

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SEMIÓTICA E LINGUÍSTICA GERAL

CLÁUDIA MARQUES FERNANDES CARLUCCI

**A TEMÁTICA DA MATERNIDADE EM DIFERENTES GÊNEROS
DISCURSIVOS. ARGUMENTAÇÃO E ESTESIA**

VERSÃO CORRIGIDA

2023
São Paulo

CLÁUDIA MARQUES FERNANDES CARLUCCI

claudiafcarlucci@usp.br

**A TEMÁTICA DA MATERNIDADE EM DIFERENTES GÊNEROS
DISCURSIVOS. ARGUMENTAÇÃO E ESTESIA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística do Departamento de Linguística da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Semiótica e Linguística Geral

Orientadora: Norma Discini Campos

VERSÃO CORRIGIDA

2023
São Paulo

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

C278t Carlucci, Cláudia Marques Fernandes
 A temática da maternidade em diferentes gêneros
discursivos. Argumentação e estesia / Cláudia Marques
Fernandes Carlucci; orientadora Norma Discini Campos
- São Paulo, 2023.
 144 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São
Paulo. Departamento de Linguística. Área de
concentração: Semiótica e Linguística Geral.

1. Semiótica. 2. Gêneros discursivos. 3.
Argumentação. 4. Estesia. 5. Maternidade. I. Campos,
Norma Discini, orient. II. Título.

Nome: CARLUCCI, Cláudia Marques Fernandes.

Título: A temática da maternidade em diferentes gêneros discursivos. Argumentação e estesia.

Área de concentração: Semiótica e Linguística Geral.

Aprovada em:

Banca Examinadora:

Presidente: Profa. Norma Discini Campos – Universidade de São Paulo

Profa. Renata Mancini – Universidade de São Paulo

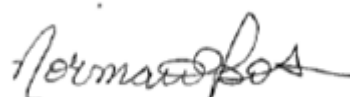
Profa. Regina Souza Gomes – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Profa. Eliane Soares de Lima – Universidade Federal Fluminense

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE**Termo de Anuência do (a) orientador (a)****Nome do (a) aluno (a): Cláudia Marques Fernandes Carlucci****Data da defesa: 21/08/2023****Nome do Prof. (a) orientador (a): Norma Discini Campos**

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento ao Sistema Janus e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 25/09/2023



*orientador (a)**(Assinatura do (a))*

À minha família, pelo apoio e carinho constantes, em especial às mulheres que me antecederam e que tanto me inspiram: Valéria, minha amada mãe; Celeste (in memoriam) e Antônia, minhas queridas avós.

AGRADECIMENTOS

À minha querida orientadora, Profa. Dra. Norma Discini Campos, por me apresentar à semiótica, guiar-me com rigor e doçura a cada etapa desta pesquisa e não me permitir o “lugar do aquém”. Obrigada por ser uma inspiração.

Aos meus pais, Luiz Carlos e Valéria, que me fizeram colocar os estudos em primeiro lugar e sempre lutaram para me oferecer as melhores oportunidades.

Ao meu marido e parceiro de vida, Bruno, pelo apoio, pela compreensão e pelo amor constantes.

Aos meus filhos, Breno e Davi, pelos beijinhos que me deram enquanto eu estava compenetrada escrevendo. Cada beijo renovava minhas energias.

Ao meu irmão, Rafael, à minha cunhada, Giovanna, e aos meus sobrinhos, Rafinha e Lucca, por entenderem minha pressa em ir embora nos almoços de domingo.

À minha Gemita, pelo incentivo, companhia e amizade preciosa.

À minha amiga Daniela dos Santos, pela troca, pelas conversas e por toda a diferença que fez em meu percurso neste mestrado.

Aos professores Antonio Vicente Seraphim Pietroforte, Elizabeth Harkot de La Taille, Mariana Luz Pessoa de Barros, Eliane Soares de Lima, Waldir Bevidas e Luiz Tatit, pelas disciplinas ministradas.

Ao GESUSP, pelas trocas e aprendizados.

À Regina Souza Gomes e à Renata Mancini, pelos esclarecimentos e sugestões no exame de qualificação e também pela participação na banca de defesa. Também agradeço à professora Eliane Soares de Lima por integrar a banca.

À Cláudia de Carvalho Guarnieri, pela revisão deste trabalho.

Aos meus queridos alunos, com quem aprendo todos os dias e de quem tanto me orgulho.

À Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, pela formação de excelência.

RESUMO

CARLUCCI, C. **A temática da maternidade em diferentes gêneros discursivos. Argumentação e estesia.** 2023. 144 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

A partir da semiótica narrativa e discursiva (GREIMAS; COURTÉS, 2008), nossa pesquisa tem por objetivo problematizar os mecanismos de produção e de apreensão do sentido em textos pertencentes a três esferas da comunicação: a literatura, a mídia e a publicidade. Unidos pela temática da maternidade, os textos de nosso *corpus* consistem em dois poemas da literatura contemporânea, um de Carlos Drummond de Andrade e outro de Mario Quintana, uma reportagem do jornal *O Estado de S. Paulo*, publicada *online*, e um vídeo publicitário para o Dia das Mães da marca Natura. Examinaremos, principalmente, o plano do conteúdo de cada um desses textos para verificar questões semióticas como: a articulação entre as dimensões estética e argumentativa (DISCINI, 2015); a verdade como veridicção (GREIMAS; COURTÉS, 2008); o intervalo entre veridicção e verossimilhança (GREIMAS; COURTÉS, 2008; DISCINI, 2009); a argumentação como estratégia do enunciador; e o sensível como elã (ZILBERBERG, 2011) constitutivo da linguagem: estesia; função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991). Estando nossa pesquisa no limiar da semiótica discursiva com o pensamento teórico sobre a linguagem desenvolvido por Mikhail Bakhtin, privilegiamos, quanto a esse pensador russo, a noção de campos do conhecimento e de gêneros discursivos (BAKHTIN, 1997). Também incorporamos algumas contribuições da sociosemiótica trazidas por Landowski (2014a), relacionando os regimes de interação aos gêneros discursivos. Discutimos, ainda, a relação entre os regimes de crença propostos por Fontanille (2019) e a constituição dos gêneros. Acreditamos que nossa pesquisa trará uma contribuição para a semiótica porque, além de examinar a imanência, ou seja, o percurso gerativo de sentido, ela contempla o intervalo semiótico entre os diferentes gêneros e os textos que os concretizam. Pudemos demonstrar como o papel temático se flexiona ao gênero e, logo, ao campo e às práticas. Na reportagem cotejada, o papel temático da mãe molda-se às respectivas coerções da prática e do campo jornalísticos, amparados em uma veridicção que tem efeito de factualidade, e ao esquema de delegação de vozes próprio do gênero, em que o repórter dá voz a um ator social, que não foi criação

dele. Assim, o papel temático da mãe é mais encarnado porque mais vivido e mais vivido porque mais particularizado. É *aquela* mãe. Por sua vez, nos poemas e no vídeo publicitário, temos o papel temático de uma mãe que não fala “eu”: é a mãe de quem se fala. Nos textos poéticos, especialmente, o papel temático da mãe atinge a universalidade dos princípios de constituição do ator. A “mãe” é vista como uma entidade, e não como um ser humano carnal, com suas dores e aflições.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; Gêneros discursivos; Argumentação; Estesia; Papel temático; Maternidade.

ABSTRACT

CARLUCCI, C. **Maternity as theme in varied discourse genres. Argumentation and esthesia.** 2023. 144 f. Thesis (Master's Degree) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

This research builds around narrative and discursive semiotics (GREIMAS; COURTÉS, 2008) to problematize the mechanisms of sense production and apprehension in texts belonging to three spheres of communication: literature, media, and advertising. Two poems from contemporary literature, one by Carlos Drummond de Andrade and the other by Mario Quintana, an online story posted by the newspaper *O Estado de S. Paulo*, and a Natura brand video advertising for Mother's Day are the texts forming our *corpus*, whose the common theme is maternity. Our main focus is to look into each of these texts content plane for semiotic matters such as: articulation between the sensitive and argumentative dimensions (DISCINI, 2015); truth as veridiction (GREIMAS; COURTÉS, 2008); the interval between veridiction and verisimilitude (GREIMAS; COURTÉS, 2008; DISCINI, 2009); argumentation as an strategy for the enunciator; the sensibility as the constitutive impetus (ZILBERBERG, 2011) of language: esthesia; and the poetic function of language (JAKOBSON, 1991). Lying just where the discursive semiotics meets Mikhail Bakhtin's theoretical thinking on language, our research gives special importance to the Russian thinker's notion of fields of knowledge and discursive genres (BAKHTIN, 1997). Some contributions from sociosemiotics brought by Landowski (2014a) relating the regimes of interaction to the discursive genres are also incorporated in this paper. Moreover, we debate the relationship between the regimes of belief proposed by Fontanille (2019) and the constitution of genres. Hopefully our research will bring a contribution to semiotics as it not only sheds a light on immanence, that is, the generative trajectory of meaning, but also encompasses the semiotic interval between varied genres and the texts that concretize them. We successfully demonstrate how the thematic role unfolds toward the genre and, consequently, to the field and practices. In the collated news story, the thematic role of the mother is shaped by the respective constraints of the journalistic practice and field, supported by a veridiction presenting a factual effect, and by the delegation of voices typical of this genre, in which a reporter gives voice to a social actor which was not a creation of his own. Thus, the thematic role of the mother is as much as incarnated as it is more enacted, which becomes

more intense to the extent of its particularization. It is *that* mother. In turn, the poems and the advertising video show us the thematic role of a mother who does not say “I”: she is the mother who is spoken of. Particularly in poetic texts, the thematic role of the mother reaches the universality of the actor's constitutive principles. The “mother” is deemed an entity rather than a carnal human being struggling with pain and affliction.

KEYWORDS: Semiotics; Discourse genres; Argumentation; Esthesia; Thematic role; Maternity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
Notas preliminares.....	15
Objetivos e método.....	16
Sobre o <i>corpus</i>	18
Sobre a estruturação do trabalho.....	24
Capítulo 1 – A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO: DA IMANÊNCIA À APARÊNCIA – PRESSUPOSTOS TEÓRICOS	26
1.1 A semiótica greimasiana.....	26
1.2 O percurso gerativo do sentido.....	28
1.2.1 <i>Nível fundamental</i>	30
1.2.2 <i>Nível narrativo</i>	32
1.2.3 <i>Nível discursivo</i>	41
1.3 A semiótica tensiva.....	44
1.4 O discurso do amor materno e da santa-mãezinha.....	47
1.4.1 <i>Maria, o exemplo a ser seguido</i>	50
Capítulo 2 – OS GÊNEROS DO DISCURSO E A SEMIÓTICA	51
2.1 Campos do conhecimento e gêneros discursivos.....	51
2.2 Gêneros, <i>práxis</i> enunciativa e regimes de interação.....	55
2.3 Gêneros e regimes de crença.....	59
2.4 Discurso da arte, Discurso da vida.....	61
Capítulo 3 – ARGUMENTAÇÃO E ESTESIA: UMA RELAÇÃO EM CONSTANTE MOVIMENTO	66
3.1 Relações entre enunciador e enunciatário.....	66
3.2 A figura da mãe.....	93
3.3 O olhar do observador.....	100

3.4 A estesia do <i>lógos</i>	102
3.5 A presença sensível.....	107
CONCLUSÃO	123
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	129
ANEXOS	137

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipos de modalidades.....	35
Quadro 2 – Tipos de manipulação.....	38

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Prints do vídeo Natura.....	23
Figura 2 – Percurso gerativo de sentido.....	29
Figura 3 – Quadrado semiótico e suas relações.....	30
Figura 4 – Quadrado Semiótico da veridicção.....	38
Figura 5 – Bifurcação da tensividade.....	45
Figura 6 – Triagem e mistura.....	46
Figura 7 – <i>Prints</i> de vídeos publicitários diversos.....	65
Figura 8 – <i>Post</i> Samara Felippo – parte 1.....	73
Figura 9 – <i>Post</i> Samara Felippo – parte 2.....	73
Figura 10 – <i>Post</i> Naná Queiroz.....	76
Figura 11 – Categoria modal alética.....	83
Figura 12 – <i>Print</i> Ivete Sangalo.....	89
Figura 13 – <i>Print</i> perfis diversos.....	90
Figura 14 – <i>Print</i> casas diversas.....	91
Figura 15 – <i>Print</i> mulher grávida.....	96
Figura 16 – <i>Print</i> expressões corporais.....	106
Figura 17 – <i>Print</i> mosaicos diversos.....	113
Figura 18 – <i>Print</i> Comentários ao post de Samara Felippo.....	120
Figura 19 – <i>Print</i> Comentários ao post de Nana Queiroz.....	121

INTRODUÇÃO

Notas preliminares

Vem de Saussure, especificamente da obra *Curso de linguística geral* (1975), o estudo das articulações internas que definem a língua como sistema. Dessas articulações configuram-se restrições fonológicas, morfológicas e lexicais. Estendendo o princípio de articulação para o discurso, temos, na enunciação, articulações oriundas da relação entre a semântica e a sintaxe, bem como daquela entre o sensível e o inteligível (ZILBERBERG, 2011). Tais relações representam sistemas de restrições. Assim, o enunciador de um texto está sempre condicionado a restrições éticas e estéticas, captáveis, no nível discursivo dos enunciados, pela análise das marcas sintáticas e semânticas e pela descrição, no nível tensivo, das cifras tensivas, estas que embebem de força (ou elã) as relações do sentido.

Somos, então, remetidos ao estudo de temas e figuras, os quais nos levam ao enunciador, cujo objetivo é destinar valores ao enunciatário e fazer com que este os incorpore. Cabe ao enunciador, ainda, conforme nos sugere Fiorin (1988, p. 42), trazer em seu dizer “a reprodução inconsciente do dizer de seu grupo social”, o que pode ser descrito por meio do exame do tratamento ético dado aos mesmos temas e às figuras. É daí que emergem os papéis temáticos.

