

PADRÕES DE BELEZA, GÊNERO E GRAUS DE LETRAMENTO NO DISCURSO DA REVISTA *VEJA*

Dionéia Motta Monte-SERRAT⁴⁹

Leda Verdiani TFOUNI⁵⁰

Fernanda Cristina R. CARDOSO

Roberta Lopes PEREIRA⁵¹

Resumo: A interpelação pela ideologia na capa da revista *Veja* cuja chamada é “Emagrecer pode ser uma delícia – Conflito: ela está de dieta. Ele não”, explicada pela Análise do Discurso (PÊCHEUX, 1988) e pelo Letramento (TFOUNI, 2005) permitem observar formações ideológicas, ao lado de um maior domínio da escrita, atuando como um mecanismo que interdita alguns sentidos e naturaliza outros. A análise da materialidade discursiva dessa capa recai sobre um discurso não-verbal (imagem) e um discurso verbal (textos). Divergências de padrões de beleza para o homem e para a mulher nos levam a deslocar sentidos evidentes para que novas significações surjam.

Palavras-chave: Ideologia. Discurso. Letramento. Sujeito. Polissemia.

Abstract: *One magazine cover, asserting: "Losing weight can be delightful - Conflict: she is on a diet. He is not" is explained through ideological interpellation, a concept present in Discourse Analysis (Pêcheux, 1988) and Literacy theory (Tfouni, 2005), that allows the observation of ideological formations, along with a high literacy degree suggesting mastery of writing skills. The ideology acts as a mechanism that prohibits some senses, while turning others natural. The analysis of the corpus stresses nonverbal (image) and verbal discourse (texts). Differences in standards of beauty for men and women led us from evident senses to new meanings.*

Keywords: *Ideology. Discourse. Literacy. Subject. Polysemy.*

Introdução

A análise de uma capa da revista *Veja* é tomada, por nós, como discursividade sobre a qual utilizaremos conceitos da Análise do Discurso (AD) (PÊCHEUX, 1988) e

⁴⁹ Doutoranda em Psicologia pela FFCLRP-USP, Ribeirão Preto, SP, Brasil, CAPES-BEX 4394/10-0, FAPESP 09/54417-4, di_motta61@yahoo.com.br

⁵⁰ Professora Titular da FFCLRP- USP e pesquisadora do CNPq, lvtfouni@usp.br

⁵¹ Graduandas em Psicologia pela FFCLRP-USP

do Letramento (TFOUNI, 2005) para questionar e tentar interpretar os efeitos de sentido que se produzem nesse conjunto textual composto de materialidade verbal e não-verbal.

Partimos do pressuposto de que, para Pêcheux (op. cit.), o discurso é efeito de sentidos entre interlocutores determinados sócio-historicamente e interpelados pela ideologia. A articulação de alguns conceitos da AD (op. cit.), que faz sobressair o funcionamento do mecanismo que interdita uns sentidos, naturalizando outros, mostra como os sujeitos são interpelados sem que tenham consciência disso.

Formações ideológicas dominantes (FIs) (PÊCHEUX, 1988) na cadeia discursiva produzem um efeito de verdade, ou seja, de que aquela é a única maneira de dizer, e isto faz com que uma classe social predomine sobre outra, levando ao assujeitamento da classe dominada, que, num processo de identificação, abandona seus próprios valores para adotar aqueles que dão mais prestígio. A esse respeito, Pêcheux (1988) ensina que a ideologia é fruto do esquecimento número 1 (esquecimento ideológico), pelo qual o sujeito tem a ilusão de que é a origem do seu dizer; sendo que o que ocorre, na realidade, é que ao falar, ele retoma sentidos pré-existentes. O autor (op. cit.) ensina, também, que sob o esquecimento número 2 o sujeito tem a ilusão de que o que pensa é exatamente aquilo que diz, ou seja, que haveria uma correspondência linear entre pensamento, mundo e linguagem.

