diz respeito às questões de corpo mostradas por essa mídia ou de sujeitos que ‘falam’, que se posicionam criticamente sobre as questões de corpo trazidas pela mídia.

O corpo no discurso publicitário -

O corpo no Brasil é um verdadeiro capital físico, simbólico, econômico e social (GOLDENBERG, 2007). Logo, reflito nesta seção em que sentido o discurso publicitário pode contribuir para o corpo adquirir o status de capital na sociedade contemporânea. Pensar o corpo como produzido na e pela cultura, logo, na e pela linguagem, constitui-se um desafio pois rompe, de certa forma, com o olhar naturalista sobre o qual muitas vezes o corpo é observado, explicado, classificado e tratado. Esse olhar naturalista é (re)forçado pela mídia que pode assumir um caráter pedagógico ao lidar com questões relacionadas ao corpo, pretendendo ensinar certos jeitos de se comportar, de se vestir, de andar e de ser, constituindo-se aí, de acordo com Foucault (1992), uma tecnologia política do corpo, ou seja, um saber sobre o corpo voltado ao seu controle, ao seu gerenciamento. Esse saber, muitas vezes veiculado pela mídia como verdadeiro e inquestionável, não possibilita que o sujeito simbolize o seu desejo, a sua falta, pois a linguagem, neste caso, é essencialmente marcada pelo excesso – de imagens, dicas, instruções, promessas – de um corpo ideal. É relevante mencionar que este imaginário de um corpo ideal, também é atravessado por uma lógica do consumo, pois muitas vezes para a mídia, falar em um corpo ideal envolve falar em um sujeito que consome, por exemplo, diferentes dietas e tratamentos em SPAs objetivando atingir esse corpo ideal que também é constantemente (re)forçado pela mídia a partir dos(as) diferentes modelos escolhidos(as) para as diferentes campanhas publicitárias. Assim, esse corpo torna-se constantemente vigiado e torturado pelo poder-saber da mídia, contribuindo para que o sujeito tenha como indicativo de (in)satisfação, as formas e as medidas do seu corpo. Nesse sentido, a partir das discussões de Silveira (1994) sobre a relação sujeito – ideologia, vejo que a publicidade pode ocupar o lugar de Sujeito-Outro na sua relação com o [adolescente] leitor, ou seja, um sujeito único, central e absoluto no que mostra e diz. Esse lugar, a meu ver, é construído pela maneira que a mídia organiza/gerencia os sentidos de corpo em suas diversas peças publicitárias, construindo sentidos de corpo voltados para uma cultura capitalista pautada pelo efêmero e pelo imediato, caracterizando esse corpo como porta-voz de formas e não de conteúdos. Trata-se de um corpo (re)construído à base de cirurgias plásticas, de implantes de substâncias químicas e de ‘medidas ideais’ que buscam incessantemente apagar nesse corpo, as marcas das ‘medidas reais’, inscrevendo na forma física os sinais da

‘corpolatria’ – idolatria à forma física (FONTES, 2007). Esse fenômeno de culto ao corpo [corpolatria] parte, ainda segundo Fontes (ibidem), de um estágio em que o corpo real é demonizado, escondido, fonte de vergonha e pecado e culmina com a construção do corpo das academias e sua explosão de músculos, atingindo seu grau máximo com a naturalizada e universal emergência e multiplicidade de estratégias de *body building* [construção corporal], a partir de cirurgias estéticas, de diferentes implantes, e da profusão de técnicas médicas, químicas, cosméticas e de vestuário. Esse ‘[des]velamento corporal’ tem sido respaldado, de acordo com Fontes (ibidem), pelo avanço técnico e científico que tem contribuído de maneira decisiva para a exposição do corpo e para a sua transformação em objeto de técnicas de reformulação.

Discuto agora, o conceito de imitação prestigiosa proposto por Marcel Mauss (1974), pioneiro nas ciências sociais a tomar o corpo como objeto de análise, para quem é por meio da imitação dos corpos e comportamentos de pessoas com certo prestígio e êxito social que os sujeitos de cada cultura constroem seus próprios corpos e comportamentos. Para Mauss (ibidem), o conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições que caracterizam uma cultura também se refere ao corpo. Assim, existe uma construção cultural [e discursiva] do corpo, com a valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que exista um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo, que varia de acordo com o contexto histórico-social-ideológico, é construído pelos membros de uma sociedade a partir da imitação prestigiosa. Os sujeitos imitam comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que possuem prestígio em sua cultura. No Brasil, os/as modelos são sujeitos imitáveis, pois possuem prestígio e sucesso, sendo que seu principal capital/riqueza é o corpo magro, belo e jovem. De acordo com Fontes (2007), esse corpo é:

publicizado exaustivamente nos meios de comunicação de massa e tido como [**naturalmente e universalmente**] desejável e sinônimo de beleza, saúde e bem estar (...) é um corpo que é resultado de um conjunto de investimentos, modos e artifícios que visam alterar as suas configurações anatômicas e estéticas (p. 73 – complemento em negrito feito por mim).

Diferentemente do corpo falado/mostrado muitas vezes pela mídia como discutido acima, enquanto objeto-corpo em relação à cultura, Csordas (2008) traz a noção de sujeito-corpo enquanto base existencial da cultura, a partir do conceito de corporeidade. De acordo com Fontes (2007), a noção de corporeidade está relacionada ao conceito de corpo-representante. Segundo a autora, a noção de corpo-representante

remete a um corpo ativo, autônomo quanto as suas práticas, consciente do seu poder político, contestador e agente propositor e defensor de reformas que vão da sexualidade à política. Segundo Lopes Louro (2001), atualmente o corpo ganhou uma evidente centralidade. Celebram-se e vigiam-se os corpos. Supõe-se que eles se constituam na referência que, por fim, ancora a identidade. Talvez por isso, espera-se que eles sejam inequívocos, evidentes por si. Mas eles escapam e não se deixam fixar. Os corpos são, afinal, significados pela cultura e pela linguagem e são, continuamente, por elas alterados. Eles são históricos e inconstantes.

O corpo transformou-se em um objeto de consumo e de poder, despertando interesses de mercado pela alta rentabilidade que pode proporcionar. De acordo com Gonçalves Junior (2003, p. 27), “o imaginário social encontra-se fragmentado e é estimulado pelo princípio do rendimento e eficiência de mercado onde tudo é mercadoria, mesmo o corpo, o sexo, a vida e a morte”. Tendências e comportamentos vão sendo incorporados, ora propostos ou impostos pela mídia, ora pela indústria da beleza, buscando atingir e imprimir a todos os mesmos gostos, hábitos e consumos. De acordo com Castro (2003, p.108):

A mídia e a indústria da beleza são aspectos estruturantes da prática do culto ao corpo. A primeira, por mediar a temática, mantendo-a sempre presente na vida cotidiana, levando ao leitor as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas, ditando e incorporando tendências. A segunda, por garantir a materialidade da tendência de comportamento (...).

Entendida como consumo cultural, a prática do culto ao corpo coloca-se hoje como preocupação que atravessa todos os setores, classes sociais e faixas etárias, apoiada em um discurso que ora lança mão da questão estética e ora da preocupação com a saúde. Contudo, se enquanto preocupação o culto ao corpo está presente para todos os segmentos sociais, a maneira como ele se realiza no interior de cada grupo é diversificada. A escolha da modalidade esportiva, da ginástica, da dança e da academia em que se praticará, está associada, provavelmente, as demais esferas da vida e as demais escolhas realizadas no mercado de bens. De acordo com Bourdieu (1983), a linguagem corporal é marcadora de distinção social, ocupando posição fundamental na sua argumentação e construção teórica, que coloca o consumo alimentar, cultural e a forma de apresentação [incluindo o consumo de vestuário, artigos de beleza e de higiene] como as três mais importantes maneiras de distinguir-se, pois são reveladoras das estruturas mais profundas determinadas e determinantes do ‘habitus’, que segundo Bourdieu (1983) envolve:

um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas (...) (p. 65).

Mas o que teria levado as sociedades contemporâneas a intensificar a preocupação com o corpo e colocá-la como um dos elementos centrais na vida dos sujeitos? Em primeiro lugar, de acordo com Castro (1998) essa intensificação está ligada à própria história da moda, que pode ser entendida como as imagens sociais do corpo, o espelho de uma determinada época. Também segundo a autora (*ibidem*), em termos de vestuário a contemporaneidade tem sido marcada pelo desnudamento, sendo que a aparência física passa a depender cada vez mais do corpo e cuidar desse corpo torna-se ‘uma necessidade’, pois cuidar do corpo é prepará-lo para ser mostrado, logo, olhado pelo Outro. A questão alimentar ou dietética está também relacionada à questão corporal. Segundo Douglas citada por Castro “os princípios de seleção que orientam o sujeito na escolha de seus recursos alimentares não são muitas vezes de ordem fisiológica ou funcional, e sim cultural” (p. 01). Logo, é a cultura e a linguagem verbal e imagética que criam entre os sujeitos o *habitus* referente ao alimento comestível, ao tóxico e à saciedade. Ao lado da indústria *diet*, está a dos cosméticos que também vem crescendo, indicando a intensificação da preocupação com o corpo alterado e transformado, muitas vezes para ser mostrado e a partir daí, qualificado enquanto belo. Não posso deixar de ressaltar o papel da mídia como importante agente no processo do culto ao corpo. No que diz respeito à mídia impressa, vale destacar, segundo Castro (1998), que a temática corpo ganha cada vez mais espaço desde os anos oitenta, quando nascem as duas maiores revistas voltadas ao tema: *Boa Forma* (1984) e *Corpo a Corpo* (1987), as quais abriram o caminho para um filão que vem sendo habilmente explorado pelas indústrias editoriais.

A percepção do corpo na sociedade contemporânea é dominada pela existência de uma vasta explosão de imagens. Segundo Featherstone (1995) “a lógica da cultura de consumo depende do cultivo de um insaciável apetite para o consumo de imagens” (p. 178). E esse consumo de imagens está diretamente relacionado ao conceito de técnicas corporais. Mauss (1974) define como técnicas corporais os modos de tratar, usar, lidar com o corpo e propõe a ideia de que essas são descobertas pelas sociedades, transmitidas e modificadas no decorrer do tempo, gerando um ‘*habitus corporal*’, ou seja, experiências relacionadas ao corpo que por tanto serem veiculadas socialmente, vão ao longo do tempo, transformando-se em matrizes de percepção, de apreciação e de

ação em relação ao corpo. Tem-se então, a naturalização de certos tipos de corpos: os incluídos e os excluídos socialmente. Partindo da definição de Mauss de técnica corporal (ibidem), posso afirmar que a atual busca de cultuar e modelar o próprio corpo é caracterizada por diversas técnicas corporais legitimadas por nossa sociedade. Atualmente, muitas revistas cujo foco é o corpo propõem quais são as necessidades, os projetos, os desejos, ou seja, o que é preciso almejar em nome de um suposto sentido de felicidade. Cabe enfatizar que essa oferta de sentidos está condicionada, por força de leis de mercado, ao seu reconhecimento e aceitação no campo social, ou seja, à sua ressonância no imaginário social. O corpo humano encontra-se instituído nos produtos midiáticos, e, de acordo com Castro (2003), no caso particular das revistas femininas, apresenta-se como um composto de partes suscetíveis de melhoramento desse corpo, sendo que o discurso publicitário acaba constituindo-se como um ‘sistema perito’, um *expert*, definindo formas legítimas e naturalizadas de apropriação e uso de cada uma dessas partes. A sociedade contemporânea está inserida em uma cultura que celebra o corpo e que possui referenciais de corpo os quais se deve seguir para se obter prestígio em meio a esse social, sendo que esses referenciais são expostos nos meios de comunicação, na publicidade, nas indústrias da moda e da beleza. Segundo Goldenberg (2002):

“Mulheres e alguns homens famosos (...) anunciam na grande imprensa e nos programas de televisão, as transformações que seus corpos sofreram nas mãos mágicas de cirurgiões plásticos, dermatologistas, personal trainers, nutricionistas e outros profissionais do rejuvenescimento e do embelezamento. Com os cosméticos e a maquiagem, a cirurgia estética, os exercícios de manutenção do corpo, os artifícios da elegância, não há mais desculpa para estar ‘fora de forma’; qualquer mulher – e homem – pode oferecer a si mesmo uma imagem atraente” (p. 09).