É preciso considerar, além do investimento ético cravado nos temas e figuras, as valências tensivas (ZILBERBERG, 2011) a eles relacionadas. São essas valências que determinam como o sujeito sente o impacto sensível daquilo que lhe atinge, se com mais ou menos força. As oscilações tensivas são responsáveis por mudanças nos recursos de textualização, que engloba o plano do conteúdo e o plano da expressão, além de alterações específicas ao plano da expressão. Ao falar, portanto, sobre a visada sensível do sujeito remetemos a papéis patêmicos.

Investido de funções semânticas e tensivas, o enunciador passa (no interior de um texto e no intervalo entre um texto e outro de uma totalidade) de actante sintático, pressuposto ao enunciado, a ator da enunciação, que desempenha tanto papéis temáticos quanto papéis patêmicos e tem, portanto, um “corpo” encarnado (DISCINI, 2015). Assim, todo texto apresenta duas dimensões: uma ligada aos papéis temáticos do sujeito e, dessa forma, a seu perfil ético, judicativo e, portanto, moralizante, e uma relacionada a seus

papéis patêmicos e, conseqüentemente, à estesia, à sensibilidade, à forma de acolher sensivelmente as coisas do mundo. Segundo Discini (2015), quando examinamos a articulação dos papéis patêmicos com os investimentos semânticos e as condições tensivas que os modulam e a comparamos com a de outros textos, podemos chegar à descrição de elementos afins e, assim, confirmar o estilo (de gênero, de autor e de época). Nossa pesquisa, no entanto, trabalhará com uma amostragem pequena de textos e, por esse motivo, não temos tal pretensão. Analisar e elucidar como a dimensão ética e a dimensão estética estão imbricadas nos textos de nosso *corpus* é um dos objetivos centrais de nossa dissertação, conforme detalharemos na sequência.

Objetivos e método

A partir da semiótica narrativa e discursiva (GREIMAS; COURTÉS, 2008), nossa dissertação problematizará os mecanismos de produção e de apreensão do sentido em textos pertencentes a três esferas da comunicação: a literatura, a mídia e a publicidade, concretizadas nos gêneros poema, reportagem e anúncio publicitário, respectivamente. A linha que une os textos de nosso *corpus* é a temática maternidade.

Assim, para além da interdiscursividade, cravada nessa temática, práticas sociais são evocadas no diálogo entre os textos que analisamos. As práticas sociais, que são semióticas, isto é, levam em conta a semiose que faz o mundo significar, “apresentam-se como sequências significantes de comportamentos somáticos organizados, cujas realizações vão dos simples estereótipos sociais até as programações de forma algorítmica” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 380). No agenciamento imprimido no fluxo da semiose e da vida, configura-se uma enunciação alargada, que ultrapassa as margens do texto. Deparamos com a enunciação que, pensada como práxis¹ (FONTANILLE, 2017), faz emergir o papel do sujeito coletivo. Estamos no âmbito do ir e vir entre o posto, o mundo que evolui segundo uma semiose, e a práxis, esta entendida como a recorrência de um gesto enunciativo que firma o posicionamento social do sujeito falante². Há nos exemplares de nosso *corpus* a condensação de práticas semióticas

¹ A noção de práxis, para Fontanille (2017, p. 986), “refere-se às operações que, por meio de uma apropriação do sistema das estruturas profundas da narratividade, produzem configurações semióticas suficientemente estabilizadas para se colocarem à disposição de outros usos, as quais são apreendidas num movimento constante de remodelação das formas, sendo responsável, portanto, pela renovação dos discursos”.

² A proposta desenvolvida por Greimas para a questão da referência é a noção de “semiótica do mundo natural”. Ela não considera o mundo extralinguístico como um referente absoluto, mas, sim, “como o lugar

relacionadas à maternidade, mas não serão elas o foco de nossa análise. Esta, tendo como nível de pertinência o texto-enunciado, pretende demonstrar como tais práticas se condensam em cada um dos objetos em questão.

Com o exame do plano do conteúdo dos textos por nós elencados, o que será feito por meio do instrumento metodológico intitulado percurso gerativo do sentido, nossa pesquisa pretende também, ainda que de modo menos preciso em relação àquele que se fará no plano do conteúdo, observar o plano da expressão dos textos analisados, em especial no que diz respeito ao texto plástico (vídeo publicitário) que integra nosso objeto de estudo e aos poemas.

Portanto, algumas das questões semióticas que verificaremos em nossa pesquisa e que vão conduzir nossas frentes de interrogações teóricas básicas são:

1. A articulação entre as dimensões estésica e argumentativa em cada um dos textos analisados (DISCINI, 2015);
2. A verdade como veridicção (GREIMAS; COURTÉS, 2008);
3. O intervalo entre veridicção e verossimilhança (GREIMAS; COURTÉS, 2008; DISCINI, 2009);
4. A argumentação como estratégia do enunciador (FIORIN, 2020b);
5. O sensível como elã constitutivo da linguagem: estesia; função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991; ZILBERBERG, 2011).

Acreditamos que nossa pesquisa traz uma contribuição para a semiótica porque, além de examinar a imanência, ou seja, o percurso gerativo de sentido, ela contempla o intervalo semiótico entre os diferentes gêneros e os textos que os concretizam. E assim o fazemos problematizando a temática da maternidade. Operamos com um objeto candente, em tempos de conquistas de direitos ao próprio corpo, pela mulher que participa das contradições da sociedade contemporânea. Esse não será nosso foco principal, porém tal dimensão subjaz continuamente às nossas análises e às nossas reflexões teóricas.

Partindo do princípio saussuriano de que a nascente do sentido está nas relações e nas diferenças, comparando-se um poema com uma reportagem e com um anúncio

de manifestação do sensível, capaz de se tornar a manifestação do sentido humano [...] de tratar este referente como um conjunto de sistemas semióticos mais ou menos implícitos” (GREIMAS, 1975b, p. 48). Assim, o mundo que conhecemos é aquele recortado culturalmente pela nossa língua natural (materna). Em outras palavras, o mundo natural corresponde a uma “estrutura ‘discursiva’, pois se apresenta no quadro da relação sujeito/objeto: é o ‘enunciado’ construído pelo sujeito e decifrável por ele” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 324).

publicitário, poderíamos dizer que o poema se encontraria no alto da curva tensiva (ZILBERBERG, 2011), o anúncio na zona de intensidade mediana e a reportagem na zona do in-acento ou de baixa intensidade. Em outras palavras, na imbricação entre a dimensão estética e a dimensão ética, teria preponderância no poema a primeira, enquanto na reportagem sobressairia a segunda, com todos os mecanismos de enunciação e de textualização próprios do campo midiático e do gênero em questão. No entanto, acreditamos que essa categorização seja bastante estereotipada e não apreenda a complexificação que envolve os gêneros dos textos por nós analisados.

Por essa razão, nossa proposta é ir além de possíveis estereótipos dos gêneros e verificar como se dá a relação entre estesia e argumentatividade em cada um dos objetos. Isso não significa, contudo, que as coerções dos campos e até mesmo as coerções genéricas serão postas de lado em nossa pesquisa. Entretanto, faz-se mister inserir em nosso trabalho a profundidade que a análise requer. A reportagem de nosso *corpus*, conforme comentaremos a seguir, foi publicada na internet, o que, por si só, de acordo com estudos recentes que serão por nós considerados, já carrega uma tonicidade que não existia nas matérias *off-line*. A hipótese que certamente reputamos é a de que o tratamento temático será diferenciado nos distintos textos e gêneros dos textos contemplados. Nosso objetivo, enfatizamos, é descrever e analisar os mecanismos pelos quais essa diferenciação ocorre e pode ser, assim, depreendida em sua recorrência ao longo dos textos em questão.

Sobre o *corpus*

O *corpus* de nossa dissertação consiste em dois poemas da literatura contemporânea, um de Carlos Drummond de Andrade e outro de Mario Quintana, uma reportagem do jornal *O Estado de S. Paulo*, também conhecido como *Estadão*³, publicada *on-line*, e um vídeo publicitário para o Dia das Mães da marca Natura.

Faz-se necessário esclarecer alguns pontos sobre a escolha de tais objetos. O primeiro diz respeito à diferença de temporalidade entre os textos. Enquanto os poemas datam da segunda metade do século XX (e foram publicados de forma impressa, *off-line*), a reportagem e o vídeo publicitário são bem mais atuais (2019 e 2020, respectivamente) e tiveram sua veiculação na internet e, no caso do vídeo, também na televisão. Essa

³ Neste trabalho, adotaremos o nome *Estadão* para se referir ao jornal *O Estado de S. Paulo*, uma vez que seu próprio *site* utiliza essa designação (estadao.com.br).

distância cronológica entre os textos não se configura um empecilho à pesquisa pois, para a semiótica, o contexto não é pensado como algo que explica o texto. A transcendência histórica pulsa na imanência textual. A historicidade está na imanência dos textos e é o texto-enunciado nossa unidade de análise prioritária. É nele que estão condensadas as práticas sociais (em nosso caso, a prática da maternidade), e as práticas são experiências, são história.

Uma segunda questão relaciona-se ao ponto de vista presente nos textos. Enquanto nos poemas e na peça publicitária o ponto de vista que organiza a figura da mãe e a temática da maternidade é o do filho, que enxerga a mãe como um ser sobrenatural e sagrado, na reportagem ele se define como o da própria mãe, que, em discurso direto, fala sobre seu corpo, suas dores e sugere como a sociedade sacraliza a mulher que se torna mãe. Em determinada situação, a mãe, ator do enunciado, vai falar “eu” (na reportagem, quando ela assume o turno de fala). Em outras (nos poemas e no vídeo), haverá o papel temático de uma mãe que não fala “eu”; é sobre ela, também ator do enunciado, que se fala. Mesmo trazendo pontos de vista diferentes (do filho e da mãe), o que nos interessa nos textos é o tema da maternidade, sustentado pelo papel temático da “mãe”. Esse tema, tal como tratado pelos textos materializados em gêneros, reflete e refrata (BAKHTIN, 1988) os dados do mundo e da realidade social.

Os poemas, por serem textos mais curtos, estão aqui transcritos. Da reportagem colocamos apenas uma parte para rápida apreensão; o texto integral encontra-se disponível na seção nomeada Anexos. Com relação ao vídeo publicitário, selecionamos algumas capturas de tela, presentes no corpo deste capítulo, porém ele pode ser assistido pelo *link* disponibilizado nas referências.

A seguir, transcrevemos o poema *Para sempre*, de Carlos Drummond de Andrade, e o poema *Mãe*, de Mario Quintana. Na sequência, apresentamos algumas informações acerca da reportagem do *Estadão* e do vídeo publicitário da Natura que serão analisados.

Poema – *Para sempre*

Publicado pela primeira vez em 1962, *Para sempre* se insere em uma fase temática mais filosófica da obra de Drummond. No texto, o eu lírico lamenta o fato de as mães terem que morrer. Eis o poema:

PARA SEMPRE

Por que Deus permite
que as mães vão-se embora?
Mãe não tem limite,
é tempo sem hora,
luz que não apaga
quando sopra o vento
e chuva desaba,
veludo escondido
na pele enrugada,
água pura, ar puro,
puro pensamento.
Morrer acontece
com o que é breve e passa
sem deixar vestígio.
Mãe, na sua graça,
é eternidade.
Por que Deus se lembra
— mistério profundo —
de tirá-la um dia?
Fosse eu Rei do Mundo,
baixava uma lei:
Mãe não morre nunca,
mãe ficará sempre
junto de seu filho
e ele, velho embora,
será pequenino
feito grão de milho.

(ANDRADE, 2012, p. 76.)

Poema – Mãe

Com apenas uma estrofe de oito versos e linguagem que privilegia o trato popular com nossa língua, o poema relaciona a (curta) extensão da palavra *mãe* com o sentido (grandioso) por ela representado⁴. A seguir, o texto:

MÃE

Mãe! São três letras apenas
As desse nome bendito:
Três letrinhas, nada mais...
E nelas cabe o Infinito.
É palavra tão pequena
— confessam mesmo os ateus —
É do tamanho do Céu!
E apenas menor que Deus.

(QUINTANA, 2005, p. 707.)

⁴ Não identificamos a data exata em que o poema “Mãe”, de Quintana, foi publicado pela primeira vez. Sabemos, porém, que ela se encontra entre 1940 e 1994, período que engloba a primeira e a última publicação do autor.

Ao cotejar ambos os poemas, pretendemos observar invariantes temáticas e variações figurativas. É importante mencionar que tanto o texto de Quintana como o de Drummond são muito populares na internet hoje em dia, sendo constantemente postados em *sites*, *blogs* e perfis de redes sociais que falam sobre maternidade. Em razão do modo de figurativizar o tema da maternidade e de tornar a “mãe” um ator contemplado em alturas de excelência de presença, eles refletem uma visão um tanto hegemônica da maternidade, uma vez que excluem as contradições dessa prática, conforme analisaremos ao longo de nossa pesquisa.

Reportagem – “Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso”

Publicada na versão *on-line* e gratuita do jornal *Estadão*, no dia 12 de maio de 2019, a reportagem é assinada pela jornalista Ludimila Honorato. O texto discute a importância de as mães compartilharem suas experiências da maternidade (principalmente as consideradas “ruins”) para aliviar sentimentos como frustração e culpa. Algumas mães e especialistas (uma antropóloga, por exemplo) foram ouvidas e integram os depoimentos da matéria. A seguir, um trecho da reportagem⁵:

Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso

Pressão social para a maternidade leva a sentimento de culpa, mas compartilhar experiências traz liberdade emocional

A maternidade é um parto. A frase é título do primeiro episódio da série *Turma do Peito* e reflete bem o conjunto da obra e a realidade de mulheres que, após se tornarem mães, lidam com as dores da maternagem⁶ e o processo de se conhecer novamente. Nas redes sociais, muitas delas fazem desabafos, desmistificam o “padecer no paraíso”, compartilhando o sofrimento que nasce junto com o bebê, fomentando a discussão em torno da maternidade real.