Para nossa análise utilizamos, ainda, a teoria do Letramento (TFOUNI, 1992, 2005), que nos leva a refletir sobre o fato de a “estabilidade” e a “transparência” da escrita serem realidades construídas. Com a utilização de paráfrases (que representam o uso do mesmo, a reiteração), e da polissemia (situação em que há uma dispersão dos sentidos) podemos observar, no referido conjunto textual, que a atividade da escrita traz desigualdade na esfera individual e torna naturais as relações de poder.

Nosso objeto de análise para este estudo é uma capa da revista *Veja* sobre emagrecimento que promete ensinar formas agradáveis de emagrecer. Fazem parte dessa materialidade discursiva um discurso não-verbal (a imagem de uma modelo vestida com uma roupa feita de folhas de repolho) e um discurso verbal (“Conflito: ela está de dieta. Ele não.”; “Geladeira magra e geladeira gorda. Decida.”), com destaque para “Emagrecer pode ser uma delícia” (ver figura abaixo). Esse conjunto apresenta divergências sobre como os gêneros “ele/ela” lidam com a questão de emagrecer e veremos mais adiante que a ideologia naturaliza isso diferentemente para o homem e para a mulher. Há, também, a utilização de palavras estrangeiras como “*light*” e “*chefs*”,

que, além de darem uma idéia de sofisticação, materializam a divisão de classes e remetem a uma alteridade além-fronteira, criando uma heterogeneidade onde sobressai o público mais letrado a que a revista se destina, uma vez que é esse público que detém a chave de leitura desse discurso.

Com uma visão discursiva ancorada na idéia de que a língua passa por um percurso histórico e social, as supostas “unicidade” e “transparência” da língua caem por terra, pois esta última estabelece divisões de gênero e de classe social. A língua escrita em especial materializa uma ideologia: “a dominação cultural faz-se principalmente com base na ‘força’, no ‘poder’ e na ‘autoridade’ das práticas escritas” (TFOUNI, 1994, p. 61).

Ideologia e discurso

As teorias da AD (PÊCHEUX, 1988) e do Letramento (TFOUNI, 1992, 2005) aplicadas à capa da revista *Veja* da edição 2154, ano 42, número 21 nos dão a oportunidade de observar o funcionamento da ideologia, o modo como esta mobiliza sentidos no uso da língua e atualiza, para os sujeitos, uma posição ideológica específica para interpretar, interditando outros sentidos possíveis.

A Análise do Discurso (AD), teoria desenvolvida por Michel Pêcheux na França, na década de 60, tem como objetivo estudar o discurso, sendo este entendido como efeitos de sentido entre sujeitos. Essa teoria não tem a preocupação voltada para a gramática, mas para a palavra em movimento, para a prática da linguagem dentro de uma conjuntura sócio-histórica. Como analistas do discurso consideraremos, além do texto escrito da capa da mencionada revista, os processos e as condições de produção da linguagem, a fim de estabelecermos uma relação dessa linguagem com a exterioridade.

Existe uma lógica baseada em uma ideologia subjacente na utilização da linguagem, que constrói certos conceitos de maneira a eliminar o conteúdo concreto, real, para o qual, no entanto, remetem. Manteremos distância do paradigma galileano, positivista, cujas técnicas não conduzem a um estudo da linguagem enquanto tal, e que, com seu aparato conceitual aprisiona o analista a determinados conceitos, fechando a interpretação. Nossa base de estudo está no paradigma indiciário (GINZBURG, 1989), que permite interrogar a transparência da linguagem e redimensionar o sentido por meio do descentramento da noção de sujeito.

Para a AD (PÊCHEUX, 1988), que adota este último paradigma, a materialidade da ideologia é o discurso e a materialidade do discurso é a língua. Na relação fundamental língua-discurso-ideologia, Pêcheux compreende que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Esse autor propõe, dentro do quadro epistemológico da AD, a articulação entre a Linguística - tomada a partir do entendimento de que a linguagem é opaca e de que não existe correspondência entre linguagem, pensamento, mundo - e história, de modo a observar a historicidade na língua; observar que o sentido se produz na relação linguístico-histórica. A AD, portanto, não adota a visão de que exista transmissão de informação como algo linear; ela leva em conta o funcionamento da linguagem, que produz e relaciona sentidos e sujeitos afetados pela língua e pela história. Daí a definição de discurso: efeito de sentidos entre interlocutores no contexto sócio-histórico (PÊCHEUX, 1988).