O corpo, então, assume papel de extrema importância na sociedade contemporânea, uma vez que torna-se, de acordo com Gonçalves Junior (2003), local privilegiado para a construção identitária e para o processo de pertencimento e distinção social. Assim, não é de se surpreender que o corpo e seus referenciais de inclusão e de exclusão existam em todas as camadas sócio-econômicas e que estejam tão presentes na publicidade contemporânea.

Refletindo sobre um lugar para o corpo no discurso publicitário contemporâneo a partir das discussões acima, concordo com Le Breton (2008), que o corpo nesse contexto assume o lugar “de acessório, de uma matéria-prima a modelar, a redefinir, a submeter ao *design* do momento (...) uma representação provisória, um lugar ideal de

encenação de efeitos especiais” (p. 28). Assim, o corpo enquanto acessório é visto como um corpo sempre aguardando para que o *design* do momento – a mídia – modele-o de acordo com a perspectiva capitalista a partir da lógica ‘eu [mídia] tenho o que te falta enquanto sujeito ou eu tenho o que te fará um sujeito completo’.

Ao analisar a escrita-mapa tecida pelos adolescentes desta pesquisa, qual a noção de corpo evidenciada por eles durante a escrita?

* De ‘corpo-objeto’, que é falado, que ratifica o corpo apresentado pela mídia?

* De ‘corpo-sujeito’, que fala, que se posiciona sobre o corpo proposto pela mídia?

* De ‘corpo-objeto-sujeito’, marcado por diferentes contradições, que ora é falado e ora fala das questões de corpo apresentadas pela mídia?

Afinando a escuta discursiva da escrita de alguns adolescentes -

A construção de uma pesquisa está diretamente relacionada às escolhas feitas por parte do pesquisador. Essas escolhas envolvem o tema a ser pesquisado e a sua respectiva delimitação, os objetivos e as perguntas de pesquisa que nortearão o estudo, os pressupostos teóricos que fundamentarão a pesquisa, assim como a metodologia a ser utilizada durante o processo de pesquisa. A metodologia sinaliza o caminho percorrido pelo pesquisador para que ele possa estabelecer um constante diálogo com os objetivos e com as perguntas de pesquisa propostas para o estudo. Nesse sentido, o caminho metodológico para esta pesquisa envolveu a escolha do tema a ser desenvolvido: relações entre corpo-mídia-sociedade – adolescência – escrita. Em seguida, delimitar esse tema, elegendo uma peça publicitária que explorasse o corpo (ver anexo 1) – SPA Recanto, localizado em Cabreúva a 80 km da capital de São Paulo – extraída da Revista Uma (2006) e solicitando para que um grupo de 22 adolescentes reagissem, na escrita, ao seguinte enunciado: “Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?”.

É importante reforçar que neste estudo, a escuta da escrita envolve as questões teóricas referentes à Análise de Discurso Francesa (PÊCHEUX, 1983, 1975, 1969), que vê o indissociável imbricamento entre língua-sujeito-ideologia como condição *sine qua non* no olhar para a linguagem. Ou seja, a ligação entre língua/discurso remete à questão da materialidade discursiva que consiste em uma relação entre língua e ideologia. Assim, o discurso materializa o contato entre o ideológico e o linguístico, no sentido de que ele representa no interior da língua os efeitos de contradições ideológicas e, inversamente, ele manifesta a existência da materialidade linguística no interior da ideologia, ou em outras palavras, todo ideológico é constitutivamente marcado pelo linguístico assim como todo linguístico é constitutivamente marcado pelo ideológico. Logo, para mim enquanto analista-cartógrafo, a análise da escrita do sujeito adolescente ocupa lugar de observatório da construção de sentidos sobre as relações entre corpo-mídia-sociedade desse sujeito, considerando a sua inscrição em uma exterioridade sócio-histórico-ideológica.

Para atingir o objetivo proposto para este estudo, estabeleci as seguintes perguntas para nortear esta análise: 1- Como os adolescentes constroem, na escrita,

seus gestos de interpretação assim como seus processos identitários quando são abordadas questões sobre o corpo em uma peça publicitária? 2- Como os registros psíquicos desses adolescentes – real, simbólico e imaginário – juntamente com o cruzamento entre interdiscurso – ‘o já dito’ e o intradiscurso – ‘o que está se dizendo, fazem revelar, na escrita, diferentes efeitos de sentido sobre questões de corpo, mídia e sociedade? Que efeitos de sentido são esses? 3- O que esses efeitos de sentidos podem dizer sobre as posições-sujeito desses adolescentes frente à formação discursiva na qual se encontra inserida a peça publicitária em questão? A partir da análise das perguntas acima, posso dizer que elegi como eixos centrais para minha análise, os seguintes aspectos teóricos dentro da perspectiva discursiva: gestos de interpretação dos sujeitos adolescentes como leitores da peça publicitária e como escritores sobre a peça publicitária em questão, como esses gestos de interpretação podem estar articulados aos registros psíquicos do sujeito – real-simbólico-imaginário – e ao mesmo tempo o que esses gestos de interpretação podem dizer sobre as posições-sujeito dos adolescentes frente às relações entre corpo-mídia-sociedade.

Como já colocado nas reflexões iniciais deste estudo, a coleta da escrita dos adolescentes foi realizada em agosto de 2008. Os 22 adolescentes eram estudantes do ensino médio de um colégio da rede privada de Joinville/Santa Catarina [esse colégio pertence à Campanha Nacional das Escolas da Comunidade/CNEC e possui cerca de 1800 alunos distribuídos entre a escola infantil e os ensinos fundamental e médio], e participavam de uma oficina de produção de textos, uma vez por semana, no período contrário ao que estudavam como alunos regulares. Suas idades variam entre 14 e 18 anos. Para facilitar a compreensão da análise, as sequências discursivas dos adolescentes serão denominadas de SD seguida do número da escrita que está no anexo, sendo que a íntegra da escrita, encontra-se no anexo 2 deste estudo.

A partir de agora, passo a analisar mais algumas sequências discursivas extraídas da escrita dos adolescentes [as quais foram preservadas nas suas formas originais [sic.]], tendo em mente as perguntas de pesquisa estabelecidas para este estudo, os pressupostos teóricos da análise de discurso francesa, assim como as questões referentes à escrita, adolescência, corpo, mídia e sociedade discutidas anteriormente. Antes porém, discuto através do quadro abaixo os dois eixos – o da constituição/memória e o da formulação/atualidade de sentidos sobre o corpo contidos na peça publicitária (ver anexo 1) analisada pelos adolescentes, sendo que a construção desses eixos levará à constituição da formação discursiva na qual está inserida a peça

publicitária em questão. Esse quadro tem por objetivo contribuir na análise das posições-sujeito dos adolescentes frente a essa formação discursiva.

CONSTITUIÇÃO DE SENTIDOS DA MÍDIA/SPA SOBRE O CORPO NA PEÇA PUBLICITÁRIA – EIXO DA MEMÓRIA:	FORMULAÇÃO DE SENTIDOS DA MÍDIA/SPA SOBRE O CORPO NA PEÇA PUBLICITÁRIA – EIXO DA ATUALIDADE:	FORMAÇÃO DISCURSIVA DA MÍDIA/SPA SOBRE O CORPO NA PEÇA PUBLICITÁRIA:
<p>1 – Pré-construído: Ganhar peso constitui-se como elemento temido pelo sujeito contemporâneo.</p> <p>2 – Pré-construído: A relação entre GANHAR: relaxamento, saúde, forma física, autoestima e PERDER: peso, medo da balança/fita métrica, em um local específico/completo/afastado da vida atribulada do cotidiano – Spa.</p>	<p>1 – Enunciado: Ganhar peso provoca alucinações.</p> <p>2 – Enunciados: No Spa Recanto você encontra uma estrutura completa para relaxar e entrar em forma. A melhor maneira de perder o medo da fita métrica e ganhar saúde. Muita saúde.</p>	<p>O Spa é falado/levado pela mídia ao sujeito leitor sendo que ambos – Spa e mídia – são marcados pela lógica do mercado/ do capital: ‘Eu tenho o que te falta. Basta que tu me pagues.’</p> <p>A- relação Spa/mídia – sujeito leitor: ‘Eu TENHO (um local apropriado que fará com que tu percas o medo da fita métrica/balança, que tu relaxes, ganhes saúde/forma física/autoestima - o que te FALTA (perder o medo da fita métrica/balança, relaxar, saúde, forma física e autoestima. Basta que tu me pagues.’</p> <p>B- relação mídia – Spa: ‘Eu TENHO (a criatividade) que te FALTA para ambos ganharmos. Basta que tu me pagues.’</p> <p>Dentro dessa lógica do mercado/capital, o sujeito leitor ocupa um lugar central no desejo da mídia/Spa a partir da relação entre TER – FALTA – INVESTIMENTO. E é a partir dessa lógica que surge a supervalorização da mídia/Spa em relação a um certo tipo de corpo: o corpo esbelto/magro.</p>

Quadro 1: síntese dos eixos da memória e da atualidade – formação discursiva da mídia/Spa.

Analisando os eixos da constituição de sentidos sobre o corpo a partir dos pré-construídos – memória – e da formulação de sentidos sobre o corpo através dos enunciados – atualidade – posso dizer que a formação discursiva na qual a mídia/Spa estão inscritos a partir desta peça publicitária remete a uma lógica do mercado/capital na qual o ‘temos algo a oferecer’= corpo esbelto/magro a partir do Spa Recanto está diretamente relacionado a um ‘sujeito em falta’= desejo de ter um corpo esbelto/magro por parte do sujeito leitor, imbricando a esse ‘ter’ e a essa ‘falta’ a questão do ‘investimento’= valor a ser gasto por parte do sujeito leitor para ter essa falta [temporariamente e ilusoriamente] satisfeita. E é a partir dessa lógica – ter-falta-investimento – levada em consideração nas peças publicitárias em geral, que surge a supervalorização da mídia/Spa de um certo tipo de corpo – o corpo esbelto/magro – fazendo essa lógica entrar em funcionamento no texto publicitário.

Início analisando a sequência discursiva 1 [ver anexo 2.1], extraída da escrita de uma adolescente:

Essa propaganda me traz à mente o estereótipo de beleza que foi criado em meio a sociedade, porque magreza não é sinônimo de saúde, então podemos dizer que não é pelo fato da pessoa ser gorda ou ter um peso um pouco mais elevado, que ela irá ser uma pessoa que não é saudável. A população ultimamente está fazendo uma corrida apressada atrás da magreza, pois muitos acham que ela será o auge da saúde e o melhor estilo de vida, uma prova contra isso é a anorexia e a bulimia (...). [sic.]

Encontra-se simbolizado nesta sequência discursiva um movimento de ‘inclusão’ [incluir-se] – ‘exclusão’ [excluir-se] nos gestos de interpretação da adolescente frente aos sentidos de corpo construídos pela peça publicitária. A inclusão é revelada pela utilização do pronome ‘me’: “essa propaganda me traz à mente (...)”, assim como pela locução verbal ‘podemos dizer’: “então podemos dizer que (...)”. Já a exclusão da adolescente revela-se pela expressão ‘em meio a sociedade’: “(...) o estereótipo de beleza que foi criado em meio a sociedade” e na utilização do significante ‘a população’: “a população ultimamente está fazendo uma corrida apressada atrás da magreza”. Esse movimento de incluir-se – excluir-se revelado na materialidade escrita deve-se a uma característica da adolescência de estar procurando situar-se no mundo, momento em que ocorre o processo de separação [dos significantes] voltados aos pais, existindo um questionamento em relação ao lugar ocupado por essa adolescente na sociedade. Um outro gesto de interpretação enquanto analista, diz respeito à utilização do ‘não’: “(...) porque magreza não é sinônimo de saúde.” Esse ‘não’, neste caso,

assume um sentido de denegação que de acordo com Bergeret (2006), envolve um mecanismo de defesa em que o representante pulsional incômodo não é recalçado, mas o sujeito depende dele, recusando-se a admitir que possa se tratar de uma pulsão que o atinja pessoalmente. Com isso, uma representação pode tornar-se consciente sob a condição de que sua origem seja negada. Logo, uma denegação assume um sentido de uma afirmação, como se o sujeito estivesse enunciando: ‘na verdade é X, mas eu não tenho o menor desejo em admitir essa ideia’, assim como ocorre no enunciado: “magreza ‘não’ é sinônimo de saúde”. Pergunto: qual é o imaginário de beleza criado em meio à sociedade? Magreza ‘é’ sinônimo de saúde.