No fim de abril, a atriz Samara Felippo, de 40 anos, disse em uma publicação no Instagram que ama as filhas, Alícia e Lara, mas não ama tanto ser mãe. A declaração repercutiu e houve quem se identificasse e quem achasse um absurdo, mas ela garante que recebeu muito mais apoio do que críticas negativas. “É muito culposo falar isso. [A mulher] Vai ser tachada como mãe ingrata, egoísta, cruel. É uma sociedade inteira apontando o dedo desde que você engravida”, disse Samara ao E+. Com o apoio de outras mulheres, mães ou não, ela percebeu que o que sentia era normal e buscou não se culpar por estar sendo uma “péssima mãe”.

⁵ A íntegra dessa reportagem encontra-se no Anexo A.

⁶ O termo “maternagem”, utilizado na reportagem e também por nós em algumas passagens da dissertação, refere-se às relações de afeto, cuidado e acolhimento que uma mãe estabelece com o filho, independentemente de terem ou não um vínculo consanguíneo.

A reação contrária a declarações como a de Samara faz parte de uma cultura que vê a mulher como predestinada à maternidade. Pelo mesmo motivo, condena aquelas que decidem não serem mães. Mesmo quando o ambiente deveria ser de compreensão e acolhimento, de alguma forma, a mulher que se torna mãe é vista dentro de um modelo-padrão. “A primeira coisa que questionei foi como as mães são marginalizadas pelo feminismo tradicional. Simone [de Beauvoir] dizia que a mulher era escrava da espécie porque gerava e criava [filhos] o tempo inteiro. Acho que é um argumento muito triste para o feminismo contemporâneo, porque rejeita a maternidade como uma condição de liberdade de realização, em vez de ver a maternidade como um grande poder feminino”, comenta a escritora feminista Nana Queiroz, de 33 anos, autora dos livros *Presos que menstruam* e o mais recente *Eu, travesti*, sobre a vida de Luisa Marilac.

Mãe de Jorge, de oito meses, Nana usa suas redes sociais para compartilhar reflexões sobre a maternidade. Ela já falou sobre a perda de identidade da mulher que se torna mãe, a dificuldade da amamentação (ela perdeu um terço de um mamilo), o padrão de beleza no pós-parto e sobre a divisão de tarefas e carga mental com o marido. Outra mulher que compartilha suas experiências da maternidade é a *designer* e ativista Thaiz Leão, de 29 anos, autora do livro *O exército de uma mulher só*. Sabe aquela história de “vou ter de desenhar para entenderem”? Pois é, ela foi lá e desenhou. Por meio do perfil @a_maesolo no Instagram, ela ilustra como é ser mãe solo e critica termos “encorajadores” como “mãe guerreira”. “Isso é tipo um golpe e as pessoas aceitam cair no golpe. É golpe você se submeter a dar tudo de si e mais um pouco para, no final, alguém falar: ‘é fazer o que tinha de ser feito’. E quando muito ganha um ‘guerreira’. Eu não quero viver minha vida para chegar no final aniquilada, sem autonomia social. A maternidade cobra uma conta hoje que faz você chegar aniquilada no final e ganhar um ‘parabéns’”, avalia Thaiz. [...] (HONORATO, 2019).

Vídeo publicitário – *Força de mãe, força que fica*

A empresa de cosméticos Natura lançou, em abril de 2020, campanha de Dia das Mães, realizada por meio de um vídeo batizado *Força de mãe, força que fica*. Certamente como ecos do contexto de pandemia da Covid-19 e do consequente isolamento social, a peça publicitária foi na contramão das tradicionais campanhas (em que mães aparecem com seus filhos, abraçadas ou compartilhando momentos felizes)⁷ e figurativizou atores em estado de solidão, em vídeos caseiros, cantando a música *Maria, Maria* (1978), de

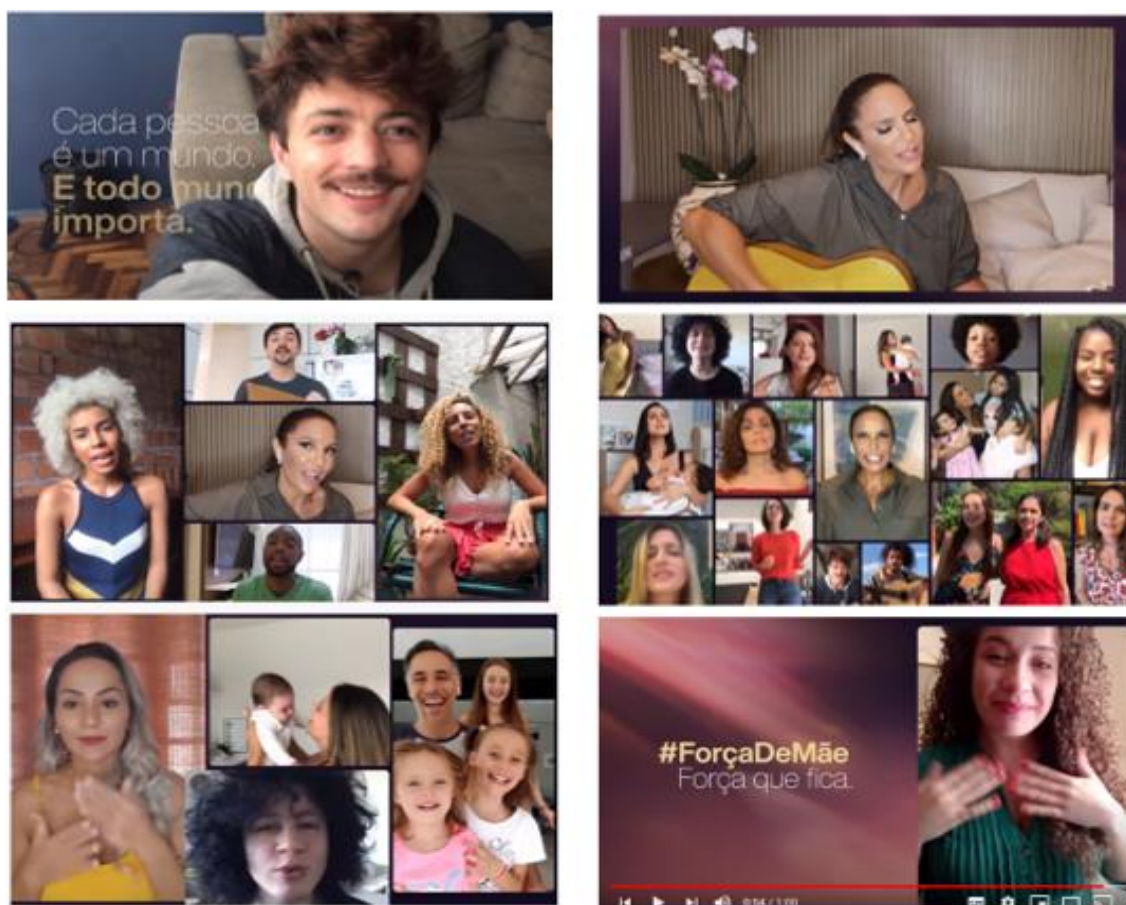
⁷ Os *links* a seguir trazem exemplos de campanhas publicitárias do Dia das Mães que mostram o contato físico entre mães e filhos. São eles:

- Dia das Mães Ortobom (2019). Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=6KRR6YIEKiI>. Acesso em: 7 maio 2023.
- Dia das Mães Natura. Viva a beleza de todas as mães do Brasil (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OWEJL07BDCA>. Acesso em: 7 maio 2023.
- Dia das Mães O Boticário (2019). Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=U60mFjqsTLw>. Acesso em: 7 maio 2023.

autoria de Milton Nascimento e de Fernando Brant (ver Anexo B). O vídeo, que privilegia a figura da cantora baiana Ivete Sangalo, desdobra-se em um grande mosaico com as figuras discursivas de “filhos” proferindo mensagens carinhosas para suas mães. A campanha foi criada pela agência DPZ&T e lançada nos dois intervalos da *live* que a cantora fez no dia 25 de abril, um evento multiplataforma transmitido pela Rede Globo e pelo YouTube e, posteriormente, em canais de TV paga, como Globosat, TNT, Warner, Space, AXN, Sony e BandNews.

Analisaremos o vídeo da campanha como uma unidade e como uma totalidade de sentido, levando em consideração o sincretismo das linguagens (verbal e não verbal) que compõe a textualização da peça. Daremos destaque à letra da música *Maria, Maria* (1978) tocada durante todo o vídeo. A análise da melodia não será focalizada. Seleccionamos, a seguir, alguns *prints* do vídeo (DIA DAS MÃES NATURA, 2020):

Figura 1 – Prints do vídeo Natura



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020)⁸.

⁸ O vídeo pode ser assistido em: <https://www.youtube.com/watch?v=E69F1Xcd-7M&list=RDE69F1Xcd-7M>.

Sobre a estruturação do trabalho

O Capítulo 1 desta dissertação expõe de forma concisa os pressupostos teóricos da semiótica de linha francesa utilizados para operacionalizar a análise. Assim, embora nossa pesquisa tenha como foco o nível discursivo, ela perpassa os três níveis do percurso gerativo do sentido e, por essa razão, incluímos nesse capítulo uma breve descrição e o funcionamento de cada um deles. Ademais, a natureza de nosso *corpus* e de suas respectivas propriedades discursivas leva nossa pesquisa a se debruçar fortemente sobre a noção de tematização e de figurativização, as quais serão, portanto, também exploradas nesse capítulo.

Paralelamente à semiótica discursiva, ou seja, às raízes da teoria semiótica, contemplamos os gêneros que tratam da maternidade como tema e os textos que o realizam, fazendo isso pela perspectiva da semiótica tensiva (ZILBERBERG, 2011), que, conforme o referido autor, mostra “um ponto de vista que centraliza grandezas até então julgadas menores: as grandezas afetivas” (ZILBERBERG, 2006a, p. 9). Acolhemos o ponto de vista tensivo da semiótica em nossa dissertação, cujos principais conceitos também são apresentados no primeiro capítulo.

Finalizamos o Capítulo 1 com uma breve contextualização acerca do discurso calcado na problemática questão do instinto materno, cuja construção está assentada tanto no discurso religioso como no discurso médico.

Estando nossa pesquisa no limiar da semiótica discursiva com o pensamento teórico sobre a linguagem desenvolvido por Mikhail Bakhtin, uma vez que objetivamos entender como um mesmo tema se realiza em diferentes gêneros, privilegiamos, quanto a esse pensador russo, no Capítulo 2, a noção de campos do conhecimento e de gêneros discursivos (BAKHTIN, 1997). Buscamos explicitar as semelhanças entre as duas teorias, semiotizando conceitos bakhtinianos caros à nossa análise. Ainda no Capítulo 2, incorporamos algumas contribuições da sociosemiótica trazidas por Landowski (2014a), relacionando os regimes de interação aos gêneros discursivos. Também discutimos a relação entre os regimes de crença propostos por Fontanille (2019) e a constituição dos gêneros.

O Capítulo 3 dedica-se a mostrar como as dimensões estética e argumentativa estão imbricadas de maneiras diferentes em cada um dos textos de gêneros distintos por nós examinados. Dessa forma, trazemos para a análise questões relacionadas à veridicção e aos modos de existência dos discursos verdadeiros (GREIMAS, 2014), bem como à

construção da figura actorial da mãe e à presença sensível do sujeito perante o mundo enunciado nos respectivos discursos.

Por fim, encerramos a dissertação retomando as principais conclusões obtidas nas análises sobre o desdobramento do tema da maternidade nos textos elencados. Também esboçamos perspectivas de pesquisa que almejam, assim como o presente trabalho, contribuir para os estudos da semiótica de linha francesa. Projeta-se para futuros trabalhos o aprofundamento do exame do lugar da mulher-mãe iluminado em determinados gêneros textuais e em práticas sociais.

Capítulo 1 – A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO: DA IMANÊNCIA À APARÊNCIA – PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Nossa dissertação tem por objetivo trazer à luz o tema da maternidade tal como realizado em diversos gêneros discursivos postos em confronto. Para tanto, vamos nos apoiar nos fundamentos da semiótica discursiva, cujo maior expoente é o lituano Algirdas Julius Greimas. Abordaremos neste capítulo os principais conceitos da teoria, em especial aqueles mais relevantes à nossa pesquisa, que serão, em alguns casos, retomados e aprofundados durante a própria análise.

Dedicaremos, também, a parte final do Capítulo 1 a uma breve contextualização acerca do discurso do amor materno que liga as mulheres a uma relação instintiva e sacralizada com a maternidade. Trata-se de um discurso forte culturalmente, que ainda circula em diferentes segmentos de nossa sociedade e com o qual os textos de nosso *corpus* dialogam a todo momento. Enquanto os poemas e o vídeo publicitário reforçam seus valores, a reportagem procura deles se afastar.

Como nossa pesquisa não se propõe a analisar diacronicamente a maternidade ou a figura da mãe, mas, sim, entre outras coisas, a compreender *se* e *como* o papel temático da mãe flexiona-se aos gêneros dos textos cotejados, não discorreremos neste capítulo sobre as origens e os detalhes de tantos outros discursos e práticas a respeito da maternidade que surgiram ao longo do tempo, por exemplo, aqueles que, ligados aos movimentos feministas, questionam a ideia da maternidade como elemento definidor da condição da mulher e tornam a mãe mais “humana”. Faremos, apenas, um sobrevoo no âmbito dos estudos das humanidades, que iluminam, conforme campos do conhecimento próprios, o tema da maternidade.

1.1 A semiótica greimasiana

Com outros estudiosos da chamada *École de Paris*, Greimas se dedicou ao desenvolvimento da teoria semiótica, nos anos 1960, tendo como base conceitos trabalhados por Ferdinand de Saussure, Louis Hjelmslev e Vladimir Propp.

De Saussure (1975) a semiótica traz o viés estruturalista. O conceito de signo linguístico, de estrutura e de forma foi herança valiosa do linguista de Genebra. A máxima saussuriana “na língua só existem diferenças” (SAUSSURE, 1975, p. 167) configurou-se

ponto de partida para o princípio semiótico de que o sentido também se constrói nas diferenças, no caso, nas oposições semânticas, que detalharemos mais adiante. Os conceitos de plano da expressão e plano do conteúdo, por sua vez, desenvolvidos por Hjelmslev (2003), foram cruciais para que a semiótica de Greimas diferenciasse os componentes do texto e pudesse, assim, reconstruir, a começar das partes, o significado do todo. O texto, no quadro teórico da semiótica, é tomado nas relações de sentido que o constituem e a primeira oposição é exatamente “expressão/contéudo”. Segundo Discini (2005, p. 345), ao falar sobre a tradição teórica da semiótica, “com o signo, o texto apresenta um plano da expressão e um plano do conteúdo: aquele veicula este”. Por fim, o estudo de Propp (1984) que identificou trinta e uma funções na composição da narrativa dos contos maravilhosos fundamentou o desenvolvimento de funções que, de acordo com a teoria semiótica, aplicam-se a todos os textos.