Letramento

A teoria do Letramento (TFOUNI, 1992, 2005) nos permite conhecer o modo de produção dos sentidos na revista *Veja* para além de um “achar”, pois possibilita relacionar o discurso, como efeito de sentidos dos recortes de que tratamos, com a materialidade da língua. É no campo da linguagem que o sujeito se constitui e é, pois, esse campo que permite o estudo do assujeitamento dos sujeitos: “o fato de que haja língua tem a ver com o fato de que haja inconsciente” (MILNER, 1987, p. 42). A teoria do Letramento (op. cit.), ao aproximar a visão discursiva à escrita, desnatura a suposta estabilidade e transparência desta e traz à tona a também suposta autonomia dos leitores da revista quanto à escolha da dieta, quanto à escolha do modelo de beleza a ser seguido. O poder das práticas escritas, segundo Tfouni (2005), está no fato de que este cria uma barreira lingüística que supre “deficiências” em nome de uma língua universal e homogênea. Quando nos distanciamos da forma da linguagem, das regras gramaticais, para nos atermos ao contexto social e histórico dos recortes, emergem outros sentidos possíveis, outras regiões discursivas que significam de outro modo (TFOUNI, 1992, 2005).

A “forma plenamente visível de autonomia” (PÊCHEUX, 1988, p. 159) para escolher a própria dieta, a forma do corpo que se quer ter, mostra-se uma ilusão quando a aproximamos da visão do letramento (TFOUNI, 1992, 2005), ou seja, quando

percebemos que os que dominam a escrita são os sujeitos que ocupam posição de sujeitos mais letrados na sociedade:

A complexidade das formações sociais (e discursivas) produzidas pela escrita determina, na mesma medida, uma complexidade de papéis a serem assumidos pelo sujeito [...] Em uma sociedade altamente letrada, essa distribuição social não homogênea do conhecimento e das práticas sociais organizados pelo letramento garante, de um lado, a participação eficaz dos sujeitos que as dominam, e, por outro, marginaliza aqueles que não têm acesso a esse conhecimento (TFOUNI, 1992, p.104-105).

Tfouni (1992) propõe o letramento como prática social, como um processo sócio-histórico que estuda, num mesmo conjunto, tanto aqueles que são alfabetizados com variados graus de domínio da escrita, quanto os não-alfabetizados. Assim, as práticas sociais da escrita dentro da sociedade têm maior eficácia quanto maior for o grau de letramento do indivíduo, sendo que, para dar conta desses graus, Tfouni (1992, p. 26) desenvolveu a proposta de um continuum, uma linha imaginária onde estariam dispostas as várias posições discursivas disponíveis em uma sociedade letrada.

Para Tfouni (1994, p.61) “a dominação cultural faz-se principalmente com base na ‘força’, no ‘poder’ e na ‘autoridade’ das práticas escritas”. Como a imprensa tem a incumbência, não explícita, de administrar a produção e circulação dos sentidos para formar o “consenso”, a revista *Veja* é, segundo a visão do Letramento, um meio para estabelecer um “mundo semanticamente estabilizado” (PÊCHEUX, 2002), onde todos parecem pensar e agir de igual modo.

O funcionamento da interpretação

Se tomarmos como ponto de partida o fato de que a leitura não é transparente, segundo o entendimento de Pêcheux (1988), poderemos colocar em questão a interpretação: duvidando de um sentido único e “verdadeiro” da reportagem a que nos referimos (como se houvesse uma chave de interpretação), buscaremos a compreensão da produção dos sentidos possíveis que circulam nessa reportagem.

Para essa compreensão iremos trabalhar com conceitos da AD (PÊCHEUX, 1988) como: sujeito, ideologia, interdiscurso, condições de produção, memória, esquecimentos, formações imaginárias, formações discursivas, paráfrase, polissemia, de modo a construirmos nosso dispositivo analítico.