Existe também a caracterização do tipo de corrida simbolizada na escrita dessa adolescente através da utilização do adjetivo ‘apressada’, reforçando de certa forma, o tipo de corrida feita pela sociedade atrás da magreza. Existe um efeito de sentido construído aqui que remete, de certa forma, a uma ‘competição’ em que a sociedade corre e terá como prêmio a ‘magreza’ – “o auge da saúde e o melhor estilo de vida”. No entanto, a adolescente questiona esse prêmio a ser recebido quando utiliza a preposição ‘contra’, fazendo surgir em sua escrita o discurso da saúde através um alerta em relação a duas doenças que envolvem a [auto] imagem do corpo [principalmente em adolescentes]: “uma prova contra isso é a anorexia e a bulimia”. É como se a adolescente levantasse as seguintes questões para o sujeito leitor: que tipo de prêmios são esses [anorexia e bulimia]? Será que vale a pena consegui-los?

Os questionamentos construídos ao longo da escrita da adolescente acerca do corpo na sociedade contemporânea e a não menção ao spa como possível solução para as questões de peso [objetivo maior da mídia com a peça publicitária], fazem com que eu afirme que a sua posição-sujeito em relação aos sentidos de corpo construídos pela peça publicitária em questão seja de contra-identificação, uma vez que a adolescente levanta questões em relação a alguns saberes sobre o corpo da formação discursiva que a afeta: a mídia.

Agora, passo a analisar a sequência discursiva 2 [ver anexo 2.2], retirada da escrita de um outro adolescente:

A propaganda que podemos observar é que ganhar peso, engordar é a pior coisa do mundo, pelo menos para a mídia mediocre que temos, e todos tem que estar no peso que a "ditadura da beleza" explora, muitas vezes pessoas, principalmente do sexo feminino deixa se levar por essa "ditadura", muitas vezes até apelando hoje em dia muitas modelos estão com a famosa doença anorexia. (...) O termo “ganhar peso provoca alucinações” é ridículo, não tem porque dessa afirmação quer dizer que quem engorda vai ficar louco até voltar o peso da “ditadura”. [sic.]

Um dos possíveis gestos de interpretação que construo em relação à utilização da expressão ‘ganhar peso’ seguida do verbo ‘engordar’ remete a uma insatisfação com a expressão simbolizada ‘ganhar peso’, fazendo com que o adolescente utilize logo em seguida, o verbo ‘engordar’. É como se ‘engordar’ tivesse um sentido de maior completude, precisão, ou ainda, representa para o sujeito a forma politicamente incorreta e rebelde se comparada ao ‘ganhar peso’. Logo, o adolescente arrisca expressar-se com ‘ganhar peso’ e, insatisfeito, utiliza o verbo ‘engordar’. E por que dessa insatisfação? Pelo fato desse adolescente questionar a mídia/peça publicitária em alguns aspectos [atribuindo a ela dois significantes – medíocre e ridícula], sendo mais uma forma que esse sujeito encontra de mostrar sua rebeldia em relação à mídia que utiliza ‘ganhar peso’ em seu enunciado chave. É como se o adolescente quisesse dizer para a mídia: ‘se você é politicamente correta e utiliza ‘ganhar peso’, eu te desafio e utilizo ‘engordar’. O adolescente também atribui culpabilidade à mídia pela situação atual que a sociedade enfrenta em relação à busca do peso ideal, utilizando para isso os adjetivos ‘medíocre’ para classificar a mídia: ‘(...) pelo menos para a mídia medíocre que temos (...)’ e ‘ridículo’ para classificar os enunciados produzidos por essa mídia: “o termo ganhar peso provoca alucinações é ridículo”. Aqui percebo, quase um tom de desabafo por parte desse adolescente, ou seja, um sujeito desejante se revelando: ao invés de ser apenas falado pelo Outro/mídia, tem-se um sujeito que fala, (ins)(es)crevendo, simbolizando sua posição em relação ao tratamento dado ao corpo pela mídia na peça publicitária.

Já as aspas podem ter sido utilizadas para o significante ‘ditadura’ uma vez que o adolescente promove um deslizamento de sentido, ou seja, faz o sentido deslizar de uma forma autoritária de se governar uma sociedade para uma forma autoritária de se governar o corpo. Percebo a utilização do significante ‘ditadura’ três vezes ao longo da sua escrita, revelando o quanto o significante ‘ditadura da beleza’ faz questão, convoca esse adolescente para a linguagem. Também, posso dizer que o adolescente situa o feminino em um *locus* potencializado diante das peças publicitárias que exploram o corpo: “(...) muitas vezes pessoas, principalmente do sexo feminino (...)”. Um outro aspecto percebido na escrita desse adolescente é um deslocamento do adjetivo ‘famoso’ – de ‘famosas modelos’ para ‘famosa doença’: “(...) hoje em dia muitas modelos estão com a famosa doença anorexia”. Com esse deslocamento o adolescente introduz o discurso da saúde e, inconscientemente, atribui maior valor, maior preocupação à

doença do que às modelos, demonstrando que está alerta em relação aos males que o culto ao corpo pode causar.

Analisando os sentidos de corpo, mídia e sociedade construídos por esse adolescente, afirmo que ele ocupa um lugar de contra-identificação, de um ‘mau sujeito’ em relação aos saberes da mídia/Spa. Essa contra-identificação se dá por esse adolescente construir sentidos de contestação e de revolta frente aos saberes da formação discursiva que o afeta, provocando ruídos dentro dessa formação discursiva e fazendo surgir, aí, uma nova posição-sujeito.

A partir de agora, discuto a sequência discursiva 3 [ver anexo 2.3], extraída da escrita de uma outra adolescente:

A propaganda afirma que ter problemas com o peso implica diretamente em ter alucinações. E implica mesmo. A própria propaganda exemplifica isso. Quando tem-se problemas com o peso, começa-se a ter medo da fita métrica. Acha-se que ela é um “animal perigoso” e que está prestes a nos “morder” se não estivermos dentro dos padrões de medidas que a moda e a sociedade ditam. [sic.]

Através da expressão ‘e implica mesmo’, percebo um reforço da ideia colocada no enunciado anterior: “a propaganda afirma que ter problemas com o peso implica diretamente em ter alucinações”. Vejo que o significante ‘implica’ pode ser revelador de sentidos ao mostrar uma implicação, um envolvimento dessa adolescente com a seguinte situação: problemas com o peso = ter alucinações. É como se a adolescente já tivesse vivenciado [ou ainda vivencia] alguém [ou ela mesma] tendo enfrentado [ou enfrentando] certas questões com o peso. Em seguida, reforça a ideia anterior promovendo uma comparação entre ‘fita métrica’ e ‘animal perigoso’, relacionando a fita métrica a uma cobra e atribuindo a ação de ‘morder’ a esse animal/fita métrica quando a pessoa tem problemas com o peso. Algo que me faz questão enquanto analista é que em momento algum a adolescente simboliza o que significa ‘ter problemas com o peso’, fornecendo ao sujeito leitor diferentes efeitos de sentido para essa expressão: ou ‘ter problemas com o peso’ pode remeter ‘ter peso excessivo’ ou pode significar ‘ter pouco peso’. Existe também uma alteração de pessoa [do impessoal] que envolve um certo distanciamento da adolescente a partir da utilização das formas verbais ‘tem-se’ = alguém tem, ‘começa-se = alguém começa’ e ‘acha-se’ = alguém acha para a 1ª pessoa do plural, demonstrando um certo envolvimento da adolescente – ‘nos morder’, ‘se não estivermos’ = nós. O que me chama atenção nesse distanciamento – envolvimento é que existe um distanciamento, um não incômodo da adolescente para as ações de ‘ter

problemas com o peso’, ‘ter medo da fita métrica’ e ‘acha-se que ela é um animal perigoso’, por isso a utilização das formas impessoais. No entanto, o envolvimento, o incômodo aparece simbolizado nos recortes ‘está prestes a nos morder’ e ‘se não estivermos dentro dos padrões de medidas que a moda e a sociedade ditam’, em função disso a utilização da 1ª pessoa do plural. Um efeito de sentido que a adolescente constrói é que a fita métrica pode estar relacionada aos problemas com o peso, um animal perigoso pode remeter à sociedade e o morder pode envolver o agir preconceituosamente por parte da sociedade. Logo, a adolescente sente-se implicada e envolvida principalmente com o preconceito da sociedade em relação a quem não está dentro dos padrões de medidas que essa sociedade dita. Esse preconceito social é simbolizado pelo significante ‘morder’ que tem sua relevância em uma peça publicitária que explora questões de corpo, pois, inconscientemente, pode estar se relacionando à organização oral do sujeito – a uma imensa boca aberta para engolir o mundo circundante.

Através das relações estabelecidas entre corpo, mídia e sociedade na sua escrita e por não mencionar o papel do spa como solução para questões com o corpo conforme intenção da mídia/peça publicitária, essa adolescente também ocupa uma posição-sujeito que questiona certos saberes sobre o corpo da formação discursiva – mídia.

Agora, analiso a sequência discursiva 4 [ver anexo 2.4] de um outro sujeito adolescente:

É uma propaganda voltada ao público que quer perder peso. Para a pessoa perder peso com saúde ela deve ir ao SPA e se não ir, a pessoa continua gorda e sem saúde. [sic.]

Nesta sequência discursiva observo o adolescente respondendo a duas questões: a que tipo de sujeito leitor se dirige a peça publicitária e principalmente, o que esse sujeito deve fazer para perder peso. Ao responder a segunda questão, o adolescente faz uso da dicotomia ‘perder peso’ [com saúde] – ‘continuar gordo’ [sem saúde] a partir da partícula condicional ‘se’: se o sujeito quer perder peso como saúde deve ir ao Spa, caso contrário, continuará gordo e sem saúde. Aqui, percebo o adolescente utilizando-se do registro do imaginário, uma vez que ele coloca o papel total para que o sujeito atinja seu objetivo em um local - Spa, não questionando os sentidos do ‘ter saúde’ e do ‘não ter saúde’. Logo, posso dizer que a mídia/Spa para o adolescente funciona como um Outro, ‘tesouro de significantes’ aos quais o adolescente encontra-se alienado. Esse estar alienado aos significantes do Outro faz com que o adolescente seja falado por esse

Outro. No entanto, estas tentativas de precisão e completude são ilusórias, uma vez que o sujeito sempre se revela um sujeito-em-falta, através do que ele diz ou através do que silencia. Cabe aqui uma reflexão: o que esse adolescente teme em [não] dizer/revelar sobre o [seu] corpo?

A partir dos sentidos de corpo construídos por esse adolescente, afirmo que a sua posição-sujeito é de identificação, de um ‘bom sujeito’, havendo uma superposição, um assujeitamento pleno do adolescente com a forma-sujeito da formação discursiva que o afeta – a mídia.

Passo a discutir agora a sequência discursiva 5 [ver anexo 2.5] de uma outra adolescente:

A fita métrica é como se foce um elevador, onde o peso/medidas sobem e descem. Como se foce uma cascavel (cobra) que põe medo nas pessoas. Pode ser a melhor amiga da mulher, onde ela, a fita métrica, nunca vai mentir se você está gorda ou não. Olhando rapidamente, pode significar uma cobra que quer se enrolar em você e te sufocar... . [sic.]

Nesta sequência, a adolescente atribui dois sentidos possíveis para o significante ‘fita métrica’, como uma ‘cascavel (cobra)’ que gera medo, evidenciando aqui com o significante cobra entre parênteses que não se trata de uma ‘pessoa cascavel’, evitando com isso que o sujeito leitor deslize o sentido, ou ‘melhor amiga’ que nunca vai mentir se você está gorda ou não. Aqui, percebo o valor atribuído ao olhar do Outro/externo [cascavel e melhor amiga], como um atestado de verdade que é conferido por esse externo quando se trata de questões de peso/medida. Também, a adolescente deixa ambíguo o que pode significar “uma cobra que quer se enrolar em você e te sufocar...”: a fita métrica enquanto cascavel/cobra ou enquanto melhor amiga? Ao simbolizar ‘melhor amiga da mulher’ essa adolescente também situa o feminino em um *locus* potencializado de peças publicitárias que exploram o corpo. Existe também, um deslizamento de sentido em relação ao significante ‘sufocar’: da ação de perder a respiração, asfixiar, o sentido desliza para enquadrar, padronizar, formatar o corpo, sendo que a adolescente diz ‘olhar rapidamente’ para esta situação. Mas por que ‘olhar rapidamente’? Será pelo medo de sentir-se sufocada [enquadrada, padronizada] pela fita métrica/cobra social? E a adolescente encerra a sua escrita utilizando as reticências que não são vistas pela perspectiva discursiva como um lugar vazio, mas como uma lacuna significante, ou nas palavras de Grantham (2002):

as reticências sinalizam um espaço que não parece pertencer mais ao sujeito que as produz (...) ao sinalizar seu discurso com reticências o sujeito deixa de dizer algo, mas, ao mesmo tempo, indica que esse espaço não é mais dele, e sim do seu interlocutor (p. 154).