Como projeto teórico, pois em constante aperfeiçoamento, a semiótica discursiva greimasiana (GREIMAS, 1973) propõe-se, então, de modo geral, a explicitar as condições de apreensão e de produção de sentido. Segundo Greimas e Courtés (2008, p. 450):

[...] pondo-nos do lado da tradição de L. Hjelmslev, que foi o primeiro a propor uma teoria semiótica coerente, podemos aceitar a definição que ele oferece de semiótica: ela a considera uma hierarquia (isto é, como uma rede de relações, hierarquicamente organizada) dotada de um duplo modo de existência, a paradigmática e a sintagmática (apreensível, portanto, como sistema ou como processo semiótico), e provida de pelo menos dois planos⁹ de articulação – expressão e conteúdo –, cuja reunião constitui a semiose.

O sentido, portanto, para a semiótica discursiva não é um simples dado cravado na superfície das situações do mundo ou das coisas. Ele emerge da “maneira pela qual nós as tornamos significantes ao projetar sobre elas um olhar que organiza suas relações” (LANDOWSKI, 2014a, p. 11). Por essa razão, o foco da análise semiótica recai sobre a descrição do “como” um texto se estrutura internamente para dizer o que diz. Nas palavras de Fiorin (2008, p. 17), “visa ela [a semiótica], então, menos a descrever o que o texto diz, mas como o texto diz o que diz, ou seja, os mecanismos internos de agenciamento de sentido”.

⁹ “Termo figurativo espacial, *plano* serve – desde F. de Saussure e L. Hjelmslev – para designar separadamente os dois termos da dicotomia *significante/significado* ou *expressão/contéudo* que a função semiótica reúne. O reconhecimento dos planos de linguagem é um dos postulados para a definição semiótica (para Hjelmslev, só as semióticas biplanas são ‘verdadeiras’ semióticas)” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 371).

1.2 O percurso gerativo do sentido

Para esmiuçar os diversos procedimentos de apreensão do sentido, a semiótica discursiva utiliza-se do instrumento metodológico chamado “percurso gerativo do sentido”, desdobramento da ideia já discutida na obra *Semântica estrutural* (GREIMAS, 1973) de que o discurso possui invariantes que se realizam de maneiras variadas. Assim, o percurso gerativo concebe a construção do sentido em um caminho que se inicia no que é considerado mais simples e abstrato e vai adquirindo concretude de sentido à medida que avança alguns níveis. Barros (1988, p. 15) pontua que:

Em semiótica, as estruturas profundas são as estruturas mais simples que geram as estruturas mais complexas. A maior complexidade deve ser entendida também como uma “complementação” ou um “enriquecimento” do sentido, já que novas articulações são introduzidas em cada etapa do percurso e a significação nada mais é que articulação. Considera-se, portanto, o trabalho de construção do sentido, da imanência à aparência, como um percurso gerativo.

Ainda segundo a mesma autora (BARROS, 1988, p. 13), a teoria semiótica se coloca como “*imanente*, ao reconhecer o objeto textual como uma máscara, sob a qual é preciso procurar as leis que regem o discurso” (grifo do original). A noção de “imanência” sustenta o caráter gerativo da teoria. Entendidas como diferentes níveis de abstração textual, *imanência* e *aparência* são contrapostas na semiótica: a primeira como plano de conteúdo e a segunda como plano de expressão. É importante salientar, conforme nos mostra Fiorin (2008, p. 57), que o plano do conteúdo, foco do percurso gerativo, sofre coerções do plano da expressão e estas devem ser consideradas no ato da semiose para o entendimento do sentido dos textos, especialmente naqueles em que a função estética é acentuada. Por essa razão, nossa pesquisa pretende, ainda que de modo menos preciso em relação àquele que se fará no plano do conteúdo, observar o plano da expressão dos textos analisados, em especial no que diz respeito ao texto plástico (vídeo publicitário) que integra nosso objeto de estudo.

De posse do modelo explicativo do percurso gerativo do sentido, é possível, portanto, desbastar a aparência de um texto e chegar à sua imanência, independentemente dos meios pelos quais esse texto se expresse. O modo de produção do sentido é revelado à medida que a análise reconstrói, no plano do conteúdo, as estruturas por camadas de geração de sentido. Para Discini (2005, p. 200-201), o sentido é “construção e processo” e o *percurso*, o instrumento que possibilita “reconstruir as condições de produção e

apreensão do sentido” (DISCINI, 2005, p. 200-201). É preciso entender esse sentido como simulacro de ações, como efeito resultante de procedimentos específicos de construção da materialidade significativa do texto.

Além disso, não se pode atribuir ao percurso gerativo de sentido, conforme nos alerta Fiorin (2000), um estatuto ontológico. Em outras palavras, não é o sujeito produtor do texto que passa de um nível a outro em um processo de complexificação semântica. Simulacro metodológico, o percurso gerativo do sentido presta-se a “explicar o processo de entendimento, em que o leitor precisa fazer abstrações, a partir da superfície do texto, para poder entendê-lo” (FIORIN, 2000, p. 172).

São três os níveis do percurso gerativo do sentido, domínio do plano do conteúdo: nível fundamental, nível narrativo e nível discursivo. As estruturas discursivas serão manifestadas como texto no nível da manifestação ao se unirem a um plano de expressão. Cada nível do percurso gerativo constitui-se de uma sintaxe e de uma semântica (Figura 2): à primeira, de acordo com Fiorin (2008, p. 20), relaciona-se o conjunto de mecanismos que ordena os conteúdos; à segunda referem-se os conteúdos investidos nos arranjos sintáticos. Pelo fato de diferentes conteúdos semânticos poderem ser investidos na mesma estrutura sintática, tem a semântica maior autonomia em relação às estruturas sintáticas. Discorreremos, na sequência, acerca de cada nível.

Figura 2 – Percurso gerativo de sentido

PERCURSO GERATIVO			
	componente sintático		componente semântico
Estruturas semionarrativas	nível profundo	SINTAXE FUNDAMENTAL	SEMÂNTICA FUNDAMENTAL
	nível de superfície	SINTAXE NARRATIVA DE SUPERFÍCIE	SEMÂNTICA NARRATIVA
Estruturas discursivas	SINTAXE DISCURSIVA Discursivização actorialização / temporalização / espacialização		SEMÂNTICA DISCURSIVA Tematização Figurativização

Fonte: Greimas e Courtés (2008, p. 235).

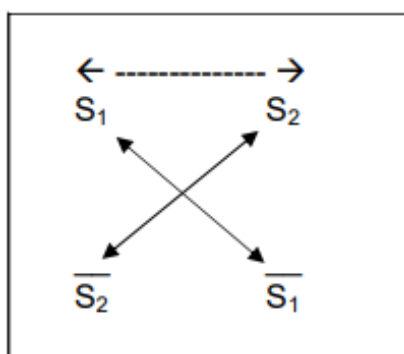
1.2.1 Nível fundamental

É no nível fundamental do percurso gerativo do sentido que procuramos pelas “categorias semânticas que estão na base da construção de um texto” (FIORIN, 1989, p. 21). Elas são visualmente representadas pelo quadrado semiótico que traz “a articulação lógica de uma categoria semântica qualquer” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 400). O quadrado possui uma configuração binária que, segundo os mesmos autores, pode ser compreendida como uma relação entre dois termos. Tem-se, então, uma oposição entre dois semas contrários, s_1 e s_2 , os quais, por sua vez, indicam a existência de termos contraditórios (GREIMAS, 1975b, p. 127). Conforme Barros (1988, p. 21):

Os termos da categoria elementar, s_1 e s_2 , mantêm entre si relação de oposição por contraste, no interior de um mesmo eixo semântico, e podem, cada um deles, projetar, por uma operação de negação, um novo termo, seu contraditório (\bar{s}_1 e \bar{s}_2). Só é possível pensar em estrutura elementar quando s_1 e s_2 forem termos polares de uma mesma categoria semântica.

É possível, segundo Greimas e Courtés (2008, p. 401-402), organizar as relações do quadrado semiótico da seguinte maneira:

Figura 3 – Quadrado semiótico e suas relações



\leftrightarrow : relação de contradição

$\langle \bar{\ } \rangle$: relação de contrariedade

\rightarrow : relação de complementaridade

$S_1 - S_2$: eixo dos contrários

$\overline{S_1} - \overline{S_1}$: eixo dos subcontrários

$S_1 - \overline{S_1}$: esquema positivo

$S_2 - \overline{S_2}$: esquema negativo

$S_2 - \overline{S_2}$: dêixis positiva

$S_1 - \overline{S_1}$: dêixis negativa

Fonte: Greimas e Courtés (2008, p. 401-402).

Enquanto cabem à sintaxe as relações propostas no quadrado semiótico, competem à semântica do nível fundamental as categorias semânticas motivadas pela diferença, como vida vs. morte, alteridade vs. identidade e natureza vs. cultura. Segundo Fiorin (1989, p. 21), para se estabelecer essa diferença, que não é arbitrária, é preciso que exista algo em comum entre os termos constituintes. É nesse patamar do processo gerativo do sentido, portanto, que as oposições adquirem valores axiológicos, ou seja, valores positivos (eufóricos) ou negativos (disfóricos)¹⁰. O elemento eufórico e disfórico pode variar de acordo com os diferentes tipos de sistemas de valores sociais. Tal distinção se dá em conformidade com o conteúdo de cada texto e é apreendida por meio da análise dos outros níveis de construção do sentido, que são mais “superficiais” e caminham para uma maior complexidade.

Na análise de nosso *corpus*, mostraremos que a oposição que fundamenta o tema da maternidade, comum aos quatro textos cotejados, é *natureza* vs. *cultura*. Nos poemas e no vídeo publicitário, o viés “natural” da maternidade é euforizado. Em outras palavras, o instinto materno, *natural* à condição feminina, faria da mulher um ser diferenciado, mais forte que os demais, puro e feliz em “padecer no paraíso” no cuidado com os filhos. A reportagem, ao contrário, euforiza o aspecto cultural da maternidade. Esta seria fruto de uma construção social e, assim, passível de ser vivida de diferentes maneiras pelas mulheres que desejarem (independentemente de um instinto) se tornar mães.

É o enunciador de cada texto que axiologiza, no nível fundamental, o mundo que está sendo discursivizado. Para que se creia na veracidade dessa axiologização, um

¹⁰ O termo *timia*, do grego *thymós* (temperamento), é englobado na categoria tímica, que “serve para articular o semantismo diretamente ligado à percepção que o homem tem de seu próprio corpo” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 505). Essa categoria articula-se em eufórica e disfórica, provocando, respectivamente, “a valorização positiva e/ou negativa de cada um dos termos da estrutura elementar da significação” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 505). A aforia é o termo neutro.

contrato de veridicção é estabelecido entre o enunciador e o enunciatário (BARROS, 1988). No nível imediatamente acima, o narrativo, haverá, conforme comentaremos a seguir, a manipulação de um destinador. Seu objetivo é levar, por meio de um fazer persuasivo, um destinatário a um fazer interpretativo. O sistema de valores entre os dois, manipulador e manipulado, precisa ser compartilhado para que essa manipulação atinja seu propósito (BARROS, 1988, p. 39).

1.2.2 Nível narrativo

Os universos semânticos do nível fundamental são, na instância narrativa, vividos por um sujeito e dinamizados pela relação entre sujeitos e objetos-valor. Por essa razão, dizemos que é no nível narrativo que acontece uma “antropomorfização” das operações lógicas.

Quanto à passagem específica do nível fundamental ao narrativo, é possível reconhecer certos elementos. As operações da sintaxe fundamental convertem-se, na sintaxe narrativa e graças ao sujeito do fazer, em enunciados do fazer que regem enunciados de estado. Pode-se dizer que a conversão das operações lógicas em transformações narrativas é uma antropomorfização, em que a sintaxe narrativa, de caráter antropomórfico, substitui as operações lógicas da sintaxe fundamental por sujeitos do fazer e define sujeitos de estado pela junção com objetos-valor, formulando, portanto, sintaticamente, a relação básica do homem com o mundo (BARROS, 1988, p. 27).

A sintaxe narrativa dá conta de descrever e explicar o fazer do homem, ou seja, representa um simulacro do mundo, em que sujeitos estão em busca de valores. Seus enunciados elementares são os enunciados de estado, definidos pela função de junção, e os enunciados de fazer, definidos pela função de transformação. Isso significa que os enunciados de fazer realizam a passagem de um estado de conjunção para um de disjunção ou vice-versa. Distinguir esses dois tipos de enunciado e, conseqüentemente, estado e transformação é o primeiro degrau da análise narrativa. Nesse sentido, podemos entender “narratividade” como a sucessão de transformações de estados, que acontece pelo “fazer” de um sujeito, em busca de determinados valores, que, por sua vez, são investidos em objetos (objetos-valor). Conforme nos alerta Fiorin (1989), “narratividade” difere de “narração”: enquanto a primeira é uma característica comum a todo texto, a segunda diz respeito a determinado tipo textual.