O procedimento de análise por nós utilizado (AD pêcheutiana) toma como princípio o fato de que não existe um sentido único e imutável. A materialidade da língua, os recortes que iremos analisar, possibilitam a observação do sujeito imerso numa dupla ilusão: a de que a origem dos sentidos das palavras está em nós e sob nosso controle. Pêcheux (op. cit.) ensina que, quando dizemos algo, pensamos estar no controle da enunciação das palavras; não nos damos conta de que, ao usar uma palavra, poderíamos usar outra em seu lugar (esse esquecimento é de natureza semi-consciente). O outro esquecimento, número 1 (PÊCHEUX, 1988), é o esquecimento ideológico, inconsciente; por causa dele temos a sensação de que os sentidos das palavras têm origem em nós, mas o que ocorre, todavia, é que os sentidos das palavras são preexistentes e em nós moldados pela ideologia, entrelaçados pela influência da língua e da história.

A relação entre discursos é importante para nossa pesquisa porque “um discurso aponta para outros que o sustentam” (ORLANDI, 1999, p. 39), e, nessa relação, existe um mecanismo, a que Pêcheux (1988) dá o nome de “antecipação”, pois nele o sujeito enuncia segundo a perspectiva (imaginária) daquele que o ouve, dizendo-a de um modo conforme o efeito que quer produzir no seu ouvinte. O sujeito locutor antecipa uma situação e, com base nela, toma certas atitudes. Quando a capa da revista traz palavras como “*chef*” e “*light*”, por exemplo, ela antecipa para quais leitores ela se destina.

A “relação de forças” (PÊCHEUX, 1988) também é interessante para este trabalho, porque “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 1999, p. 39). Assim, quando observamos o recorte - “*Conflito: ela está de dieta. Ele não*” -, podemos perceber relações de força sustentando o poder desses diferentes lugares ideologicamente colocados para “Ele” e para “Ela”.

Nos textos em análise, não importa quem enunciou a mensagem empiricamente; importam as condições de produção nas quais ela é enunciada, já que, para a AD, sujeito é efeito de sentido entre interlocutores num contexto sócio-histórico.

Pensando desse modo, podemos identificar a posição que o sujeito enunciador ocupa em relação à imagem que ele tem do seu interlocutor. Isso vai indicar a direção ideológica da formulação dos enunciados. E tudo isso diz respeito ao funcionamento das formações imaginárias (FIs), conceito desenvolvido por Pêcheux (1988), para explicar que o que produz sentido no discurso não é o sujeito que ocupa um lugar

“socioeconômico”, mas, sim, as imagens desse sujeito, que fazem com que ele ocupe posições no discurso.

Interpretando discursivamente a capa da revista Veja

Abaixo, temos a capa referida anteriormente (figura 1: VEJA. Edição 2154, ano 42, número 21)



Procuramos partir do estranhamento da superfície linguística dos enunciados da capa acima para fazer um deslocamento dos efeitos de sentido “transparentes” e “evidentes” que nos são apresentados.

Colocando essa materialidade discursiva dentro do contexto sócio-histórico da revista lembramos, primeiramente, que no site desta circula o *slogan* “VEJA. Indispensável para o país que queremos ser”; ou informações como:

VEJA é leitura obrigatória para quem deseja qualidade de informação, tendo foco total nos consumidores que querem entender o mundo. A

revista traz, semanalmente, os principais fatos e notícias do Brasil e do mundo, elaborados por jornalistas altamente qualificados, para leitores que gostam de estar bem informados (VEJA, 2010).