Através dos sentidos construídos sobre o corpo, mídia e sociedade ao longo da sua escrita e pela não menção a relevância do spa na solução de questões envolvendo o corpo, posso afirmar que a tomada de posição dessa adolescente é de questionamento, ou seja, de contra-identificação em relação a alguns saberes existentes na formação discursiva – mídia.

Analiso a sequência discursiva 6 [ver anexo 2.6] de um outro adolescente:

As primeiras interpretações que me ocorrem como leitor desta propaganda são: que ela diz que as pessoas que são mais “fortes” começam a ter medo da fita métrica, pois assim verão que estão ganhando peso, e com isso estarão fora dos padrões de beleza; que a mídia induz as pessoas para seguir a “ditadura da beleza”, pois só assim serão aceitas pela sociedade. (...) Essa propaganda também alerta, de forma indireta, sobre os problemas que a obesidade pode causar, pois ele usa o termo “alucinações” como uma doença. Ela, de certa forma, contribui com a expansão da ditadura da beleza, pois mostra que quando as pessoas vão ganhando peso, começam a ficar neuróticas, e isso induz a pessoa a manter-se magra, pois é assim que a ditadura da beleza, nos informa. [sic.]

Um primeiro gesto de interpretação enquanto analista do discurso envolve as aspas que colocam o adjetivo ‘fortes’ em evidência, mostrando ou um certo receio do adolescente em utilizar outros adjetivos – mais ‘gordos’, mais ‘obesos’ ou de gerar um deslizamento de sentido, fazendo o sentido de ‘forte’ deslizar de ‘alguém que tem grande força física’ para ‘gordo’, ‘obeso’. Em seguida, o adolescente simboliza uma intensa relação entre mídia-ditadura da beleza-sociedade, sendo aí dado um papel central à mídia já que somente quando a mídia consegue atingir seu objetivo que é induzir as pessoas a seguirem a ditadura da beleza é que essas pessoas são aceitas socialmente. A partir do significante ditadura da beleza existe também na escrita desse adolescente um deslizamento de sentido que é trazido da forma de se governar autoritariamente uma sociedade para a forma de se governar autoritariamente o corpo. Ocorre em seguida um lapso de escrita no significante ‘expansão’ para ‘expanssão’ mostrando o inconsciente desse adolescente sendo revelado na tentativa de marcar na grafia da palavra o sentido de aumento, demonstrando a partir dos ‘ss’ um sentido que pode ir ao encontro de uma ‘grande expansão’, ao aumento desenfreado [da ditadura da beleza]. Um outro gesto de interpretação para a duplicação do ‘s’ remete à força que tem a imagem da cobra para esse adolescente, relacionando o ‘s’ duplicado à imagem, ao formato da fita métrica/cobra duplicada, logo, ao medo duplicado, intenso dessa fita

métrica/cobra. E também há a possibilidade para a escrita de ‘expansão’ estar na não apropriação da ortografia da palavra por esse adolescente.

Analisando os gestos de leitura construídos por esse adolescente frente à peça publicitária, afirmo que esses gestos voltam-se contra a forma-sujeito, marcando a sua tomada de posição como contra-identificação em relação a alguns saberes da mídia e gerando na sua escrita, contestações e questionamentos sobre alguns saberes dessa formação discursiva.

Analisando a sequência discursiva 12 [ver anexo 2.12]:

É o que toda mulher teme, a verdade de suas medidas. Se o seu corpo está no padrão aceito, e a fita representa o medo da verdade. A suspetta, a dúvida, a ansiedade, o desespero, a depressão; para alguns a fita métrica é apenas uma fita qualquer, mas para outros, é um sonho a ser alcançado, um desejo, uma luta secreta...um rumo na vida. [sic]

A escrita desse adolescente inicia com uma expressão generalista ‘é o que toda mulher teme; a verdade de suas medidas’, atribuindo a partir dela um efeito de verdade universal para a preocupação que algumas pessoas têm com as suas medidas. Será que todas as mulheres têm esse temor? E os homens? Estão isentos dessa preocupação? Em seguida, o registro do real revela-se a partir da ambiguidade trazida por esse adolescente ‘se o seu corpo está no padrão aceito, e a fita representa o medo da verdade. A suspeita, a dúvida (...)’. Essa ambiguidade faz com que surjam as perguntas: se o corpo está no padrão aceito, por que ter medo da verdade? E por que ter outros sentimentos como suspeita, ansiedade, desespero e depressão? Um possível gesto de interpretação encontra-se na questão temporal ‘hoje – amanhã’. Logo, o corpo pode estar no padrão aceito hoje, mas e amanhã? Talvez não esteja mais. E esta incerteza em relação ao ‘hoje – amanhã’ do corpo pode gerar dúvida e ansiedade por parte do sujeito [se o seu corpo está no padrão aceito ‘hoje’, e a fita representa o medo da verdade ‘amanhã’]. Uma outra possibilidade de se ler essa ambigüidade está na questão de quem [não] aceita o padrão do corpo. O próprio sujeito? A fita métrica? Qual é o sentimento para o sujeito da [não] aceitação do seu próprio corpo? De inquietação. E qual o sentimento para o sujeito da [não] aceitação do seu corpo pela fita métrica? De inquietação também. Logo, essa escrita adquire um tom de mal-estar, de compulsão por um padrão aceito através das escolhas lexicais [suspeita, dúvida, ansiedade, desespero, depressão] presentes na sua construção discursiva. Esse mal-estar ocorre pela incerteza que se tem em relação a quem é o parâmetro para estabelecer se o corpo está no [não] padrão. O próprio sujeito

ou algum elemento externo [fita métrica]? E qual é o [não] padrão [não] aceito? [Se o seu corpo está no padrão aceito ‘por você, e a fita representa o medo da verdade ‘externa, do social’]. E esse adolescente termina sua escrita trazendo novamente o elemento externo que serve de parâmetro para avaliar o corpo: a fita métrica. Aqui, o adolescente passa a modalizar a preocupação dos sujeitos com a fita métrica, enunciando que para alguns a fita métrica é apenas uma fita qualquer. Com a utilização do pronome indefinido ‘qualquer’, dá ao significante fita métrica um valor quase nulo, quase insignificante. ‘Mas para outros é um sonho a ser alcançado, um desejo, uma luta secreta...um rumo na vida’, diz o adolescente. A partir da utilização de uma metonímia fita métrica [objeto] – resultados positivos que ela pode gerar [fim/objetivo], o adolescente afirma que esses resultados positivos que a fita métrica pode trazer para algumas pessoas [o padrão de corpo aceito], representa um sonho a ser alcançado, um desejo ou até mesmo uma meta a ser atingida, ou um rumo na vida. O que chama atenção é que para algumas pessoas, atingir o padrão de corpo aceito, segundo o adolescente, representa uma ‘luta secreta’. Primeiramente, analisando o significante ‘luta’, tem-se como significantes correspondentes uma batalha, um conflito. Já analisando ‘secreta’, tem-se algo sigiloso, que não pode ser revelado. Logo, o efeito de sentido gerado pela expressão ‘luta secreta’ é que tentar atingir o padrão de corpo aceito é uma ação penosa, difícil e desgastante para o sujeito.

Esses não questionamentos em relação aos saberes trazidos pela mídia sobre questões de corpo nesta peça publicitária e a não contestação em relação ao spa como solução para questões de peso, faz-me dizer que a posição-sujeito desse adolescente é de identificação, pois ele assume, reforça e se assujeita plenamente aos saberes contidos na forma-sujeito da formação discursiva da mídia.

Discutindo a sequência discursiva 13 [ver anexo 2.13]:

Percebi que a propaganda deseja mostrar ao público que o aumento de peso provoca alucinações, mostrando que a fita métrica é um vilã para o público, as estimulando a ir em seu spa. [sic]

Construída a partir de uma narrativa estruturada como problema – solução, a escrita desse adolescente sinaliza dois problemas para o aumento de peso: ‘o aumento de peso provoca alucinações’ e ‘a fita métrica é uma vilã para o público’. Para esses dois problemas, o adolescente parece apontar para uma única solução: ‘ir em seu spa’. Aqui, percebo a utilização de um pronome possessivo ‘seu’ para sinalizar a solução do conflito [ir em seu spa]. A utilização inconsciente do ‘seu spa’, pode sugerir uma ideia

de proximidade, de um certo vínculo entre público – spa, diferentemente se fosse utilizado um artigo indefinido ‘ir a um spa’ o qual estaria sugerindo a ideia de um spa qualquer. A partir da utilização desta estrutura de narrativa problema – solução, percebo manifestando-se aí, o registro do imaginário desse adolescente por ele ilusória e idealistamente conceber a simples solução de ir a um spa para as pessoas que têm questões de aumento de peso, desconsiderando as questões econômicas necessárias para as pessoas se manterem em um spa.

A partir dessa discussão, posso afirmar que a posição-sujeito desse adolescente frente à forma-sujeito da formação discursiva da mídia nesta peça publicitária é de identificação uma vez que não há questionamentos desse adolescente em relação à ideologia atravessada na peça publicitária. A ideologia tanto da mídia quanto a reforçada pelo sujeito adolescente na sua escrita sugere uma evidência do sentido, como se a narrativa problema [questões com o peso] – solução [spa] fosse constituída de sentido único, pleno e sendo desconsiderado qualquer outro possível gesto de interpretação.

Análise a partir de agora a sequência discursiva 15 [ver anexo 2.15]:

Minhas primeiras impressões são que quando você ganha peso, você começa a “fugir” da balança e da fita métrica. A ideia da propaganda em fazer a fita métrica em forma de cobra e logo após dizer que quando você ganha peso você acaba tendo alucinações, pode ser vista como uma forma de fazerem as pessoas pararem de ter medo de se pesar e se medir. [sic]

Aqui, o primeiro aspecto que chama a atenção na escrita dessa adolescente é um certo medo dos elementos externos [balança e fita métrica] por fazerem com que o sujeito tenha conhecimento do seu quadro [ganho de peso]. Esse medo é simbolizado na escrita a partir do significante ‘fugir’ que gera um efeito de sentido de escapar, distanciar. Em seguida, a adolescente enuncia que ‘a ideia da propaganda em fazer a fita métrica em forma de cobra e logo após dizer que quando você ganha peso você acaba tendo alucinações, pode ser vista como uma forma de fazer as pessoas pararem de ter medo de se pesar e se medir’. Aqui, percebo sendo desconstruídos os sentidos de dois elementos: a cobra e alucinações – de elementos que geram medo, preocupação para alguns sujeitos para elementos que geram certa tranquilidade para o sujeito. Há aqui, diferentemente do que foi apresentado na parte inicial da escrita dessa adolescente, uma tentativa de ‘não medo’, de ‘não fuga’ em relação aos elementos externos [balança e fita métrica]. É o sujeito demonstrando no discurso a sua tomada de posição como

superposição em relação aos saberes da formação discursiva da mídia. Outro aspecto que também chama atenção na escrita dessa adolescente é que em momento algum ela faz menção ao papel do spa para as questões de aumento de peso, apontando como única solução para esse conflito [questões de peso], o imbricamento ‘sujeito + balança e fita métrica’. Logo, a adolescente ignora de certa forma o trabalho, a intenção da mídia através da peça publicitária que é, de acordo com Hansen (2007), “criar idéias capazes de convencer determinado público-alvo, estimulando-os à aceitação de valores e, por seu intermédio, conduzindo às mercadorias/bens materiais e simbólicos ofertados” (p. 23). Parece que a adolescente não foi convencida pela peça publicitária a aceitar o spa como solução única para questões com o peso. Por outro lado, no entanto, existe uma certa convergência entre os saberes da formação discursiva da mídia [a solução para questões do peso está no exterior do sujeito = spa] com os da adolescente [a solução de questões com o peso está no exterior do sujeito = fita métrica e balança], por isso a sugestão de não fugir, mas sim, de fazer as pazes com esses elementos.