Os enunciados elementares fazem parte dos “programas narrativos”. Os programas são a unidade operatória elementar da sintaxe narrativa, que se configura por meio de um programa principal e de outros que vão a ele se subordinando, de forma análoga a um período composto por subordinação da gramática tradicional. Resumidamente, um programa narrativo caracteriza-se como um enunciado de fazer que rege um enunciado de estado. O responsável por alterar estados é o sujeito de fazer. Cabe a ele mudar a junção do sujeito de estado com os valores. A teoria semiótica nos oferece, comparado ao sistema proppiano, um modelo reduzido de funções para a análise da narratividade dos textos. Greimas e Courtés (2008, p. 388) trazem duas formas de organizar um Programa Narrativo (PN):

$$\text{PN} = \text{F} [\text{S}_1 \rightarrow (\text{S}_2 \cap \text{Ov})]$$

$$\text{PN} = \text{F} [\text{S}_1 \rightarrow (\text{S}_2 \cup \text{Ov})]$$

Os símbolos, de acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 389), apresentam-se da seguinte maneira:

F = função
 S₁ = sujeito de fazer
 S₂ = sujeito de estado
 O = objeto (suscetível de receber um investimento semântico sob a forma de v: valor)
 [] = enunciado de fazer
 () = enunciado de estado
 → = função fazer (resultante da conversão da transformação)
 ∩ ∪ = junção (conjunção ou disjunção) que indica o estado final, a consequência do fazer
 Observação: Para maior clareza, a função “fazer” é representada pleonasticamente pelos dois símbolos: F e →.

Existem classificações para os programas narrativos de acordo com algumas variáveis. Se levarmos em consideração a conjunção e a disjunção do sujeito com o objeto-valor, teremos o programa de aquisição, em que o sujeito obtém o objeto, e o programa de privação, em que esse sujeito não conquista ou perde o objeto-valor. Também falamos em programas simples e complexos. Normalmente, os programas são complexos, ou seja, formados hierarquicamente por mais de um programa. Nesse caso, há um programa de base, que exige a realização prévia de outros programas narrativos (chamados “programas de uso”). É possível, também, classificar um programa pelo valor

investido em seu objeto. Esse valor pode ser “modal”, ou seja, um valor que modifica a relação do sujeito com os valores e os fazeres (como o dever, o querer, o poder, entre outros) ou “descritivo”, que não se relaciona com mudança, mas se refere a um valor propriamente dito (fama, prestígio etc.). Além disso, os sujeitos de estado e de fazer podem ser desempenhados pelo mesmo ator (programas reflexivos) ou por atores diferentes (programas transitivos). Articulando-se esta última variável com a que considera a natureza da junção, mais algumas classificações podem ser definidas: *programa de aquisição transitiva ou por doação* (em que há a conjunção e o sujeito de fazer e o sujeito de estado são assumidos por atores diferentes); *programa de aquisição reflexiva ou por apropriação* (em que há a conjunção e o sujeito de fazer e o sujeito de estado são assumidos pelo mesmo ator); *programa de privação transitiva ou por espoliação* (em que há a disjunção e o sujeito de fazer e o sujeito de estado são assumidos por atores diferentes); *programa de privação reflexiva ou por renúncia* (em que há a disjunção e o sujeito de fazer e o sujeito de estado são assumidos pelo mesmo ator).

Por fim, tendo como base a maioria desses critérios, apresentam-se dois programas: a competência e a *performance*. A competência é um programa de aquisição por doação, ou, em outras palavras, de aquisição de valores modais, que transformam a competência do sujeito. Por sua vez, a *performance*, cuja definição é muito parecida com a de programa narrativo em si, caracteriza-se como um programa de aquisição de valores descritivos (e não modais). Esclarece-nos Barros (1988, p. 34-35):

Trata-se, na *performance*, da representação sintático-semântica do ato, ou seja, do *fazer-ser*, e, na competência, da doação de valores modais ao sujeito do estado, tornando-o apto para agir ou para “viver paixões”. [...] Caracteriza-se (a competência) como uma organização hierárquica de modalidades ou de valores modais: o *querer-fazer* e/ou o *dever-fazer* regem o *poder-fazer* e/ou o *saber-fazer*.

De acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 314), a modalidade é entendida “como ‘o que modifica o predicado’ de um enunciado, pode-se conceber a modalidade como a produção de um enunciado dito modal que sobredetermina um enunciado descritivo”. Os autores classificam as modalidades em exotáticas e endotáticas, as quais, por sua vez, subdividem-se em virtualizantes, atualizantes e realizantes, conforme sintetiza o Quadro 1:

Quadro 1 – Tipos de modalidades

Modalizantes	virtualizantes	atualizantes	realizantes
exotáticas	<i>Dever</i>	<i>poder</i>	<i>fazer</i>
endotáticas	<i>Querer</i>	<i>saber</i>	<i>ser</i>

Fonte: Greimas e Courtés (2008, p. 315).

A competência, então, aparece sempre como um programa de uso em relação ao programa da *performance*, uma vez que ela representa as condições necessárias para que a *performance* se realize. No que tange à *performance*, existem *performances de aquisição de valores*, que são aquelas em que os valores em questão já existem, e *performances de construção de objetos*, em que os objetos ainda não existem e precisam ser construídos para que os valores neles sejam inseridos.

Utilizaremos trechos de um dos poemas de nosso *corpus*, o “Para sempre”, de Drummond, para exemplificar alguns programas narrativos. Analisando-se seus dois primeiros versos (*Por que Deus permite / que as mães vão-se embora?*), o “ir embora” das mães apresenta-se como um enunciado de fazer, mesmo tendo surgido de uma pergunta retórica. As mães vivem com seus filhos e, em certo momento, “vão-se”, ou seja, morrem. O sujeito de fazer (Deus) leva a mãe embora (da mesma forma que, antes, era ele quem permitia que ela vivesse, conforme representado no PN1), mudando o estado de conjunção dela com seu objeto-valor (o amor evocado pela convivência entre mãe e filho) para um estado de disjunção (PN2)¹¹. O filho acompanha o processo de disjunção com esse objeto-valor.

PN1 = F (permitir que a mãe viva)

[S1 (Deus) → (S2 (mãe) ∩ Ov)] (Ov - *poder viver*)

PN2 = F (não permitir que a mãe viva)

[S1 (Deus) → (S2 (mãe) U Ov)] (Ov - *o amor fruto da convivência entre mãe e filho*)

¹¹ Enquanto o PN1 é um programa de aquisição transitiva, o PN2 classifica-se como um programa de privação transitiva.

Nos últimos versos do poema, o eu lírico representa figurativamente uma situação hipotética em que ele seria o “Rei do Mundo” (grafado com as iniciais maiúsculas, assim como em “Deus”). Na narratividade que sustenta a figurativização e a tematização, o eu lírico, no desempenho do papel temático de filho, coloca-se, no âmbito da enunciação, como sujeito de fazer. Nesse caso, ele teria a competência de mudar a inevitabilidade da morte das mães. O ator “filho”, que se apresenta segundo uma enunciação enunciada, ao se portar como Rei do Mundo, seria um sujeito com o *poder-fazer* e o *saber-fazer* para livrar as mães da morte. Assim, dotaria o sujeito de estado (mãe) do valor modal do *poder-fazer* (poder viver eternamente), por meio de um programa de competência (PN3). Agora, como sujeito de fazer e com a competência necessária, a mãe, nessa narrativa utópica, poderia realizar sua *performance* (PN4), vivendo para sempre e, dessa forma, entrando em conjunção eterna com seu objeto-valor.

PN3 = F (virar “o Rei do Mundo”)

[S1 (filho = Rei do Mundo) → (S2 (mãe) ∩ Ov)] (Ov – *poder viver eternamente*)

PN4 = F (viver eternamente)

[S1 (mãe) → (S2 (mãe) ∩ Ov)] (Ov – convivência com o filho, carinho mãe/filho)

Para que a “eternidade” da mãe (programa de base) se concretizasse nessa narrativa projetada como utópica no discurso, seria necessária, portanto, a realização de outros programas (de uso) – Deus permitir e o filho virar “Rei do Mundo”.

Na sequência da análise das estruturas narrativas de um texto, após diferenciar os enunciados de fazer dos enunciados de estado e se debruçar sobre os programas narrativos, o próximo passo é identificar os percursos narrativos. Eles se apresentam como o encadeamento dos programas narrativos. Nos percursos, fala-se em papéis actanciais, ou seja, sujeito de estado, sujeito de fazer e objeto transformam-se em sujeito competente, sujeito realizador ou sujeito do querer, de acordo com a posição que cada um dos actantes ocupa no percurso e conforme a natureza dos objetos-valor.

Existem três diferentes percursos: o do sujeito (ou da ação), o do destinador-manipulador e o do destinador-julgador. O do sujeito ocorre por meio do programa de competência e do programa de *performance*: um sujeito adquire competência modal (vira sujeito competente) e realiza uma *performance*, tornando-se sujeito realizador. Os demais percursos também impactam o do sujeito, conforme nos explica Barros (1988, p. 36-37):

Os outros dois percursos, percurso do destinador-manipulador ou percurso da manipulação e percurso do destinador-julgador ou percurso da sanção, enquadram o percurso do sujeito. O destinador-manipulador é a fonte dos valores, ou melhor, é quem determina os valores que serão visados pelo sujeito ou o valor dos valores – competência semântica do sujeito – e quem dota o sujeito dos valores modais necessários ao fazer – competência modal do sujeito.

O manipulador é aquele que *faz fazer*, enquanto o sujeito, pela *performance*, *faz ser*. Ainda segundo Barros (1990, p. 28), a manipulação propriamente dita é a atribuição de competência modal. O percurso do destinador-julgador (ou da sanção), por sua vez, resulta do encadeamento de um programa narrativo que implica a sanção cognitiva (reconhecimento do mocinho e do vilão) e de outro que leva a uma recompensa ou a uma punição, o da sanção pragmática.

Falando especificamente da manipulação, dizem-nos Greimas e Courtés (2008, p. 300) que ela se caracteriza por uma ação do homem sobre outros homens. Tem-se, então, uma estrutura modal factitiva (do fazer), sustentada por uma estrutura contratual (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 301). Por meio do fazer-persuasivo do manipulador, uma relação fiduciária (de confiança) é estabelecida entre destinador e destinatário. O primeiro tem por objetivo fazer o segundo, que exerce seu fazer-interpretativo, aceitar e incorporar os valores propostos. Para que o contrato fiduciário funcione, o discurso precisa ser lido pelo enunciatário, no nível discursivo, como verdadeiro. Isso só acontece se o discurso corresponder às expectativas do enunciatário com relação à imagem que ele faz do enunciador, tendo como base a própria axiologia desse enunciatário (GREIMAS, 2014, p. 122). O discurso, portanto, constrói sua verdade por meio de um enunciador que erige todo um dispositivo veridictório e dissemina marcas (no nível discursivo) que devem ser encontradas e interpretadas pelo enunciatário. Tais marcas são espalhadas considerando-se, como afirma Barros (1988, p. 63), “a relatividade cultural e social da ‘verdade’, sua variação em função do tipo de discurso, além das crenças do enunciatário que vai interpretá-las”. O enunciador, então, constrói discursos que criam efeitos de sentido de verdade ou de falsidade. Cabe ao enunciatário interpretar o *parecer verdadeiro* como *ser verdadeiro*. As relações entre esses dois actantes são inerentes a todas as práticas significantes, independentemente das linguagens pelas quais elas se manifestem. Greimas e Courtés (2008, p. 532) resumem a questão da veridicção, do *parecer verdadeiro*, com este quadrado semiótico:

Figura 4 – Quadrado semiótico da veridicção



Fonte: Greimas; Courtés (2008).

O quadrado nos mostra dois esquemas ligados à categoria da veridicção: o do *parecer* e o do *ser*. “O esquema *parecer/não parecer* é chamado de manifestação, o do *não ser/ser*, de imanência” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 533). É entre essas duas dimensões da existência, ainda segundo os mesmos autores, que atua o *jogo da verdade*: “estabelecer, a partir da manifestação, a existência da imanência, é decidir sobre o ser do ser” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 533).

É na busca do *parecer verdadeiro*, portanto, que o destinador manipula o destinatário, o que pode ser feito de inúmeras maneiras. A gramática narrativa sintetizou uma tipologia de quatro diferentes tipos de manipulação: tentação, sedução, provocação e intimidação. Em cada um deles, a competência do destinador induz a determinada competência do destinatário, conforme nos mostra o Quadro 2, proposto por Barros (1990, p. 33).

Quadro 2 – Tipos de manipulação

	Competências do destinador-manipulador	Alteração na competência do destinatário
PROVOCAÇÃO	SABER (imagem negativa do destinatário)	DEVER-FAZER
SEDUÇÃO	SABER (imagem positiva do destinatário)	QUERER-FAZER
INTIMIDAÇÃO	PODER (valores negativos)	DEVER-FAZER
TENTAÇÃO	PODER (valores positivos)	QUERER-FAZER

Fonte: Barros (1990, p. 33).

Na tentação, é oferecido ao destinatário um objeto de valor positivo, algo que ele deseje, como no exemplo que nos dá Barros (1990, p. 29): “Se você come tudo, a mamãe leva você para ver o filme da Mônica”. O destinador, a mãe, tem o “poder” de dar o que o filho, destinatário, quer. Na sedução, o manipulador enaltece as virtudes do manipulado, sejam elas verdadeiras ou não: “você é um menino tão bonito e que gosta tanto da mamãe, você vai comer tudo, não é?” (BARROS, 1990, p. 29). Na provocação, ocorre o contrário: o manipulador rebaixa a imagem do manipulado, que age para provar o equívoco. “Duvido que você seja capaz de comer todo o espinafre” é o exemplo de Barros (1990, p. 29) para a provocação. Por fim, na intimidação, o destinador oferece valores que não agradam o destinatário. “Coma tudo, senão você apanha” (BARROS, 1990, p. 29). Nesse caso, a mãe tem o “poder” de bater no filho caso ele tenha uma conduta que, para ela, destinador, não é aconselhável.

Encerrando o percurso canônico da semiótica considerada *standard* está a sanção. Cumprida a *performance*, o sujeito será recompensado por ela ou, por conta dela, terá uma punição. Nos contos de fada, o herói é sancionado positivamente pelo seu destinador-manipulador, o rei, com a mão da princesa. Isso porque a *performance* desse herói foi bem-sucedida: ele conseguiu salvar a princesa. Nos exemplos de Barros que foram aqui compartilhados, assistir ao filme da Mônica ou não apanhar seriam as sanções positivas para o filho que se deixasse manipular pela mãe.