O fato de o nome da revista Veja estar no imperativo não pode ser desprezado em nossa análise, pois deixa implícita a obrigatoriedade de sua leitura. O nome “Veja” relacionado ao *slogan* “Indispensável para o país que queremos ser”, nos leva, pelos mecanismos de paráfrase e polissemia, a questionar o primeiro, propondo outros nomes para a revista, como, por exemplo: “Opine”, “Olhe” ou “Observe”. O uso de “Veja” indicia não só o predomínio do olhar, que é marcante na sociedade pós-moderna, onde muitas vezes é o *design* ou a cor da mercadoria que determina sua escolha pelo consumidor. Tomando o par “ver/olhar”, podemos considerar que se pode olhar sem ver, ou seja, é possível que o olho esteja dirigido para um objeto sem que o cérebro registre esse gesto. Ao usar o verbo “ver” no imperativo, os editores da revista pretendem impor uma obrigação, uma ordem para o olhar. Seguindo essa ordem, o sujeito é alienado de seu suposto poder de escolha, e vê-se colhido nas malhas da interpelação ideológica: no momento em que se “vê” algo, não há mais escape.

O outro aspecto a ser comentado é o de que, tendo em mente o contexto da sociedade atual, observamos a retomada de um interdiscurso que se refere ao *glamour* e à sedução, visto que o contexto material da foto remete a uma famosa foto da atriz de cinema e símbolo sexual Marilyn Monroe, o que estabelece uma ligação entre a foto e a redução da mulher ao sexo, já observada em muitos outros veículos mediáticos de propaganda (de cerveja, de carro). A vestimenta da mulher (folhas de verdura) procura sugerir que emagrecer está associado com a ingestão de vegetais, como alface, o que evidencia um desprezo pelo aspecto nutritivo e de saúde da dieta. Trata-se aqui de emagrecer a qualquer custo, pois o resultado (adquirir um corpo que atrai sexualmente) tudo compensa.

O recorte “Conflito: ela está de dieta. Ele não” nos leva à voz da ideologia em que o masculino é tomado como parâmetro para estabelecer direitos e deveres com relação ao padrão de beleza: há, claramente, uma isenção da revista com respeito ao peso do homem. Ele não precisa se manter magro, o que leva a um conflito entre ela e ele por causa da dieta, como se essa mudança de hábito alimentar fosse geradora de impasses e crise entre o casal. Outro aspecto a ser comentado é o de que há um direcionamento já estabelecido a respeito de quem deve fazer dieta para manter-se

atraente e sexualmente provocante: a mulher. Esses fatos discursivos são marcados linguisticamente pelo uso do ponto final depois de “ela”, o que marca uma ruptura com o “ele”, que inicia o enunciado seguinte, escrito com letra maiúscula. Essa quebra, marca de heterogeneidade discursiva, pode indiciar quem é responsável pelo “conflito”: “ela”. Desse modo, essas diferenças de gênero, aparentemente tão “naturais” na reportagem da revista, devem ser entendidas no contexto sócio-histórico quanto às expectativas sobre qual o papel da mulher na manutenção de um casamento feliz e equilibrado. Retomam a ideologia do século XVIII, quando a revolução democrático-burguesa tinha de “justificar a desigualdade entre homens e mulheres com fundamento numa desigualdade natural” (COSTA, 2010).

Segundo a teoria da Análise do Discurso (PÊCHEUX, 1988) é pertinente fazer um resgate do contexto histórico-cultural, a fim melhor entendimento da formação ideológica que aí vigora. A sociedade foi construída historicamente a partir da dominação masculina, de uma cultura patriarcal. Devido a isso, foi criada uma representação do feminino na qual a mulher é assujeitada e seu corpo é transformado em objeto. Dessa forma, a ideologia propaga práticas sociais como, por exemplo, a de embelezamento, que produzem efeitos e instituem verdades, em que a mulher se educa e se fabrica para o homem, sendo que este não é tão cobrado por um padrão de beleza. A fetichização da mulher alcança um nível quase absurdo neste caso, pois seu corpo, cuidadosamente “fotoshopado”⁵², se apresenta como algo que existe para ser comido (uma salada, por exemplo).