Comento agora, a sequência discursiva 16 [ver anexo 2.16]:

Para quase toda a população ganhar peso é loucura, e sim perder peso, emagrecer, ter uma cinturinha as mulheres e os homens aquele tanquinho e muito musculo (...). Por este mesmo motivo tantas pessoas tem medo de chegar perto de uma fita métrica ou de uma balança, pois tem medo de descobrir que estão acima de “um peso ideal”. As pessoas não devem ir pela mídia e a saúde deve vir em primeiro lugar (...) mas é o que mais acontece é as pessoas deixarem se influenciar pela maioria e pela mídia. Estragando assim a própria vida. [sic]

O primeiro aspecto que chama a atenção na escrita dessa adolescente é a utilização da expressão ‘quase toda a população’. Aqui, a adolescente modaliza o sujeito do enunciado, afirmando que não é toda a população que pensa que ganhar/perder peso é loucura. Em seguida, encontro uma ambiguidade gerada a partir do significante ‘loucura’. A partir do registro do real, que remete à falta constitutiva do sujeito e da língua, a adolescente deixa opaca a ideia do que vem a ser loucura: o ganhar ou o perder peso? Aqui, percebo uma contradição histórica uma vez que somos expostos cotidianamente por peças publicitárias que ora nos convidam a perder peso [a partir dos spas, por exemplo] e ora a ganhar peso [a partir dos restaurantes *fast food*, por exemplo]. Quando a adolescente afirma, no enunciado seguinte, que ‘por este mesmo motivo tantas pessoas tem medo de chegar perto de uma fita métrica ou de uma balança, pois tem medo de descobrir que estão acima de “um peso ideal”, está esclarecendo o

que é considerado loucura para quase toda a população: o ganhar peso. Coloca aspas na expressão ‘peso ideal’ para questionar, de certa forma, o ideal de peso na sociedade contemporânea. Questiona, a seguir, o discurso da mídia em relação ao corpo ideal e introduz o discurso da saúde, explicitando uma preocupação com a anorexia e afirmando que a saúde deve vir em primeiro lugar. E no final da sua escrita, a partir da conjunção ‘mas’, nega o que propôs acima para a sociedade [não considerar o discurso da mídia nem a aparência e considerar a saúde em primeiro lugar], afirmando que ‘o que mais acontece é as pessoas deixarem se influenciar pela maioria e pela mídia’. Aqui, percebo o forte apelo dos contextos sócio-históricos e ideológicos da mídia e da sociedade para o sujeito na apreensão do discurso do que é um corpo ideal. ‘Estragando assim a própria vida’ é o enunciado que termina a escrita dessa adolescente. Focando no significante ‘estragar’ = danificar, deteriorar, percebo que a adolescente ratifica aqui, que o assujeitamento do sujeito frente aos saberes da formação discursiva da mídia, pode levá-lo a danificar, a deteriorar a própria vida. Com isso, posso afirmar que a tomada de posição dessa adolescente é o de questionamento, de gerar ruídos na formação do sujeito da formação discursiva da mídia.

A partir de agora, passo a analisar a sequência discursiva 21 [ver anexo 2.21]:

Com essa propaganda pode-se perceber com a frase: “Ganhar peso provoca alucinações”, que as pessoas mais gordinhas sentem-se tristes, e começam a pensar em coisas ruins, tem medo de se pesar ou de saber de suas medidas. [sic]

Sem utilizar modalizador algum, essa adolescente inicia sua escrita afirmando que ‘pessoas mais gordinhas sentem-se tristes (...)’, gerando um efeito de sentido universal, ou seja, como se todas as pessoas acima do peso tivessem essas mesmas sensações. Também, a adolescente propõe uma relação entre pessoas acima do peso com sentimentos de tristeza, pensamentos ruins e medo, gerando um efeito de sentido de naturalização, como se somente as pessoas acima do peso tivessem esses sentimentos. Logo, existe um silenciamento aqui, que de acordo com Orlandi, “não é o nada, não é o vazio sem história. É silêncio significante” (p. 23), gerando um efeito de sentido que as pessoas não gordinhas sentem-se felizes, e começam a pensar em coisas boas, tem coragem de se pesar ou de saber de suas medidas. É como se existissem duas escritas: uma simbolizada para as pessoas gordinhas, escrita essa que envolve sentimentos de tristeza, e uma outra escrita silenciada, porém que também gera sentido,

escrita destinada às pessoas não gordinhas e que envolve sentimentos de felicidade. Esta dicotomia trazida pela adolescente através do registro do simbólico e do silêncio, gerando um sentido possível de que pessoas gordinhas = tristes e pessoas não gordinhas = felizes, reforça de certa forma, a ideologia da mídia a partir da peça publicitária – ‘ganhar peso provoca alucinações’ e ‘não ganhar peso provoca tranquilidade’. A ideologia da mídia reforçada pela adolescente é materializada na escrita/na imagem [da peça publicitária e da adolescente] ao querer levar o sentido desses enunciados para o lugar da cristalização, da naturalização e da obviedade.

Posso dizer então, que mesmo a adolescente não fazendo menção ao spa como solução para quem está acima do peso, ela assume uma tomada de posição de assujeitamento pleno em relação aos saberes da formação discursiva da mídia.

A seguir, finalizo temporariamente este estudo com algumas reflexões.

Finalizando temporariamente as reflexões –

Início as reflexões a partir da figura que mostra o objeto discursivo desta pesquisa – a escrita adolescente – e a sua interrelação com os conceitos de língua, de sujeito, de ideologia e de formação discursiva, noções essas intrínsecas ao trabalho de um analista de discurso diante de qualquer objeto discursivo.

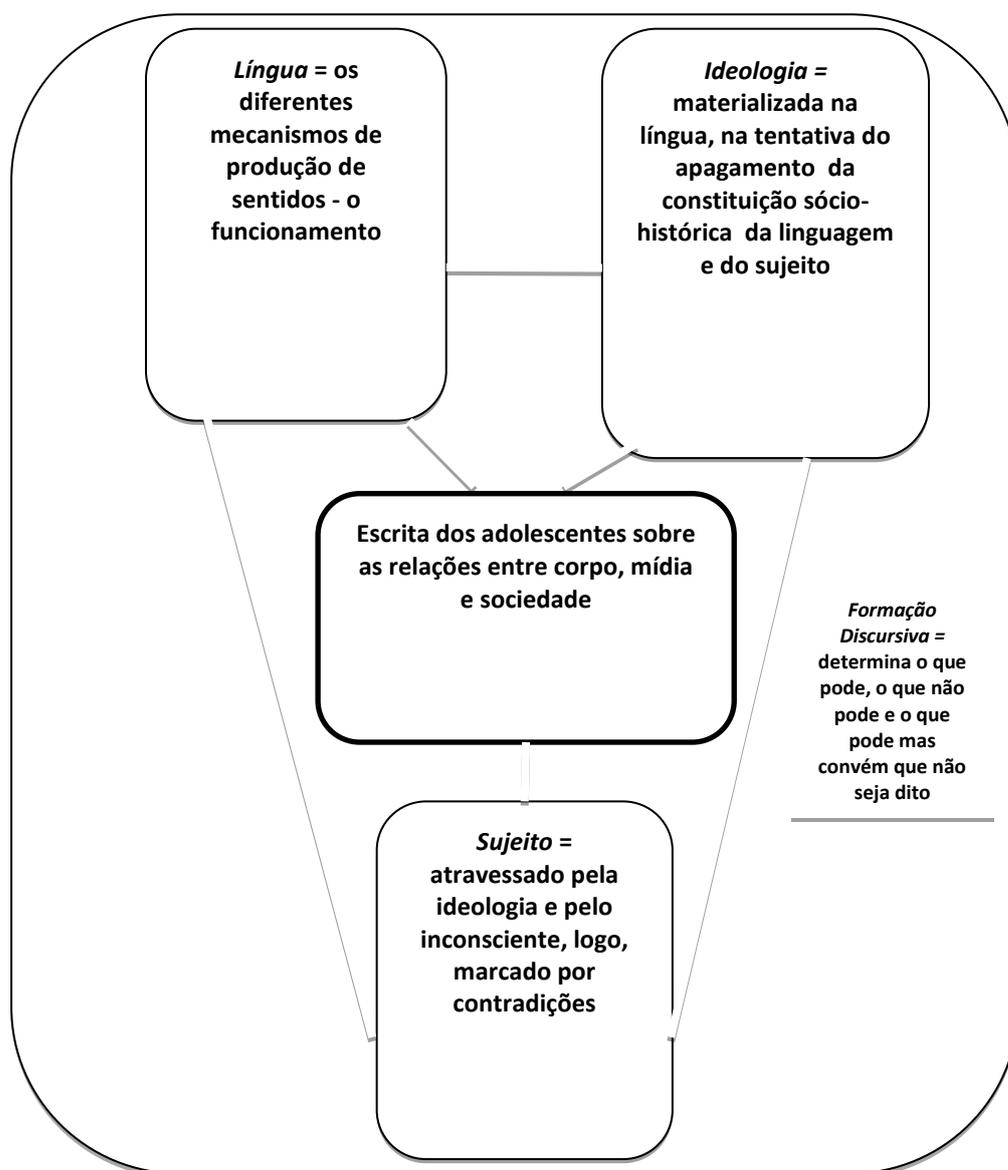


Figura 3: a escrita adolescente e sua interrelação com os conceitos de língua, de sujeito, de ideologia e de formação discursiva

Durante todo o processo de pesquisa envolvido neste estudo, posso dizer que tive a presença mental desta figura que, de certa forma, norteou as minhas análises. No centro da figura, posicionei o objeto discursivo que guiou todo o estudo: a escrita dos adolescentes sobre a peça publicitária que envolve questões de corpo. Como essa escrita foi tomada como discurso e não como texto, tive um olhar para a exterioridade que marca essa escrita. Aparece aí, a noção de ideologia, que de acordo com Pêcheux, encontra-se materializada na língua com a intenção do apagamento da constituição sócio-histórica da linguagem e do sujeito, ou seja, como uma tentativa de naturalização dos sentidos que circulam socialmente. Também está presente a noção de sujeito, sempre marcado pela ideologia e pelo inconsciente, por isso atravessado pelas contradições da história e pelas faltas e falhas na linguagem, assim como por exemplo, por diferentes equívocos, ambiguidades, lapsos e deslizamentos de sentido. Já a noção de língua que norteou esse estudo, esteve relacionada ao funcionamento da língua, ao olhar de como ocorrem os diferentes mecanismos de produção de sentidos no interior dessa língua em sua relação sempre com o exterior social, histórico e ideológico. Essas três noções foram constantemente relacionadas ao conceito de formação discursiva que segundo Pêcheux, determina o que pode e o que não pode ser dito, conceito esse complementado por Indursky com o que pode, mas convém que não seja dito. Além dessas noções-chave para a análise de discurso francesa, trouxe também para a discussão ao longo deste estudo, alguns conceitos para provocarem e ampliarem as reflexões acerca do tripé adolescência-mídia-sociedade, assim como as noções de tecnologia política do eu discutida por Foucault, de imitação prestigiosa e de técnicas corporais defendidas por Mauss, o conceito de habitus proposto por Bourdieu e a noção de corpo-acessório discutida por Le Breton.

As análises revelaram que os mecanismos de produção de sentidos no interior da escrita desses adolescentes estão relacionados às diferentes contradições sócio-históricas e ideológicas sobre o conceito de corpo que circulam socialmente, fazendo serem marcadas na escrita algumas cicatrizes, marcas dessas contradições. Também pude concluir que as posições-sujeito dos adolescentes variaram entre a identificação e a contra-identificação, mostrando a força e a constituição da exterioridade social e histórica e de suas contradições para o sujeito e materializadas no interior da língua. Uma outra conclusão é que muitos adolescentes relacionaram a temática corpo a duas outras - mídia e sociedade - fazendo aí, aparecerem também diferentes contradições em relação a esse tripé. Atentando para os efeitos de sentidos gerados na escrita desses

adolescentes e retomando a pergunta que faz parte do título deste estudo – ‘ganhar peso provoca alucinações?’ – posso dizer que a resposta foi plural e multifacetada, evidenciando a força das contradições dos contextos sócio-histórico e ideológico na produção da linguagem e das identidades desses adolescentes. Também percebi a escrita dos adolescentes sendo marcada pelo registro do simbólico, uma vez que todos os adolescentes, pela escrita, demonstraram que estão envolvidos na cadeia de significantes, ora mais fortemente pelo registro do imaginário, quando mostraram um conceito de corpo excessivamente idealizado e ora marcada pelo registro do real, quando a linguagem dos adolescentes [e logo, eles também], demonstrou não ser suficiente para esses sujeitos simbolizarem o seu desejo, aparecendo então algumas cicatrizes nas suas escritas. O que pode reforçar também neste estudo, foi o grande apelo visual da peça publicitária em questão, uma vez que foram raros os adolescentes que construíram seus gestos de interpretação pautados na parte verbal, a grande maioria pautou-se na parte imagética.