Na reportagem constituinte de nosso *corpus*, alguns depoimentos permitem remeter brevemente à manipulação e à sanção. Samara Felippo, uma das mães entrevistadas na matéria, ao refletir sobre a própria fala, em que disse amar as filhas, mas não amar tanto ser mãe, comenta: “É muito culposo falar isso. [A mulher] Vai ser tachada como mãe ingrata, egoísta, cruel. É uma sociedade inteira apontando o dedo desde que você engravida”. Daí depreende-se que o destinador-manipulador, aqui representado pela sociedade, ou, pelo menos, por uma grande parcela dela (o senso comum), acredita que toda mulher ama e é feliz com a maternidade. Para passar esses valores adiante, manipula as mulheres, via intimidação, para que queiram ser a mãe perfeita. Além de destinador-manipulador, a sociedade também é destinador-julgador. Há uma espécie de ameaça, concretizada na figura dos “dedos apontados” para essa mulher: “se você não for mãe e não amar seu papel na maternidade, será repreendida (por nós, a sociedade), chamada de ingrata, de egoísta, e se sentirá culpada”. Por essa razão, muitas mulheres preferem não falar sobre as intercorrências e as restrições sociais e afetivas que podem advir da maternidade. A pressuposição narrativa é a de que essas mulheres se transformam em

actantes que sucumbem à manipulação da sociedade. Aquelas que, por outro lado, conseguem compartilhar essas experiências, ou seja, que escapam da manipulação, tornam-se aptas e competentes para oferecer ao outro e partilhar com o outro um sistema de valores diferente daquele que respalda o destinador-manipulador, sociedade, com seus ideais hegemônicos.

A reportagem traz também o depoimento de Marília Lamas, especialista em sociologia política e cultura, cujo discurso remete, na narratividade subjacente, à manipulação que ocorre na relação da mulher-mãe com a sociedade, enquanto ela, mãe, vivencia as questões contraditórias do estado de maternidade:

[...] a ideia de que toda mulher sonha com a maternidade está muito mais relacionada à cultura que valoriza o papel da mãe do que, de fato, a uma tendência natural e inata, a um instinto. [...]. Essa pressão social é apreendida e absorvida tão intensamente pelas mulheres que elas mesmas se tornam as maiores porta-vozes desse discurso da obrigação (LAMAS, 2019, n.p.).

A valorização do papel da mãe, à qual a entrevistada se refere, esconde uma manipulação por tentação. A mulher que optar por ser mãe e viver a maternidade sob a referência dos valores do destinador-manipulador (sendo sempre a boa mãe, abdicando de tudo pelos filhos e sofrendo feliz e calada) será valorizada euforicamente pela sociedade, será aceita, bem-vista e bem-quista. Essa será sua sanção positiva, seu prêmio. E é esse prêmio que desperta o “querer” (no caso, o *querer ser* mãe) nas mulheres. A partir da fala de Lamas, depreendemos que a manipulação em questão vinha sendo tão bem-sucedida ao longo dos anos, que as próprias mulheres, como atores dispostos em práticas sociais cotidianas, reproduziram esses valores e manipularam outras mulheres a também aderir a eles. Estamos diante de uma manipulação em cadeia, conforme sugestão colhida do ator social convocado pela reportagem, nomeado como Lamas. Voltaremos a falar sobre isso ao analisar o discurso da obrigação vinculado à maternidade.

Além dos percursos do sujeito, do destinador-manipulador e do destinador-julgador, outro percurso possível na organização narrativa é o passional. Greimas e Fontanille (1993) começaram a pensar em uma semiótica das paixões ao enxergarem o sujeito actancial não apenas como um sujeito que “faz”, mas também como um sujeito que sente o mundo a sua volta, o que estimulou o estudo das relações tensivas pressupostas aos estados passionais. Abordaremos em breve alguns conceitos da semiótica tensiva.

Por fim, no ápice da hierarquia sintática do nível narrativo está o *esquema*, formado pelos percursos narrativos do sujeito, do destinador-manipulador e do destinador-julgador. Em linhas gerais, o esquema mostra como o sujeito entende sua vida e age sobre ela no mundo, este entendido como constituinte interno dos textos e dos gêneros textuais ou discursivos.

Ainda na gramática da instância narrativa, apresenta-se a semântica narrativa. A questão dos valores, selecionados pelo sujeito da enunciação, e a atualização deles ocorrem aqui. Enquanto no nível fundamental os termos das categorias semânticas são valores axiológicos virtuais, isto é, sem relação com um sujeito, no nível narrativo, especificamente na semântica narrativa, eles são atualizados, porquanto os valores são investidos em um objeto e assumidos por um sujeito.

1.2.3 *Nível discursivo*

As estruturas narrativas convertem-se em discursivas no chamado nível discursivo do percurso gerativo do sentido, o mais próximo da manifestação textual. As formas abstratas do nível narrativo revestem-se “de termos que lhe dão concretude” (FIORIN, 1989, p. 29), uma vez que são assumidas pelo sujeito da enunciação, que deixa algumas marcas no enunciado (BARROS, 1988). Segundo Benveniste (1989, p. 82), a enunciação é o fenômeno que coloca a língua em funcionamento “por um ato individual de utilização” por meio de três categorias: a actancial, a espacial e a temporal. O enunciado em si representa a materialidade dessa enunciação e apresenta, por isso, “elementos que remetem à instância da enunciação: de um lado estão os pronomes pessoais e possessivos, os adjetivos e advérbios apreciativos, os dêiticos espaciais, temporais e etc. [...], e, de outro lado, os verbos performativos” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 169). Assim, a actorialização, a temporalização e a espacialização, componentes da sintaxe discursiva, são mecanismos instaurados pela enunciação que, por deixarem marcas, são passíveis de ser interpretados “se reportamos ao único ato da enunciação que produziu o enunciado que figuram” (FIORIN, 1996, p. 47).

Cada uma das categorias da enunciação (a actancial, a espacial e a temporal) está sujeita às operações de debreagem e embreagem. Sobre a debreagem, dizem-nos Greimas e Courtés (2008, p. 111):

[...] operação pela qual a instância da enunciação disjunge e projeta fora de si, no ato de linguagem e com vistas à manifestação, certos termos

ligados à sua estrutura de base, para assim constituir os elementos que servem de fundação ao enunciado-discurso.

Existem dois tipos de debreagem: a enunciativa e a enunciva. À primeira relacionam-se os actantes, o espaço e o tempo da enunciação (*eu, aqui, agora*); à segunda, os do enunciado (*ele, alhures, então*). Enquanto as debreagens enunciativas criam efeito de subjetividade, as enuncivas conferem mais objetividade aos enunciados. Um simulacro de enunciação é criado nos dois casos, resultando em efeitos de aproximação ou de distanciamento com o texto. Nas matérias jornalísticas, é muito comum a debreagem enunciva de pessoa, uma vez que o jornalista, pelas características do gênero, deve manter-se o mais distante e imparcial possível do que está sendo noticiado e, por esse motivo, não diz “eu” no texto. É o enunciado enunciado¹².

A embreagem, por sua vez, diferentemente da debreagem e sempre por esta precedida, caracteriza-se como “a expulsão, da instância de enunciação, de termos categóricos que servem de suporte ao enunciado” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 159). A embreagem actancial, por exemplo, segundo Fiorin (1996), acontece quando alguém fala de si próprio em terceira pessoa. Esclarece-nos o autor acerca da embreagem:

Negar o enunciado estabelecido é voltar à instância que o precede e é pressuposta por ele. Por conseguinte, obtém-se na embreagem um efeito de identificação entre sujeito do enunciado e sujeito da enunciação, tempo do enunciado e tempo da enunciação, espaço do enunciado da enunciação (FIORIN, 1996, p. 42).

Ainda segundo Fiorin (2004), o “eu”, aquele que fala, e o “tu”, aquele com quem se fala, equivalem a posições sintáticas dentro da cena enunciativa. Cabe às debreagens e às embreagens a instalação da pessoa no discurso. Tematizada e figurativizada, essa pessoa se transforma em ator do discurso (FIORIN, 1996, p. 51). Este pode ser um ator do enunciado, como, por exemplo, um interlocutor a quem é delegada voz por meio de uma debreagem enunciativa de segundo grau (discurso direto), ou o próprio enunciador, que se apresenta como ator da enunciação. Ainda utilizando o exemplo de reportagens, é

¹² Segundo Fiorin (2020c, p. 128), “Greimas tem uma concepção radicalmente antimetafísica da enunciação. Não é que, para ele, não exista uma enunciação real. A questão é que só se pode falar dessa enunciação real porque ela é projetada no interior dos textos, criando um simulacro metodológico que permite falar dos processos e das operações enunciativas. A enunciação real só pode ser analisada por pressuposição lógica: ‘Porque a enunciação tem a faculdade de ser enunciada, pode-se dizer o que é a enunciação não enunciada, implícita, e é nesse sentido que se pode falar de uma gramática sociossemiótica, porque a reconhecemos nos textos’ (Greimas, 1975b, p. 22)”. Como diz Coquet (1983, p. 14), “a enunciação é sempre, por definição, enunciação enunciada”.

muito comum nesse gênero a existência de depoimentos e testemunhos do ator do enunciado para se criarem efeitos de sentido específicos, conforme abordaremos no decorrer da dissertação ao analisarmos a reportagem do *Estadão* presente em nosso *corpus*.

Vale dizer, ainda, que as debreagens e as embreagens, responsáveis por produzir efeitos de sentido nos textos, “não pertencem a esta ou àquela língua, a esta ou àquela linguagem (a verbal, por exemplo), mas à linguagem pura e simplesmente” (FIORIN, 1996, p. 45). Trata-se de mecanismos universais, pertencentes a todas as línguas.

Assim como os demais níveis do percurso gerativo do sentido, o discursivo, além da sintaxe, apresenta uma semântica. É ela que injeta conteúdo na estrutura sintática por meio da tematização e da figurativização. De acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 496), tematização é um procedimento que,

[...] tomando valores (da semântica fundamental) já atualizados (em junção com os sujeitos) pela semântica narrativa, os dissemina, de maneira mais ou menos difusa ou concentrada, sob a forma de temas, pelos programas e percursos narrativos, abrindo assim caminho à sua eventual figurativização.

Ao desenvolver abstratamente os valores e disseminá-los em percursos, a tematização faz a transição da semântica narrativa para a discursiva. Fica, por sua vez, com a figurativização a tarefa de constituir “um novo investimento semântico, pela instalação de figuras do conteúdo que se acrescentam, ‘recobrando-o’ ao nível abstrato dos temas” (BARROS, 1988, p. 116). Assim, os temas e as figuras definem-se como enriquecimentos semânticos dos elementos narrativos e são responsáveis pela determinação ideológica do discurso. Enquanto os temas designam elementos não presentes no mundo natural e exercem o papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis, as figuras remetem a elementos presentes nesse mundo e dão ao texto uma aparência concreta daquilo que está sendo enunciado (FIORIN, 1988, p. 24). Por essa razão, segundo Barros (1988, p. 109), a semântica discursiva contribui com as operações de convencer e de persuadir por produzir efeitos de sentido de realidade. As figuras expressam a questão histórica dos discursos e evidenciam, ainda, emoções e julgamentos do enunciador. Discini (2018a, p. 310) nos esclarece que:

A figurativização dos temas aponta para convenções sociais que materializam historicamente o discurso. Por sua vez, os temas que, abstratos, são figurativizados, suportam os papéis temáticos, que os condensam no circuito de um sujeito-ator. Esse ator, adensado

semanticamente, figurativiza-se e assim vai compondo sua imagem. Figurativizado, o ator do enunciado resulta de uma imagem, que, conceitual, está vinculada a interpretações do mundo feitas pelo enunciador. A mesma imagem também diz respeito às tensões e às emoções do sujeito que enuncia. A figura do ator do enunciado, conforme o crivo enunciativo viabilizado pelo narrador de qualquer tipo de texto, não se basta, portanto, à mera concretização dos temas. Ela convoca outros investimentos enunciativos, semânticos e tensivos, o que encerra julgamento moral e percepção.

O enunciador já atribui um valor positivo ou negativo aos temas e às figuras trazidos em um texto. O ator do enunciado, que no caso dos textos de nosso *corpus* é representado pela mãe, figurativiza o tema (para nós, a maternidade). Os sujeitos da enunciação (enunciador/enunciatário ou o “eu” e o “tu”) são ideologicamente orientados pelo investimento axiológico e, também, pelo investimento tensivo instituídos no ator do enunciado.

O nível discursivo, portanto, é o mais complexo e concreto do percurso gerativo do sentido. Além disso, muitos estudiosos da área assinalam a importância do discurso como enunciação em ato, como um corpo. Sobre isso, pontua Fontanille (2007, p. 83):

[...] o discurso é uma enunciação em ato e este ato é, primeiramente, um ato de presença: a instância de discurso não é um autômato que exerce uma capacidade de linguagem, mas uma presença humana, um corpo sensível que se exprime.

Desse modo, ao analisarmos a sintaxe e a semântica discursivas, o corpo enunciativo também influencia a compreensão do sentido do texto. Segundo Discini (2004, p. 120), iniciamos a sondagem do nível discursivo com “observações contextualizantes” que “dizem respeito à enunciação pressuposta”. Segundo a mesma autora, essas observações devem ser sempre recuperadas “no e pelo enunciado”. Logo, depende-se o sujeito discursivo exclusivamente por meio das marcas que ele deixa no enunciado, as quais refletem os valores dominantes no discurso.

1.3 A semiótica tensiva

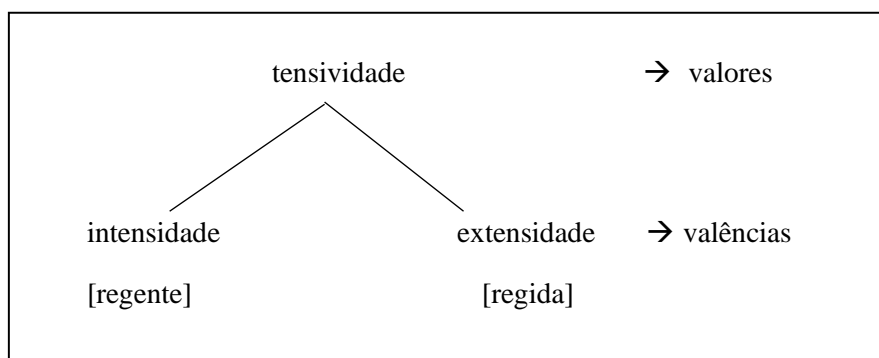
Comparada às outras reflexões semióticas surgidas a partir dos estudos de Greimas, a semiótica tensiva, de Zilberberg (2011), é uma das mais poéticas, sendo conhecida como “semiótica dos afetos”. Afeto, aqui, relaciona-se ao interesse pela disposição mínima que anima a subjetividade. Assim, a semiótica tensiva preocupa-se em construir um modelo descritivo dos fenômenos contínuos associados ao universo

sensível, uma vez que, de acordo com essa teoria, a afetividade é o elemento central dos processos de significação.