Outro efeito de sentido a ser observado é o da produção de sentidos provocada pelo uso de certas palavras estrangeiras como “*light*” e “*chefs*”. O recorte “as receitas *light* de 7 *chefs* consagrados” supõe um nível de letramento acima da média para ser interpretado, não só pelo uso de palavras de outra língua (fato que cria uma situação de diglossia, que, por si só, já é geradora de conflitos, pelo fato de instalar uma heterogeneidade, além da polissemia), como também pela sintaxe em estilo telegráfico (que caracteriza as “chamadas” ou manchetes): há nesse enunciado o predomínio da elipse, e esse estilo faltante requer que o sujeito consiga preencher as informações ocultas, o que pode ser tarefa fácil para quem está familiarizado com a norma culta de escrita, mas não para quem é marginalizado dela. O efeito de sofisticação criado pelo

⁵² Imagem retocada por recursos do *photoshop*

uso de palavras em inglês e em francês sugere, ainda, outro mapa da direção da ideologia: uma relação de assimetria entre sociedades dominantes e dominadas, e, em última análise, entre ricos e pobres. A cartografia das desigualdades sociais jaz na base desse discurso, que é “para ver” somente; “comer” é outra questão.

O enunciado “Geladeira magra e geladeira gorda. Decida” instala um lugar de interpretação que antecipa a posição do sujeito-leitor de que ele seria livre para fazer opções, tomar decisões, quando, de fato, existem somente duas possibilidades de escolha, exclusivas entre si (trata-se de um “ou/ou”, e não de um “ou/e”). Deve-se enfatizar também o uso da metáfora “geladeira” para substituir o corpo humano, produzindo uma fetichização característica da sociedade de consumo.

Em “o que as magérrimas famosas não contam” também existe uma retomada da questão do padrão de beleza imposto às mulheres. Fica implícito que nesta revista haverá alguma revelação que não há em outros veículos de comunicação. Além disso, “magérrimas” pode representar tanto magra em exagero quanto algo positivo pelo superlativo, algo como “mais do que magra”, por exemplo, magra e “linda”. Nesse caso a palavra “famosas” remete a um padrão explícito de beleza, já que elas, como foco da mídia, servem para propagar esses ideais. De todo modo, cria-se uma ilusão de que existe um “segredo” ainda não revelado, que somente o será para quem comprar a revista.

Em “emagrecer *pode* ser uma delícia” o verbo “pode” pressupõe que geralmente emagrecer não é gostoso e a revista dará alternativas que tornem o emagrecer algo agradável, como se fosse tirado o pesar, a dificuldade da dieta. Além disso, a palavra “delícia” vem vinculada ao comer e ao prazer que se pode extrair disso, o que se relaciona com o trecho “as receitas *light* de 7 *chefs* consagrados”. Note-se, ainda, a polissemia de “poder”, que tanto pode ser um modalizador epistêmico (exprimindo dúvida), quanto um deontico (exprimindo permissão). Tal polissemia faz com que emagrecer adquira uma força ilocucionária e perlocucionária que extrapola as fronteiras do dizer, pois constrói um sujeito onipotente, dono de suas decisões e escolhas, e o emagrecimento como algo dependente somente dessas escolhas.

A sequência discursiva “geladeira magra e geladeira gorda. Decida” indica que a decisão a ser tomada depende de apenas dois caminhos. Dado o contexto linguístico e de situação do material discursivo como um todo, não resta dúvida de que a escolha já

está pré-determinada pela ideologia: o leitor deve optar pela geladeira magra. O “decida” induz à escolha da geladeira magra pela ideologia e parece uma opção radical que os leitores devem fazer. Portanto, o uso do termo “escolha” induz a uma ilusão própria da sociedade de consumo: o sujeito pensa poder escolher, quando, na verdade, há somente uma opção possível. Ademais, a metáfora “geladeira magra ou gorda”, na verdade, nos faz pensar diretamente na pessoa magra ou gorda, remetendo ao padrão de beleza, o que influi na decisão.