Agora, trago as palavras de Indursky (2011, p. 03-04) quando diz que “trabalhar os efeitos de sentido que a mídia aponta como sendo ‘o’ sentido, único e verdadeiro, é um dos papéis cruciais que os Estudos da Linguagem/Análise do Discurso podem assumir. Tais estudos podem ajudar a formar leitores críticos (...)”, leitores esses ancorados mais no registro do simbólico e nas trocas simbólicas, questionando dessa forma o imaginário de corpo ideal apresentado pela mídia. Ou seja, a análise de discurso pode contribuir com o sujeito [adolescente] provocando-o para que ele posicione-se como sujeito – que tem o que falar sobre a questão do culto ao corpo, por exemplo – e não como objeto que apenas é falado por essa questão, como se fosse um mero seguidor de instruções da mídia em relação a como agir com o corpo. Nesse sentido, esse sujeito [adolescente] perceberá, com o tempo, que as peças publicitárias são construções discursivas, e como tais, os sentidos nelas construídos não podem ser vistos como ‘sentidos-já-lá’, mas como efeitos sentidos que atendem a uma certa lógica – a do capital e do consumo. Logo, o sujeito entenderá que a sua função enquanto leitor é a de construir outros efeitos de sentido em relação às peças publicitárias a partir do seu gesto de leitura e de interpretação. Assim, o sujeito [adolescente] olhará para si também como um construtor de sentidos daquilo que está lendo, destituindo o poder dos sentidos oferecidos pela mídia como os únicos, verdadeiros e inquestionáveis.

O grande desafio que me instiga enquanto profissional da linguagem/analista do discurso ao final deste estudo é o de construir juntamente aos sujeitos leitores

mecanismos de questionar a evidência de diferentes enunciados afirmativos/negativos – ‘ganhar peso provoca alucinações’, transformando-os definitivamente em enunciados interrogativos – ‘ganhar peso provoca alucinações?’. Penso que este movimento deva ocorrer pela constante discussão com os sujeitos [adolescentes] sobre a constituição sócio-histórica e ideológica dos sentidos da/na língua e deles mesmos enquanto leitores. Percebo que é apenas a partir desta via – do fazer uma escuta discursiva apurada dos seus discursos e dos discursos que circulam socialmente – que teremos sujeitos leitores mais críticos.

BIBLIOGRAFIA

ALBERTI, S. O adolescente e o outro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. Esse sujeito adolescente. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 1999.

ALTHUSSER, L. Aparelhos ideológicos de Estado. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

ANDRADE, S. dos S. Mídia impressa e educação de corpos femininos. In: LOPES LOURO, G. & NECKEL, J. et al. (org.). Corpo, gênero e sexualidade. Petrópolis: Vozes, 2003.

AUTHIER-REVUZ, J. Palavras incertas – as não-coincidências do dizer. Campinas: Ed. da Unicamp, 1998.

_____. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). Caderno de Estudos Linguísticos. Campinas, n. 19, 1990, p. 25-42.

BARBOSA, A. & CUNHA, E. T. da. Antropologia e imagem. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BAUMAN, Z. Identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BERGERET, J. Psicopatologia: teoria e clínica. Porto Alegre: Artmed, 2006.

BIRMAN, J. Arquivos do mal-estar e da resistência. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

_____. Por uma estilística da existência – sobre a psicanálise, a modernidade e a arte. São Paulo: Ed. 34, 1996.

BORBA, P. L. A inscrição do discurso do esquizofrênico no discurso religioso. In: Revista Linguagem & Ensino. Pelotas, n. 2, v. 11, 2008, p. 393-410.

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

BRAGA, A. Corpo, mídia e cultura. In: Razón y Palabra – Deposte, cultura y comunicación. n. 69. México: 2009.

BUCCI, E. & KEHL, M. R. Videologias. São Paulo: Boitempo, 2004.

CALLIGARIS, C. A adolescência. São Paulo: Publifolha, 2000.

CARVALHO, N. Publicidade – a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2006.

CASTRO, A. L. de. Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilo de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2003.

_____. Culto ao corpo, modernidade e mídia. In: Lecturas: Educación Física y Deportes. n. 9 [marzo]. Buenos Aires: Efdeportes, 1998

CAZARIN, E. A leitura: uma prática discursiva. In: Revista Linguagem em Dis(curso). n. 2, v.6. Tubarão: Unisul, 2006.

COELHO DOS SANTOS, T. Psicanálise e psicologia: ordem e caos. In: Revista de Psicologia e Psicanálise do Instituto de Psicologia da UFRJ. Número 5, 1994.

CORACINI, M. J. Identidade e discurso: (des)construindo subjetividades. Chapecó: Argos, 2004.

CORSO, M. Édipo, latência e puberdade: a construção da adolescência. In: Revista da APPOA, Porto Alegre, n.23, 2002, p. 18-30.

COSTA, A. Corpo e escrita. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002a.

_____. Apagando marcas: registro e endereço adolescente. In: Revista APPOA. Porto Alegre, n.23, 2002b, p. 9-17.

_____. & BACKES, C. et al. (org.). Adolescência e experiências de borda. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 2004.

_____. & RINALDI, D. (org.). Escrita e Psicanálise. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2007.

COURTINE, J. J. (org.). História do corpo – mutações do olhar. O século XX. Vol. 3. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

_____. Metamorfoses do discurso político – derivas da fala pública. Trad. Carlos Piovezani Filho & Nilton Milanez: São Carlos: Claraluz, 2006.

COUTINHO JORGE, M. A. Fundamentos da psicanálise de Freud a Lacan. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

COUTINHO JORGE, M. A. & FERREIRA, N. Lacan – o grande freudiano. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

COUTO, E. S. & GOELLNER, S. V. (org.). Corpos mutantes – ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 2007.

CSORDAS, T. Corpo – significado- cura. Trad. José S. da Fonseca & Ethon S. da Fonseca. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 2008.

DARMON, M. Ensaio sobre a topologia lacaniana. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

DIAS, M. G. L. V. O sintoma: de Freud a Lacan. In: Psicologia em Estudo. n.2. v. 11. Maringá, 2006, p. 399-405.

ELIA, L. O conceito de sujeito. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FEATHERSTONE, M. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, C. A. Análise do discurso: reflexões introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2007.

FIGUEIRA, M. L. M. A revista Capricho e a produção de corpos adolescentes femininos. In: LOPES LOURO, G. & NECKEL, J. et al. (org.). Corpo, gênero e sexualidade. Petrópolis: Vozes, 2003.

FONTES, M. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In: COUTO, E. S. & GOELLNER, S. V. (org.). *Corpos mutantes – ensaios sobre novas (d)eficiências corporais*. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 2007.

FLEIG, C. (org.) *Adolescente, sexo e morte*. Porto Alegre: CMC Editora, 2009.

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir – história da violência nas prisões*. Petrópolis, Vozes, 1992.

FRANÇÓIA, C. O simbólico e a clínica psicanalítica: o início da teoria lacaniana. In: *Revista AdVerbum*, Campinas, 2(1), 2007, p. 87-101.

FREUD, S. *O mal-estar na civilização*. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

_____. *A psicopatologia da vida cotidiana*. In: *ESB*, vol. VI. Rio de Janeiro: Imago, 1980.

GADET, F. & PÊCHEUX, M. *A língua inatingível – o discurso na história da lingüística*. Campinas: Pontes, 2004.

GALLO, S. L. *Autoria: questão enunciativa ou discursiva?* In: *Revista Linguagem em Dis(curso)*. n.2, v.1. Tubarão: Unisul, 2001.

GARCIA, T. M. *A análise do discurso francesa: uma introdução nada irônica*. In: *Working Papers em Linguística*, n. 7, Florianópolis: Ufsc, 2003, p. 121-140.

GARRITANO, E. J. & SADALA, G. *O adolescente e a cultura do corpo: uma visão psicanalítica*. In: *Polêm!ca*. v. 9, n. 3, Uerj, 2010.

GOELLNER, S. V. *A produção cultural do corpo*. In: LOPES LOURO G. & NECKEL, J. et al. (org.). *Corpo, gênero e sexualidade*. Petrópolis: Vozes, 2003.

GOLDENBERG, M. *O corpo como capital – estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. Barueri: Estação das Letras e das Cores Ed., 2007.

_____. *De perto ninguém é normal – estudos sobre corpo, sexualidade, gênero e desvio na cultura brasileira*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. (org.). *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro, Record, 2002.

_____. Os novos desejos. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GONÇALVES JUNIOR, L. Cultura corporal: alguns subsídios para sua compreensão na contemporaneidade. São Carlos: EDUFSCar, 2003.

GRANTHAM, M. Da releitura à escritura: um estudo da leitura pelo viés da pontuação. Tese de doutorado. Porto Alegre: Ufrgs, 2002.

GREGOLIN, M. R. Discurso e mídia – a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

GUIMARÃES, B. & BERGAMASCHI, R. et. al. Projeto de trabalho – Escrita e Psicanálise. Núcleo de estudos em psicanálise. Florianópolis: Ufsc, 2006.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Trad. Tomaz Tadeu da Silva & Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HANSEN, F. Heterogeneidade discursiva: o atravessamento do outro no processo criativo do discurso publicitário. Tese de doutorado. Porto Alegre: Ufrgs, 2009.

HENRY, Paul. A história não existe? In ORLANDI, E. (org.). Gestos de leitura - da história no discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 1994.

HERRMANN, F. O que é psicanálise – para iniciantes ou não. São Paulo: Psique, 1999.

IANNI, O. Karl Marx – Sociologia. São Paulo: Ática, 1988.

INDURSKY, F. Qual o papel do estudo científico da linguagem em uma sociedade fundamentalmente midiática? Entremeios: revista de estudos do discurso. v.2, n.1, jan/2011.

_____. Da interpelação à falha no ritual: a trajetória teórica da noção de formação discursiva. In: BARONAS, R. (org.). Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.

_____. Lula lá: estrutura e acontecimento. In: Discurso, língua e memória. Organon 35, v.17, Porto Alegre: Ufrgs, 2003a, p. 101-121.

_____. Argumentação na mídia: do fio do discurso ao processo discursivo - um contraponto. In: Revista Letras – PPGL / UFSM, nº 27, Santa Maria: UFSM, 2003b, p. 55-66.

_____. A noção de sujeito em análise do discurso: do desdobramento à fragmentação. In: CD-ROM – Sínteses 2, Anpoll, Porto Alegre, 2002.

_____. A fragmentação do sujeito em análise do discurso. In: INDURSKY, F. & CAMPOS, M. do C. (org.). Discurso, memória, identidade. Ensaio 15. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000, p. 70-81.

_____. A fala dos quartéis e outras vozes. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. & LEANDRO FERREIRA, M. C. Análise do discurso no Brasil – mapeando conceitos, confrontando limites. São Carlos: Claraluz, 2007.

_____. & LEANDRO FERREIRA, M. C. (org.). Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar. São Carlos: Claraluz, 2005.

JERUSALINSKY, A. (org.). Adolescência: um problema de fronteiras. Porto Alegre: APPOOA, 2004.

_____. A adolescência, o tempo do eterno retorno. In: Correio da APPOA, Porto Alegre, n. 105, 2002, p. 44-47.

KASTRUP, V. & PASSOS, E. et. al. (org.). Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2009.

KEHL, M. R. Sobre ética e psicanálise. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

KEIL, I. & TIBURI, M. (org.). O corpo torturado. Porto Alegre: Escritos Ed., 2004.

KRUEL, S. Criança e discurso: a ética da psicanálise – o valor do lugar simbólico que a criança ocupa, ao nascer, na construção do sujeito: meninos destinados a se tornarem bandidos? In: Revista Epistemo-Somática, Belo Horizonte, n. 01, v. IV, 2007, p. 110-118.

LACAN, J. O seminário: livro 11 – os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

LEANDRO FERREIRA, M. C. A ciranda dos sentidos. In: ROMÃO, L. & GASPAR, N. (org.). Discursos midiáticos: sentidos de memória e arquivo. São Carlos: Pedro & João Editores, 2008.