Em seu texto “Síntese da gramática tensiva”, Zilberberg (2006b, p. 169) esclarece que a tensividade, ponto principal dos estudos tensivos, “é o lugar imaginário em que a intensidade – ou seja, os estados de alma, o sensível – e a extensividade – isto é, os estados de coisas, o inteligível – unem-se uma a outra [...]”. Ainda conforme o autor francês, “[...] toda grandeza discursiva se vê qualificada em termos de intensidade e extensividade” (ZILBERBERG, 2006b, p. 169), e há uma “[...] autoridade do sensível sobre o inteligível” (ZILBERBERG, 2006b, p. 169). Com a intensidade, vinculam-se os efeitos de sentido de imprevisibilidade, precipitação e vigor. De acordo com Zilberberg (2011, p. 69), “a intensidade não é alheia à noção de força, mas, como seu *ser* é um *fazer*, como ela faz sentir seus efeitos, estes podem ser medidos em sua qualidade de subitaneidade, de ‘precipitação’ e de energia; as qualidades subsumem quantidades em processo”. Fica com a extensividade, por sua vez, a extensão, em matéria de tempo e de espaço, do campo controlado pela intensidade: em qual espaço e em quanto tempo ocorre a percepção do sensível.

Zilberberg (2011) utiliza o termo “valência” para determinar cada uma das grandezas denominadas intensiva e extensiva e considera os valores delas dependentes. A seguir, encontra-se um quadro na Figura 5 que mostra a relação entre intensidade e extensividade:

Figura 5 – Bifurcação da tensividade



Fonte: Zilberberg (2011, p. 66).

As duas valências da tensividade, intensidade e extensividade, encontram-se em um espaço tensivo e teórico chamado de campo de presença (FONTANILLE;

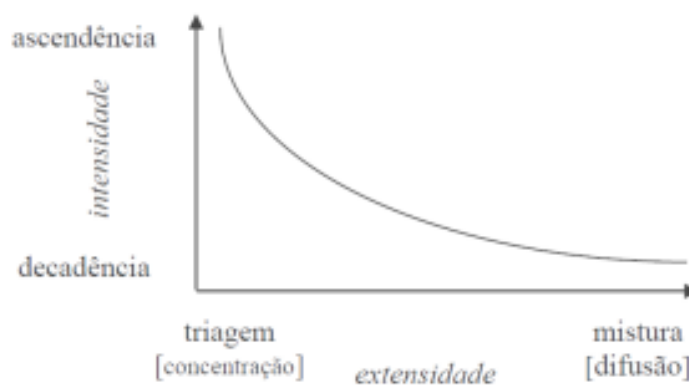
ZILBERBERG, 2001). A intensidade subdivide-se em tonicidade e andamento e a extensidade, em temporalidade e espacialidade. Assim, uma grandeza pode entrar no campo perceptivo do sujeito de maneira extremamente abrupta, como um “acontecimento”. Para Zilberberg (2011), o acontecimento é aquilo que arrebata o sujeito e que lhe faz sentir dificuldade de entender, pelo menos inicialmente, o que aconteceu, dada a imprevisibilidade da entrada da grandeza em seu campo de presença, entrada esta que é extremamente acelerada e tônica. No que tange à extensidade, por estar o sujeito tomado pelo acontecimento, têm-se o aniquilamento momentâneo da temporalidade e o fechamento brusco da espacialidade.

Enquanto do lado da intensidade, então, apresentam-se o par *impactante* vs. *tênue* e uma sintaxe que oscila entre ascendente e descendente, conforme o andamento e a tonicidade, na extensidade falamos em *concentrado* vs. *difuso* e de uma sintaxe que opera por triagens e misturas. Tais operações, de acordo com Zilberberg (2011, p. 268), referem-se aos estados das coisas e se pressupõem:

A solidariedade entre ambas as operações tem como consequência o fato de a triagem se processar necessariamente sobre uma mistura anterior, na exata medida em que uma mistura só pode ser considerada se incide sobre uma triagem anterior estabilizada.

O gráfico da Figura 6 ilustra uma curva descendente: quanto mais intenso, menos extenso (e vice-versa):

Figura 6 – Triagem e mistura



Fonte: Zilberberg (2004, p. 72).

A semiótica tensiva, portanto, apresenta-se como um modelo de análise do sentido, cujo objetivo é compreender como as tensões se posicionam no discurso. Em

nossas análises, retomaremos e aprofundaremos alguns conceitos da teoria, uma vez que buscamos examinar como determinadas grandezas adentram o campo de presença do sujeito levando em consideração os operadores da intensidade e da extensidade e os respectivos efeitos de sentido produzidos nos textos.

1.4 O discurso do amor materno e da santa-mãezinha

Nem sempre foram associados às mulheres o amor incondicional aos filhos e o prazer com a experiência da maternidade. Segundo Moreira (2009, p. 16), entre a Idade Média e o século XVII, “o sentimento de amor materno não existia como uma referência à afetividade”. Por mais que não se possa negar sua presença, conforme pontua Badinter (1985), ele não era visto como um valor social e familiar de grande relevância. Nessa época, de acordo com as referidas autoras, a prática entre todas as classes sociais era entregar o bebê recém-nascido a uma ama-de-leite. Por volta dos 8 anos, a criança retornava para sua família, mas em pouco tempo era afastada novamente para ser educada em locais como internatos e conventos.

A partir de 1770, surgem novos discursos vinculando as mães ao amor materno e à necessidade de amamentar seus próprios filhos e deles cuidar. A grande motivação seria, segundo Badinter (1985), econômica: a Europa passava por uma crise e as crianças começaram a ser vistas como mão de obra produtiva no futuro. As taxas de mortalidade infantil eram grandes nesse período e duas vezes maiores entre as crianças amamentadas pelas amas, em comparação àquelas amamentadas pelas próprias mães. Além do discurso econômico, direcionado principalmente aos homens, havia um discurso filosófico, que colocava a criança como um inestimável bem para os pais e para a nação, e um discurso voltado exclusivamente para as mulheres, que lhes dizia o quanto a sociedade precisava delas e como era importante que elas se conectassem às responsabilidades maternas.

Foi a partir desse momento, então, que a mulher passou a se sacrificar para que seus filhos pudessem viver melhor. Badinter (1985, p. 211) esclarece que uma das primeiras mudanças de comportamento foi o desejo de a própria mãe amamentar seu filho:

A vigilância materna se estendeu de maneira ilimitada. Não havia hora do dia ou da noite em que a mãe não cuidasse sozinha, carinhosamente de seu filho. Quer estivesse em boa saúde ou doente, ela devia permanecer vigilante. Se, porém, ela adormecia, estando o filho

enfermo, eis que se sentia culpada do maior dos crimes maternos: a negligência.

Ainda de acordo com a mesma autora, a inclusão de novas responsabilidades na rotina das mães era acompanhada pelo reforço constante do discurso de que a devoção à maternidade consistia em algo natural à mulher, sendo sua única garantia de felicidade plena. Todas essas “normas” desenvolvidas para a experiência da maternidade corroboraram o estabelecimento do mito do instinto do amor materno que, para Badinter (1985), portanto, é resultado de uma construção histórica e social, que teve como suporte distintos interesses de cada sociedade.

É importante ressaltar que o chamado discurso médico higienista, que defendia a amamentação dos bebês e alguns cuidados específicos com eles, também teve, segundo Moreira (2009) e Costa (1983), papel importante no fortalecimento do mito do instinto materno. Isso porque as novas regras de cuidado com as crianças demandavam uma mãe sempre presente e extremamente atenta, o que era difundido como algo instintivo às mulheres e próprio a todas as fêmeas.

No Brasil, tal qual no contexto europeu, a organização familiar moderna e os sentimentos relacionados à maternidade foram intensamente influenciados pela ascensão da burguesia no final do século XVIII. Além disso, o período colonial, marcado pelo entrecruzamento de distintas visões de mundo, também conferiu à mulher uma situação específica na sociedade que se desenvolvia.

Principalmente no segundo e no terceiro séculos de colonização, o abandono de recém-nascidos por famílias que viviam em situações financeiras ruins tornou-se uma prática (VENÂNCIO, 2002). A Igreja, então, passou a recolher os bebês rejeitados, colocando-os em instituições assistencialistas criadas pelos portugueses. Mesmo assim, a mortalidade infantil continuava gerando problemas de caráter econômico. Era preciso aumentar a população para garantir mão de obra, o que fez com que o Estado e a Igreja intensificassem o discurso do cuidado com a infância e do repúdio ao abandono das crianças. À Igreja, especificamente, coube difundir a importância do casamento e estabelecer regras de comportamento que dividiam as tarefas dentro do matrimônio. Com as mulheres, segundo Moreira (2009), ficaram as responsabilidades ligadas aos afazeres domésticos e ao respaldo moral familiar. O incentivo à reprodução logo após o casamento, a adoração à Virgem Maria, bem como a catequese feminina tornaram-se prioridades da Igreja.

De acordo com a historiadora Del Priore (2009, p. 15), a gravidez, o parto e o cuidado com os filhos, além de magnificarem a mulher, faziam com que ela ficasse reclusa ao espaço privado da casa e contribuísse com o processo de ordenamento da sociedade colonial. A maternidade lhe dava, ainda, um amparo afetivo e a oportunidade de exercer com os filhos um poder e uma autoridade que ela dificilmente teria em outro âmbito social. Del Priore (2009, p. 16), que realizou um minucioso estudo sobre a história da mulher no período colonial, esclarece que:

A comunhão entre o desejo institucional de domesticar a mulher no papel da mãe e o uso que as populações femininas fizeram deste projeto foram tão bem-sucedidos que o estereótipo da santa-mãezinha provedora, piedosa, dedicada e assexuada construiu-se no imaginário brasileiro no Período Colonial e não mais o abandonou.

Além do discurso religioso, o discurso médico higienista exerceu grande influência na reorganização da família e da maternidade no Brasil. A partir do século XIX, o surgimento de faculdades de medicina motivou projetos de combate às altas taxas de mortalidade infantil. Foram elaboradas regras focadas em uma criação mais atenta das crianças, que envolvia a dedicação praticamente integral da mulher aos cuidados com o filho. Os médicos passaram a enaltecer a função maternal e a incentivar o discurso que colocava a maternidade como o destino natural a toda mulher. Segundo Costa (1983), difundia-se, nesse período, o conceito da “mãe higiênica”, ou seja, daquela mãe que muito ama seus filhos e é parceira dos médicos no que tange ao bom desenvolvimento da prole.

A produção de conhecimento sobre o corpo feminino e a respectiva emergência de especialidades da chamada “ciência da mulher”, como a obstetria e a ginecologia, além de responderem de maneira categórica às dúvidas sobre a gravidez e os cuidados com o bebê, reforçaram, de acordo com Venâncio (2002), um modelo de mulher baseado no determinismo naturalista. As mulheres, anatômica e fisiologicamente, estavam designadas à maternidade. Para a medicina, de acordo com Schwengber (2007, p. 127), até próximo ao final do século XX, “a mulher e a mãe não convivem no mesmo corpo, pois o exercício da maternidade exigiria tamanho grau de dedicação e abdicção que toda a estrutura sexual da mulher ficaria comprometida”.

O saber sobre o corpo feminino e a interferência médico-hospitalar no parto levaram a gestação e a maternidade para a esfera pública, fazendo com que ganhassem politização. Vale destacar que para Foucault (1985a) o processo de educação de corpos foi uma realidade na sociedade moderna e sempre esteve ligado à conquista do poder.

Assim, a interferência dos saberes médicos nos corpos femininos construiu um protótipo de mulher limitado à esfera doméstica e à maternidade e contribuiu, tal qual o discurso religioso, para o estabelecimento do ideal sagrado de mãe.

1.4.1 Maria, o exemplo a ser seguido

A representação da mãe pura e “santa” fundamentou o ideal de maternidade da cultura ocidental. A figura de Maria, mãe de Jesus Cristo, foi essencial na consolidação do estereótipo da mãe perfeita. Para a teóloga alemã Ranke-Heinemann (1999), na história da devoção cristã, Maria era uma espécie de abrigo, ao qual todos, principalmente as mulheres, poderiam recorrer. Comparada a um Deus rigoroso e severo, ela se mostrava muito mais piedosa. Ainda segundo Ranke-Heinemann (1999), a Mariologia (doutrina católica teológica que estuda Maria), antes de ser apenas a adoração a uma mãe, caracterizou-se como uma verdade teológica engendrada por celibatários (homens) de uma igreja específica.

Portanto, construiu-se discursivamente Maria como exemplo de mãe e de mulher que tudo aguenta, que sofre sem reclamar e que continua casta mesmo após parir. Essa imagem de Maria, na teologia católica, foi estabelecida como uma maneira de livrá-la do chamado “pecado original” que envolve a maternidade desde Eva. De acordo com Ranke-Heinemann (1999), a dor e o trauma físico inerentes ao parto são sinais da maldição do pecado original. A teóloga destaca que, em uma única página do livro bíblico de gênesis, as mulheres são amaldiçoadas sete vezes em suas dores de parto. Apenas Maria teve um parto sem dores; todas as outras mães precisam sentir a maldição divina.