Em “como pensar magro”, a revista promete ensinar uma receita que é chave para todo o processo de perder peso. O “pensar” cria um efeito de sentido de que as ações a serem tomadas para emagrecer se originam no intelecto do sujeito, de onde se derivaria a visão de que quem é magro “sabe pensar”, enquanto quem é gordo “não sabe”. O que ele não sabe, de fato? A sugestão do enunciado é que o sujeito é dono de seu pensamento; controla-o e utiliza-o para decidir. A ideologia, que atua de maneira inconsciente sobre as escolhas do sujeito (conforme ao esquecimento nº 1), faz supor que esse sujeito dotado de vontade e livre-arbítrio pode mudar o seu pensamento para atingir objetivos; parece extrapolar o ato de tomar decisões que levam ao emagrecimento. Em nenhum momento, no entanto, razões e/ou riscos de saúde são invocados, o que leva a crer que a racionalidade do sujeito estaria voltada para padrões de beleza, para aquilo que é desejado e valorizado como corpo atraente.

Conclusão

Em nossa articulação do corpus com a teoria da Análise do Discurso de Pêcheux (1988) e com a teoria de letramento de Tfouni (2005), pudemos duvidar do sentido óbvio, e resgatar ideias que estão para além da superfície linguística. Pudemos observar como a formação sócio-histórica dá origem à ideologia e aos seus preceitos de assujeitamento, padrão estético-corporal, enfim, pudemos desvendar sentidos articulados com a ideologia da classe dominante. Em nossa análise, desenvolvemos um estranhamento que permitiu deslocar sentidos, fazendo surgir daí novas significações. A forma material da História encontra-se na língua, e o sentido se produz nessa relação linguístico-histórica. Para Pêcheux (1988), a relação discurso-sujeito é fundamental, pois não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Assim, o discurso é

efeito de sentido entre interlocutores (sujeitos) determinados sócio-historicamente e interpelados pela ideologia; esta, por sua vez, naturaliza a luta de classes por meio dos discursos. Faz-se necessário, então, duvidar do sentido óbvio. Uma das formas de fazer isso, que foi apontada neste artigo, seria considerar que existem diferentes graus de letramento e, portanto, de participação/exclusão nas práticas letradas (especialmente as escritas). Para quem esse discurso que relaciona emagrecimento com beleza e sedução se dirige? Primeiramente, para as mulheres, criando a ilusão de que o gênero feminino é fútil e preocupado com a aparência, tentando sempre obter um corpo ideal, além de reificar esse corpo, apresentando-o visualmente como algo “para ser comido”. Em segundo lugar, para aqueles que sabem ler, e conseguem interpretar códigos quase secretos, como é o caso do uso de palavras de outras línguas, fato que requer um grau de letramento bastante elevado. Desse modo, por trás da aparente boa intenção em melhorar a vida das pessoas (mulheres), esse discurso conserva e propaga a divisão entre gêneros e o predomínio do homem sobre a mulher, além de efetuar outra divisão, entre aqueles que têm a chave para interpretar as metáforas e diglosias presentes na reportagem.

Referências

COSTA, J, **A construção cultural da diferença entre os sexos**. Disponível em http://jfreirecosta.sites.uol.com.br/artigos/artigos_html/construcao_cultural.html. Acesso em 28 de maio de 2010.

GINZBURG, C., **Sinais: raízes de um paradigma indiciário**, In **Mitos, emblemas e sinais**, São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MILNER, J-C, **O amor da língua**, Porto Alegre: Artes Médicas, 1987.

ORLANDI, E, **Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos**, Campinas: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, M., **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**, Campinas: Ed. Unicamp, 1988.

_____. **O Discurso: estrutura ou acontecimento?** 3. ed., Campinas, SP: Pontes, 2002.

TFOUNI, L, **Letramento e analfabetismo**. Tese de Livre-Docência, FFCLRP-USP, Ribeirão Preto, 1992.

_____. A escrita: remédio ou veneno? In AZEVEDO, M. A.; MARQUES, M. L. (orgs.), **Alfabetização hoje**. São Paulo: Cortez, p 51-69, 1994.

_____. **Letramento e alfabetização**, São Paulo: Cortez, 2005.

VEJA. Edição 2154, ano 42, número 21. Disponível em <http://www.abril.com.br/revistas/>. Acesso em 28 de maio de 2010.