_____. A língua da análise do discurso: esse estranho objeto de desejo. In: INDURSKY, F. & LEANDRO FERREIRA, M.C. (org.). Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar. São Carlos: Claraluz, 2005a.

_____. Linguagem, ideologia e psicanálise. In: FONSECA-SILVA, M.C. & SANTOS E. dos. (org.). Estudos da língua(gem). Vitória da Conquista: UESB, n.1, 2005b, p. 69-75.

_____. Análise de discurso e psicanálise: uma estranha intimidade. In: Correio da APPOA, Porto Alegre, n. 131, 2004, p. 37-52.

_____. O caráter singular da língua no discurso. In: Organon, Ufrgs, Porto Alegre, n. 35, v.17, 2003a, p. 189-200.

_____. O quadro atual da análise de discurso no Brasil. Revista Letras PPGL / UFSM, nº 27, Santa Maria: UFSM, 2003b, p. 39-46.

_____. Da ambigüidade ao equívoco – a resistência da língua nos limites da sintaxe e do discurso. Porto Alegre: Ed. Universidade/Ufrgs, 2000.

_____. O lugar da sintaxe no discurso. In: INDURSKY, F. & LEANDRO FERREIRA, M.C. (org.). Os múltiplos territórios da análise do discurso. Ensaios 12. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999a, p. 60-66.

_____. Saussure, Chomsky, Pêcheux: a metáfora geométrica do dentro/for a da língua. In: Linguagem & Ensino. Pelotas, n.1, 1999b, p. 123-138.

_____. O estatuto da equivocidade da língua. In: SANTOS LIMA, M. dos & GUEDES, P. C. (org.). Estudos de linguagem. Ensaios 10. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1996, p. 39-50.

LE BRETON, D. Adeus ao corpo – antropologia e sociedade. Trad. Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 2003.

LE BRETON, D. Adeus ao corpo – antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2008.

LERUDE, M. Mas o que é que constitui então autoridade. In: FLEIG, C. (org.). Adolescente, sexo e morte. Porto Alegre: CMC Editora, 2009.

LIMA, M. E. A. T. Análise do discurso e/ou análise de conteúdo. In: Psicologia em Revista, Belo Horizonte, n.13, v.9, 2003, p. 76-88.

LOPES LOURO, G. Um corpo estranho – ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

_____. O corpo educado – pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

MACHADO, R. D. da S. O estudo do gênero pelo viés discursivo: refletindo sobre a dualidade masculino/feminino e sua relação com a escrita. Tese de doutorado. Porto Alegre: Ufrgs, 2006.

MAIA, M. C. G. Instâncias de subjetivação em relatórios sobre adolescentes infratores. Tese de doutorado. Niterói: Uff, 2006.

MALDIDIER, D. A inquietação do discurso. Campinas: Pontes, 2003.

MARIANI, B. (org.). A escrita e os escritos: reflexões em análise do discurso e psicanálise. São Carlos: Claraluz, 2006.

MARX, K. & ENGELS, F. A ideologia alemã – teses sobre Feuerbach. São Paulo: Moraes, 1984.

MAUSS, M. Sociologia e antropologia. São Paulo: Epu/Edusp, 1974.

MAZIÈRE, F. A análise do discurso – história e práticas. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Ed., 2007.

MELMANN, C. A era do prazer. In: Revista Isto É. n. 1824, São Paulo, 2004, p. 7-11.

MILNER, J. C. O amor da língua. Trad. Angela Cristina Jesuino. Porto Alegre: Artes Médicas, 1987.

MITTMANN, S. Mídia e discursos sobre o corpo: subjetividade e efeitos de sentido. (projeto de pesquisa). Porto Alegre: Fundação de Amparo à Pesquisa do RS – Ufrgs, 2005.

_____. GRIGOLETTO, E. & CAZARIN, E. (org.). Práticas discursivas e identitárias. Ensaios 22. Porto Alegre: Nova Prova Ed., 2008.

NOGUEIRA, V. & HINTZ, S. Metodologia científica. Jaraguá do Sul: Editora Unerj, 2006.

OLIVEIRA, L. F. de. A injúria adolescente. In: JERUSALINSKY, A. (org.). Adolescência: um problema de fronteiras. Porto Alegre: APPOOA, 2004.

_____. Adolescência como trabalho psíquico. In: Correio da APPOA, Porto Alegre, n.105, 2002, p. 28-32.

ORLANDI, E. Análise do discurso – princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.

_____. As formas do silêncio no movimento dos sentidos. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. Interpretação – autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. A linguagem e seu funcionamento – as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1987.

ORTEGA, F. Corpo em evidência: a ciência e a redefinição do humano. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

ORTIZ, R. Mundialização e cultura. São Paulo: Ed. Brasiliense, 199

PARKER, R. Corpos, prazeres e paixões – a cultura sexual no Brasil contemporâneo. Trad. Maria Therezinha Cavallari. São Paulo: Best Seller, 2001.

PÊCHEUX, M. O discurso – estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2002.

_____. Análise automática do discurso (1969). In: GADET, F & HAK, T. (org.). Por uma análise automática do discurso – uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. & FUCHS, C. A. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. (1975). In: GADET, F. & HAK, T. (org.). Por uma análise automática do discurso – uma introdução à obra de Michael Pêcheux. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. Semântica e discurso – uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Ed. da Unicamp, 1988.

PLON, M & ROUDINESCO, E. Dicionário de psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

PRADO DE OLIVEIRA, L. E. O conceito de Outro e a abordagem das psicoses. In: Controvérsias em Psicanálise, n. 1, 1999. Disponível em: <http://www.pradodeoliveira.com.br> Acesso em: 10/01/2010.

QUINET, A. Um olhar a mais – ver e ser visto na psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

RAMALHO E OLIVEIRA, S. Imagem também se lê. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

RASSIAL, J. J. A passagem adolescente – da família ao laço social. Trad. Francine Roche. Porto Alegre: Artes e Ofícios Ed., 1997.

_____. & BIDAUT, E. et al. Os nós adolescentes. In Revista da APPOA, Porto Alegre, n. 23, 2002, p. 127-137.

REVISTA UMA. n. 72. São Paulo: Símbolo, 2006, p. 65.

REY, S. Grande para andar só. In: Revista da APPOA, Porto Alegre, n. 23, 2002, p. 90-98.

RICKES, S. A escritura como cicatriz. In: Educação e Realidade. Ufrgs, Porto Alegre, n.27 (1), 2002, p. 51-71.

RODRIGUES, J. C. Tabu do corpo. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.

ROLNIK, S. Cartografia sentimental – transformações contemporâneas do desejo. Porto Alegre: Sulina; Ed. da Ufrgs, 2006.

ROSA JUNIOR, N. C. D. F. DA. Adolescência e violência: direção do tratamento psicanalítico com adolescentes em conflito com a lei. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: Ufrgs, 2006.

SANT'ANNA, D. B. (org.). Políticas do corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SILVA, T. T. da. Teoria cultural e educação: um vocabulário crítico. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SAUSSURE, F. Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix, 1974.

SCOTI, S. & BERGAMASCHI, R. et. al. Escrita e psicanálise II. Curitiba: Editora CRV, 2010.

SILVEIRA, P. Ideologia, indivíduo, sujeito. São Paulo: PUC-SP, 1994.

SIMÕES, P. R. A noção de trabalho representada pela imagem e interpretada pela palavra. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: Ufrgs, 2007.

SOUZA, A. P. L. de. O testemunho de Daniel Paul Schreber (1842-1911) em Memórias de um Doente dos Nervos (1903). In: Construção hipertextual dos alunos da disciplina de Psicopatologia I, Instituto de Psicologia – Ufrgs, 2007.

SOUZA, P. de. O esquecimento como condição de memória: a identidade em desabamento no ato de dizer. In: INDURSKY, F. & CAMPOS, M. do C. (org.). Discurso, memória, identidade. Ensaios 15. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000, p. 92-101.

THÁ, F. Uma semântica para o ato falho. São Paulo: Annablume, 2001.

TISCAR, D. Kogal: chapeuzinho vermelho contemporâneo. In: Revista Vórtice de Psicanálise, 2009. Disponível em: <http://www.revistavortice.com.br> Acesso em: 24/11/2009.

TOROSSIAN, S. Trajetos adolescentes na construção de toxicomanias. In: Psicologia em Revista. n. 1. v. 13. Belo Horizonte, 2007, p. 123-136.

ANEXOS

ANEXO 1

PORTAL

Médico responsável: Milton D. Bacalho Jr. - CRM 87814

Ganhar peso provoca alucinações.

No Spa Recanto você encontra uma estrutura completa para relaxar e entrar em forma. A melhor maneira de perder o medo da fita métrica e ganhar saúde. Muita saúde.



Clima de clube, saúde de spa
SPA RECANTO
Saúde • Emagrecimento • Lazer

Fone: 11 4528.0200 - Cabreúva-SP - www.sparecanto.com.br

ANEXO 2

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 34 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Essa propaganda me traz à mente o estereótipo de beleza que foi criado em meio a sociedade, porque magreza não é sinônimo de saúde, então podemos dizer que não é pela falta da pessoa ser gorda ou ter um peso um pouco mais elevada, que ela irá ser uma pessoa que não é saudável.

A população ultimamente está fazendo uma corrida apressada atrás da magreza, pois muitos acham que ela será o auge de saúde e o melhor estilo de vida, uma prova contra isso é a anorexia e bulimia. Então podemos dizer que perder peso também provoca alucinações, como aquelas que uma pessoa esquelética se vê no espelho, mas só enxerga uma pessoa gorda.

Sexo: () feminino
 masculino

Idade: 15 ANOS

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A PROPAGANDA QUE PODEMOS OBSERVAR É QUE GANHAR PESO, ENGORDAR É A PIOR COISA DO MUNDO, PECO MENOS PARA A MÍNIMA MEDIOCRATE QUE TEMOS, E TODOS TEM QUE ESTAR NO PESO QUE A "DITADURA DA BELEZA" EXCORA, MUITAS VEZES PESSOAS, PRINCIPALMENTE DO SEXO FEMININO NIXA SE LEVAR POR ESSA "DITADURA", MUITAS VEZES ATÉ APELANDO, HOJE EM DIA MUITAS MODELOS ESTÃO COM A FAMOSA DOENÇA ANOREXIA

MUITAS EMPRESAS FAZEM PROPAGANDAS DE EMAGRECIMENTO, MUITAS VEZES OFENDENDO AS PESSOAS QUE ESTÃO FORA DOS PADRÕES, QUE NA VERDADE NÃO EXISTE.

O TERMO "GANHAR PESO PROVOCA ALUCINAÇÕES" É RIDÍCULO, NÃO TEM PORQUE DESA APARÊNCIA. QUER RIDER QUE QUEM ENGORDA VAI FICAR COCO ATÉ VOLTAR O PESO DA "DITADURA".

A IMAGEM QUE A PROPAGANDA USA É DE UMA ALTA MEDICINA, QUE NOS PASSA O SENTIDO, DE QUE TEMOS QUE PERDER O MEDO DELA QUE É POR EXEMPLO DO TAMAHO DA BARRIGA. PONGAMOS ATÉ INCLUIA OS TAMAHO DA ROUBA.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 16 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A propaganda afirma que ter problemas com o peso implica diretamente em ter alucinações. É implica mesmo. A própria propaganda exemplifica isso. Quando tem-se problemas com o peso, começa-se a ter medo da fita métrica. Acha-se que ela é um "animal perigoso" e que está pronto a nos "morder" se não estivermos dentro dos padrões de medidas que a moda e a sociedade ditam.

Sexo: () feminino
(X) masculino

Idade: 18

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

É uma propaganda voltado ao público que quer perder peso. Para o peso perder peso com saúde ele deve ir ao SPA e se não ir, o peso continua a ganhar e sem saúde.

Sexo: () feminino
() masculino

Idade: 16 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (n° 72 / 2006)?

A fita métrica é como se fosse um elevador, onde o peso/medidas sobem e descem.

Como se fosse uma cascavel (cobra) que põe medo nas pessoas.

Pode ser a melhor amiga da mulher, onde ela, a fita métrica, nunca vai mentir se você está gorda ou não.

Olhando rapidamente, pode significar uma cobra que quer se enrolar em você e te sufocar.

Sexo: () feminino
 masculino

Idade: 15 Anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

AS PRIMEIRAS INTERPRETAÇÕES QUE ME OCORREM COMO LEITOR DESTA PROPAGANDA SÃO: QUE ELA DIZ QUE AS PESSOAS QUE SÃO MAIS "FORTES" COMEÇAM A TER MEDO DA FITA MÉTRICA, POIS ASSIM VERÃO QUE ESTÃO GANHANDO MAIS PESO, E COM ISSO ESTARIÃO FORA DOS PADRÕES DE BELEZA; QUE A MÍDIA INDUZ AS PESSOAS PARA SEGUIR A "DITADURA DA BELEZA", POIS SÓ ASSIM SERÃO ACEITAS PELA SOCIEDADE.

TAMBÉM TENHO A IMPRESSÃO QUE ESSA PROPAGANDA ASSOCIA O MEDO DE COBRAS, COMO ANAJÁ, COM O MEDO DE ENGORDAR, POIS ELA COLOCA A FITA MÉTRICA COMO UMA COBRA, FAZENDO COM QUE AS PESSOAS PASSEM A TER MEDO DE ENGORDAR.

ESSA PROPAGANDA TAMBÉM ALERTA, DE FORMA INDIRETA, SOBRE OS PROBLEMAS QUE A OBESIDADE PODE CAUSAR, POIS ELÉ USA O TERMO "ALUCINAÇÕES" COMO UMA DOENÇA. ELA, DE CERTA FORMA, CONTRIBUI COM A EXPANSÃO DA DITADURA DA BELEZA, POIS ~~E~~ MOSTRA QUE QUANDO AS PESSOAS VÃO GANHANDO PESO, COMEÇAM A FICAR NEURÓTICAS, E ISSO INDUZ A PESSOA A MANTER-SE MAGRA, POR É ASSIM QUE A DITADURA DA BELEZA, NOS INFORMA.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 17

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

As diversas a propaganda, a primeira interpretação que fiz foi a de que o fato de empregar pedras tem "alucinações" as pedras. Pois que as tais "alucinações" seriam uma alusão à memória de que a vida de atual está submetida, na busca educada pelas medidas perfeitadas. Além disso, representar as alucinações daqueles que impõem situações de uma obra - que na verdade é uma fita metálica - só reforça a ideia do parâmetro, mostrando que o trabalho de quem é fútil e de grande classe que essa possibilidade imediatamente as pedras.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 15 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Propaganda materializa o temor, ou algumas vezes (geralmente nas mulheres), da falta métrica. Esse temor é induzido muitas vezes pela mídia atual e pelo medo de não conseguir alcançá-la.

A mídia nos induz a crer que, pessoas bonitas são magras. A falta em forma de usurpant representa a mídia, que nos diz que o estife nos padrões ou não é horrível.

O medo de não conseguirmos alcançá-la os padrões ditados, nos catamenta, e queremos cada vez mais ver-mos como unco-nes de perfeição, ou seja, modelos. Como não vemos, algumas pessoas adoeçam adquirindo doenças, como anorexia e bulimia.

A mídia nos faz ter medo de sermos curvilíneas ou chumbas, ela nos faz ver que o que ela mostra é que realmente é bem bonito.

Sexo: () feminino
(X) masculino

Idade: 16 anos _____

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A interpretação que eu tenho dessa propaganda é que as pessoas gordas têm muito medo da fita métrica e elas simbolizam a como uma cobra perigosa que causa medo nas pessoas obesas.

Só que eu pessoalmente não vejo a fita como um bicho-de-sete-cabeça eu vejo ela como uma forma de ajuda para a pessoa, porque quando me falaram que eu estou gorda, eu não acho ruim, eu acho bom porque daí eu posso pensar, analisar e vejo se eu estou gorda se eu estiver eu começo a controlar minha comida e a fazer exercícios.

Então, pessoal não vamos ter medo da fita, vamos enfrentar ela, vamos ~~deixar~~ deixar de ver a fita como uma cobra, vamos olhar ela como uma amiga nossa e outra se você gosta de sete que você é não ligue para que os outros falam seja que você é e não que a mídia quer que você seja.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 19 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A primeira impressão exposta pelo texto publicitário é de que a sociedade trata-se de um problema genital, enfatizado por muitas mulheres que não são consideradas como pessoas que não correspondem ao padrão atual de beleza imposto pela mídia.

Nota-se a utilização da psicologia em seu contexto, como por exemplo, a fita métrica ilustrada em forma de uma serpente. Nessa situação pode-se obter uma profunda interpretação com relação à imposição dos padrões de peso, estipulados pela sociedade contemporânea. A forma da serpente, logo, considerada uma das mais perigosas, construída pela fita métrica, utilizada na medição de partes do corpo humano como busto, cintura, quadril, faz uma singela comparação a gravidade do problema da obesidade, assemelhando-a com a serpente.

Toda essa preocupação provém de uma "ditadura de beleza" imposta pela mídia e pelas indústrias cosméticas, que obtém, a cada dia, um maior poder de manipulação sobre as pessoas, principalmente as mulheres.

O termo saúde foi utilizado no texto publicitário com a finalidade de encobrir a real preocupação dos publicitários, que trata-se da estética.

Pode-se concluir que em textos publicitários há muito a utilização de termos psicológicos, mas que em propagandas como a apresentada, com um tema pessoal e crítico, o leitor deve manter-se fiel à sua opinião e fazer uma auto-avaliação de seus preceitos e valores.

Sexo: () feminino
() masculino

Idade: 16 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

PESO? Alucinou? Tô fora! Nem pensar!
A sociedade não quer saber dos "fofinhos", só há vitrines para os magrinhos. Aliás, **MAGÉRRIMOS!** Não há vagas para quem está fora do padrão social. A "serpente" social devora, destrói quem não entra neste encanto, fica no "canto" literalmente ou figuradamente.

A serpente causa medo, a não ser que você a domine, o que não é normal para a maioria. Sua mente fica tão abalada pelo medo de engordar, de ser rejeitado socialmente, que começa a ver coisas. Que loucura! Basta destes modelos!
Alucinou! Alucinou - se!

Sexo: () feminino
(X) masculino

Idade: 15 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

É o que toda mulher teme, a viridade de suas medidas.
Se o seu corpo está no padrão oculto, e a fita representa o medo da viridade...
A suspeita, a dúvida, a ansiedade, o desespero, a depressão; para alguns a fita métrica é apenas uma fita qualquer, mas para outros, é um rembo a ser alcançado; um desejo, uma luta secreta... um rumo na vida

Sexo: () feminino
(X) masculino

Idade: 16

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Parece que a propaganda deseja mostrar ao público que os aumentos de peso provocam alterações mostrando que a fita métrica é uma medida para o público, as estimulando a ir em seu spa.

Sexo: () feminino
(X) masculino

14

Idade: 16 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A obesidade é a segunda maior causa de morte que poderia ser evitada, ~~o álcool~~ a arrecadação que o governo arrecada com impostos de empresas alimentícias é muito maior do que gasta com saúde e tratamento de pessoas obesas e decentes retribuem de uma doença que cresce e se conquista por uma rotina toda os dias e uma das grandes culpadas é a mídia. Televisão, rádio, internet, outdoor e outros meios que prendem toda as suas rotinas. Pesquisas mostram que propagandas sobre saúde não alertam em nada, pelo logo depois vem uma notícia promocional de lanche delicioso e aquela pequena culpa que ia crescendo mais. O interessante é que a obesidade não vem sozinho, junto com ela vêm problemas de coração, diabetes, problemas nos ossos e sem contar de outros doenças que juntos podem levar ao óbito. Comidas gordurosas, com tanta química e dizem até que estão colocando vitaminas, artificiais suas vitaminas. Uma simples refeição teria um acúmulo tão grande de energia que seria suficiente para até dois dias. Cigara que a população parece que está tentando abandonar e encerrar o grande monstro que atormenta nos e que nos faz muito prejudicial. A propaganda mostra indicando que temos uma sociedade que exige padrões de beleza e que nos atormenta. Este "cator" é uma forma de mostrar que estamos sendo analisado constantemente, que precisa de estar nos padrões, mas parece que há mais felinhos do que maciinhos.

Sexo: () feminino
() masculino

Idade: 14 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Minhas primeiras interpretações são que quando você ganha peso, você começa a "fugir" da balança e da fita métrica. A ideia da propaganda em fazer a fita métrica em forma de cobra, e logo após dizer que quando você ganha peso você acaba tendo alucinações, pode ser vista como uma forma de fazerem as pessoas pararem de ter medo de se pesar e se medir.

Sexo: feminino
 masculino

Idade: 17 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Para quase toda a população ganhar peso é laçuro e não perder peso, emagrecer, ter uma cintura fina as mulheres e os homens, que le tonquimbo e muito musculoso, mas para conseguir isto muitas pessoas não usam formas corretas e acabam prejudicando a própria saúde.

Por este mesmo motivo tantas pessoas tem medo de chegar perto de uma lita métrica ou de uma balança, pois tem medo de descobrir que estão acima de "uma peso ideal".

As pessoas não devem ir pela mídia a ver a saúde dos outros, em primeiro lugar, mas a saúde estar magra se está diz muito, diante com oretoria. A aparência não deve ser por primeira lugar mas é o que mais acontece e as pessoas deixam se influenciarem pela mídia e pela mídia, estagando assim a própria vida.

Sexo: feminino
 masculino

Idade: 16

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (n° 72 / 2006)?

1º) De imediato, uma das primeiras interpretações que os leitores que lerem a propaganda terão, é o de que a spa é o "lugar perfeito", onde você vai se divertir, como se estivesse em um club, e sem mesmo tempo, vai entrar em forma, e ganhar saúde

Sexo: () feminino
 masculino

Idade: 17 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

É necessário ter boa saúde, este spa oferece uma proposta para emagrecimento. Esta propaganda traz a ideia de modelo ideal de beleza, um padrão, também traz a ideia de que estar acima do peso pode ser perigoso, sendo que a pessoa pode ter alucinações, como a fita métrica lembrando uma cobra, que é perigosa e tóxica. Logo comparei o excesso de peso com o perigoso veneno de uma cobra.

Sexo: () feminino
() masculino

Idade: 15 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (n° 72 / 2006)?

A fita métrica é uma serpente, que nos persegue tentando nos enganar. Então logo ~~o~~ nem o EPA resolvendo o mesmo problema com a fita métrica, ou melhor, com o peso.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 15 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

A primeira interpretação desta figura é de que as pessoas que possuem pesos elevados ao ideal, começam a colocar coisas em suas calças, como por exemplo, não poder usar certos tipos de roupas por causa da sua aparência física.

Percebe-se também aquelas que já não magram que por mais que se abatem e veem que não têm sucesso ainda se abatem ainda, com isso têm surgindo as doenças como anorexia e bulimia, que acabam matando muitas adlecentes.

A fita mítica que aparece junto a uma propaganda de um spa, significa na minha opinião de que as pessoas querem ficar sempre com o corpo em forma, porém precisam se atentar no que comem para que isso não venha a prejudicá-las.

Com tudo isso só pode-se dizer que as pessoas tem que se abater no espelho e se gastar, independente se seja gorda ou magra, e jamais ser preconceituosa com relação à aparência das pessoas.

Sexo: feminino
() masculino

Idade: 16 anos

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Com essa propaganda pode-se perceber ~~esse~~ com a frase: "Ganhar peso provoca alucinações", que as pessoas mais gordinhas sentem-se tristes, e começam a pensar em coisas ruins, tem medo de se pesar ou de ~~ver~~ saber de suas medidas.

Sexo: (X) feminino
() masculino

Idade: 15 _____

Propagandas provocam diferentes interpretações em seus leitores. Quais as primeiras interpretações que lhe ocorrem como leitor(a) da propaganda em anexo, extraída da Revista Uma (nº 72 / 2006)?

Atualmente nossa sociedade está sofrendo um choque entre valores "velhos" e novos que estão sendo criados no mundo capitalista. Hoje pode-se notar a super valorização da estética, deixando de lado outros aspectos como inteligência, competência, educação... Não é à toa que os programas de TV ^{com} ~~são~~ maiores audiências são aqueles em que expõe mulheres belíssimas embora sem nada além da estética. ~~até~~ ^{chega a} ~~se~~ expor a figura da mulher ao ridículo. É triste ver que toda a luta da mulher para ascender e estar lado a lado ao homem em uma sociedade machista está sendo esquecida, e pior, a mulher hoje está sendo vista apenas como algo com peitos turbinados, huummm arrebitado e nada mais. A super valorização da estética ameaça os valores morais persistentes até hoje. Dessa forma a mídia nos faz engolir diariamente propagandas com frases como "Compre isto e fique magra" "Coma isso e emagreça"...