Dessa forma, o campo religioso católico construiu práticas discursivas de uma maternidade idealizada, uma vez que a nódoa do pecado original e do ato sexual, à exceção de Maria, está presente em todas as mães, que deveriam se sentir culpadas por isso. Para amenizar tamanha culpa, caberia a elas, então, dar prioridade a seus filhos, amá-los de modo incondicional, comportar-se comedida e generosamente e sofrer caladas. Fica clara, portanto, segundo Ranke-Heinemann (1999, p. 362), a relação entre a representação social de sofrimento e de sublimação e a imagem de uma mãe cristã, tão propagada pela Igreja Católica no decorrer dos séculos. Ditados populares como “ser mãe é padecer no paraíso”, “em coração de mãe sempre cabe mais um” ou “amor de mãe é o maior que existe” sintetizam essa visão histórica acerca do papel da mãe na maternidade.

Capítulo 2 – OS GÊNEROS DO DISCURSO E A SEMIÓTICA

2.1 Campos do conhecimento e gêneros discursivos

A natureza da linguagem é argumentativa. O objetivo do enunciador é o de que suas posições sejam aceitas. Além disso, o fato de os discursos operarem sob o modo do dialogismo, conforme nos ensinou Bakhtin (1988), e de estarem, portanto, sempre em diálogo uns com outros, deles divergindo ou com eles concordando, faz do próprio discurso o lugar de luta entre vozes sociais, transformando o signo na “arena onde se desenvolve a luta de classes” (BAKHTIN, 1988, p. 46). Essa “luta”, que em termos discursivos diz respeito à argumentação, não precisa ser, no entanto, necessariamente “violenta”, uma vez que, de acordo com os campos do conhecimento, são criadas circunstâncias para que ela se desenvolva em condições de manipulação próprias.

Quando falamos em “campo” (de atividades humanas, de uso linguístico, de desenvolvimento de práticas, de conhecimento), pressupomos coerções semióticas (BAKHTIN, 1997), que são, nas palavras de Greimas e Courtés (2008, p. 62-63), “um conjunto de obrigações, voluntárias ou involuntárias, conscientes ou inconscientes, contraídas pelo indivíduo em decorrência de sua participação nessa ou naquela prática semiótica”. É possível aproximarmos-nos do pensamento de Bakhtin sobre os “campos” dos estudos semióticos, uma vez que, ao desenvolver a noção de “cadeia da comunicação”, que aborda tudo aquilo que ultrapassa qualquer unidade linguística em si, o pensador russo vai encontro do princípio “de que a extensão de uma unidade de sentido encerra um texto, um conjunto de textos (como aquele relativo a determinado estilo autoral), ou totalidades mais extensas como o campo do conhecimento” (DISCINI, 2021, p. 25).

De acordo do Bakhtin (1997), os diferentes campos (que ele também chama de “campos de criatividade ideológica”) têm uma maneira singular de refratar a realidade e podem ser entendidos, cada qual, como um regime de sentido distinto. Dizem Bakhtin e Volochinov (1988, p. 36): “Cada campo de criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua maneira. Cada campo dispõe de sua própria função no conjunto da vida social”.

Além de um regime de sentido específico, o campo corresponde a um regime semiótico que integra sua formação. Para os campos que serão abordados em nossa

pesquisa (literatura, mídia e publicidade), focalizamos o regime semiótico que engloba “textos e objetos” (FONTANILLE; COUÉGNAS, 2018). Em tradução proposta por Discini (2021, p. 24), dizem os referidos autores que os textos e os objetos

[...] se assemelham fortemente pela visada mereológica do sentido, comum a ambos, e pela tendência a manter de maneira perene, por “encapsulação”, significações e sistemas de valores de alta complexidade.

Nos regimes semióticos, portanto, além de estar inserido o processo de totalização do sentido, verifica-se aquele que reúne em si práticas e formas de vida. Se os campos equivalem a esse regime de totalização, é possível concluir que a cada campo vinculam-se determinadas práticas e formas de vida.

Assim, a noção de campo nos leva a considerar “condições de produção de uma semiose alargada para além dos limites de cada texto, sem que o texto seja descartado como unidade de análise” (DISCINI, 2021, p. 21). Em outras palavras, o conceito de campo nos faz relacionar as condições de produção textual com sua respectiva práxis enunciativa (BERTRAND, 1993), considerando, ainda, que a cada campo liga-se um jeito particular de mobilizar a estesia da linguagem.

Literatura, mídia e publicidade, três esferas do conhecimento, instauram, portanto, modos particulares de dizer, ou seja, diferentes *éthos* e estilos distintos (DISCINI, 2015). A análise das articulações internas de cada um deles leva-nos a distinguir seus respectivos procedimentos de mobilização da estesia e, conseqüentemente, de construção discursiva da verdade (DISCINI, 2021).

Dentro de cada campo emergem os gêneros discursivos, enunciados concretos por meio dos quais a comunicação se materializa. Segundo Bakhtin (1997), os gêneros são enunciados relativamente estáveis na forma composicional, na temática e no estilo. Apresentam um caráter instável, que não anula certa invariância, responsável pela eficácia da interação discursiva imediata. Esta prevê um universo de expectativas partilhadas, estabelecidas pela recorrência do uso, entre enunciador e enunciatário. Sobre variação e estabilização genérica, diz Marcuschi (2008, p. 156):

Desde que não concebamos os gêneros como modelos estanques, nem como estruturas rígidas, mas como formas culturais e cognitivas de ação social corporificadas de modo particular na linguagem, temos que ver os gêneros como entidades dinâmicas. Mas é claro que os gêneros têm uma identidade e eles são entidades poderosas que, na produção textual, nos condicionam a escolhas que não podem ser totalmente livres nem

aleatórias, seja sob o ponto de vista do léxico, grau de formalidade ou natureza dos temas [...].

Por estarem relacionados à manifestação linguística, os gêneros e seus três elementos constituintes, de acordo com Bakhtin (1997) (construção composicional, conteúdo temático e estilo), são analisados, pela semiótica de linha francesa, levando-se em consideração o nível mais próximo da textualização no percurso gerativo de sentido, ou seja, o nível discursivo. Isso não exclui, no entanto, a possibilidade de se observar a relação entre as camadas mais superficiais e as mais profundas (GOMES, 2009a). Logo, é comum encontrarmos em diferentes textos de determinado gênero a textualização de uma mesma etapa do percurso narrativo. Enquanto algumas peças publicitárias, por exemplo, optam por textualizar a etapa da manipulação, as sentenças judiciais enfatizam a sanção. Não podemos ignorar, porém, que essas recorrências podem ser, em certa medida, flexibilizadas, visto que a própria natureza dos gêneros traz em si alguma instabilidade. Exploraremos mais essa questão no decorrer de nossa dissertação, uma vez que um de nossos objetos de análise (vídeo publicitário da Natura) não evidencia a etapa manipulatória em sua textualização.

Ainda relativamente à construção composicional, ao olhar para as estruturas discursivas, percebem-se recorrências relacionadas às projeções enunciativas (debreagens de pessoa, de espaço e de tempo) e a determinados recursos argumentativos. A ancoragem actancial (especificação do nome e do sobrenome dos atores) e a delegação de vozes por meio da debreagem de segundo grau (o discurso direto) como estratégia para convencer o enunciatário da “verdade” daquilo que é enunciado são muito comuns em textos jornalísticos.

A recorrência de traços na composição de um gênero também inclui a forma da expressão. Em gêneros literários, como os poemas, é característico o uso de rimas e de figuras de linguagem como aliterações e assonâncias. Alguns elementos textuais também são reiterados. As cartas, por exemplo, são iniciadas e finalizadas quase sempre da mesma maneira (data, local e assinatura). As reportagens também costumam seguir um padrão: título, subtítulo e *lead* (primeiro parágrafo que resume as principais informações da matéria). A prática discursiva da comunicação *on-line* de reportagens, no entanto, conforme abordaremos no decorrer de nossa pesquisa, pode alterar alguns parâmetros tradicionais da composição desse gênero, que tende a ressurgir de forma mais prática e maleável do que aquela do jornal impresso.

No que tange à estabilidade no conteúdo como constituinte de um gênero, refere-se Bakhtin (1997) “a um domínio de sentido de que se ocupa o gênero”, conforme pontua Fiorin (2006c, p. 62). Não se trata, portanto, de um tema específico, e sim, semioticamente falando, de “uma estrutura imanente dos textos, que, no nível discursivo, traduz-se pelos procedimentos de tematização e figurativização. Assim, há uma configuração temática própria de um certo gênero” (GOMES, 2009a). Nas orações, por exemplo, essa configuração remete a uma devoção religiosa, enquanto nos anúncios publicitários ela se baseia na oferta do que se pretende vender e da valoração positiva de seus respectivos atributos. Conforme postula Discini (2009, p. 603), o leitor de uma bula, ao entrar no universo discursivo desse gênero, já está “munido de uma certeza inquestionável e previamente montada sobre a informação que obterá, relativa às propriedades do remédio”. Ser mais ou menos figurativo também faz parte da constituição do gênero.

A relativa estabilidade enunciativa referente ao estilo é outro elemento indissociável da noção bakhtiniana de gênero. Para o autor russo, “estilo” define-se como “a seleção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua” (BAKHTIN, 1997, p. 279) e está sujeito ao que ele chama de uma “atitude responsiva” do destinatário do texto. Em outras palavras, o destinador leva sempre em consideração quem é o destinatário para poder fazer as referidas seleções no momento de compor a mensagem. Do ponto de vista semiótico, podemos fazer um paralelo com o contrato fiduciário (e seu respectivo conjunto de valores) que fundamenta a relação entre enunciador e enunciatário e influencia a escolha do gênero que melhor concretiza o ato enunciativo. Para Gomes (2009a, p. 591):

Esse acordo entre sujeitos que afeta o estilo empregado (e, em última instância, o próprio gênero) é responsável também por fazer tomar o enunciado como um simulacro da realidade ou como ficção, permitindo diferenciar o modo de contar e interpretar um fato numa reportagem ou num conto, distinguindo-os como gêneros.

A estabilização, portanto, da forma, do estilo e do conteúdo é fundamental no reconhecimento de um gênero, assim como o são suas respectivas variações e instabilidades. Ao se conhecer o estilo do gênero, já se economiza a leitura. Isso porque, tomando como exemplo uma reportagem, sabemos que, tradicionalmente, seu estilo se aproxima de um uso linguístico próprio de uma situação mais formal, que pede objetividade textual e um vocabulário não tão adjetivado. Os temas, aqui, tendem a ser tratados e narrados de maneira mais imparcial, diferentemente de um poema, cujo

universo discursivo pressupõe a emergência do subjetivo e das emoções e, conseqüentemente, do uso de uma linguagem mais pessoal e figurada. No entanto, é mister salientar que, como prevê a própria descrição bakhtiniana de gênero, ao defini-lo como enunciado “relativamente” estável na forma composicional, na temática e no estilo, flexibilizações são permitidas e podem inaugurar novidades nos gêneros que nos fazem relativizar algumas de suas características. Continuando com o exemplo do campo jornalístico, observamos hoje em dia um arranjo midiático no qual é possível uma reportagem de um veículo tido como “sério”, em oposição à imprensa sensacionalista (DISCINI, 2003a), explorar sobremaneira as emoções. Abordaremos mais essa questão no decorrer de nosso trabalho.

2.2 Gêneros, *práxis* enunciativa e regimes de interação

Pela perspectiva semiótica, é possível, de acordo com Gomes (2009a), reconhecer o jogo entre estabilidade e invariância, próprio da definição bakhtiniana de gênero, com o apoio dos conceitos de *práxis* enunciativa e dos modos de presença a partir de Fontanille e Zilberberg (2001) e Fontanille (2007).

Cabe à *práxis* enunciativa a convocação dos estereótipos e daquilo que se encontra estocado na memória dos parceiros enunciativos, bem como a possibilidade de combinação de alguns elementos invariantes, de onde emergem novas formas, que podem ser rejeitadas ou acolhidas. Estendendo esse conceito aos gêneros, é possível compreendê-los como entidades languageiras que utilizam, com rigidez ou certa flexibilidade, aquilo que já está em uso, possibilitando o aparecimento de formatos diferenciados. Quando um gênero se manifesta em determinada atividade discursiva, temos seu modo de existência realizado, que derivou de uma diversidade de gêneros e de suas respectivas possibilidades combinatórias (modo virtualizado), bem como do emprego de enunciados genéricos fixados na memória (modo potencializado) e da seleção de formas disponíveis para realização (modo atualizado).¹³

¹³ Nas palavras de Fiorin (2020c, p. 133), “o conceito de *práxis* enunciativa explica a circulação das grandezas linguísticas, que têm diferentes modos de existência. Seus produtos podem ser virtuais (estruturas e categorias que constituem o sistema); atualizados (primeira ativação-seleção de grandezas convocadas em discurso); potencializados (os *praxemas*), realizados (ocorrências em discurso) (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001, p. 174-175)”.

Valendo-se da semiótica tensiva (ZILBERBERG, 2011), é possível dizer que as variações genéricas que adentram o campo de presença¹⁴ do discurso podem ser identificadas com intensidade tônica, causar um impacto negativo no enunciatário e, dessa forma, ser rejeitadas. Por outro lado, é possível que essas alterações tenham a adesão dos sujeitos em interação enunciativa e, por conseguinte, sejam incorporadas a suas futuras interações, o que configura um aumento no eixo da extensidade.

Ainda sobre o impacto da novidade, é possível que ele recupere o sentido de gêneros já dessemantizados, ou seja, daqueles cuja reiteração pode aproximá-los da insignificância. Muitos anúncios publicitários, como é o caso do exemplar de nosso *corpus*, optam por inovar e não textualizam a etapa de manipulação. Em vez de mencionar qual produto está sendo vendido e quais são seus diferenciais para tentar convencer o enunciatário a adquiri-lo, o anúncio da Natura introduz elementos que o fazem lembrar um videoclipe de uma canção. No entanto, a menção ao Dia das Mães, data comemorativa com grande apelo comercial, e o próprio logotipo da empresa e seu *site* (onde os produtos podem ser adquiridos) não descaracterizam a publicidade. A venalidade está ali.

Bakhtin (1997, p. 302) admite que a diversidade dos gêneros se justifica pela situação, pela posição social e pelas relações sociais e recíprocas entre os parceiros do processo de comunicação. É possível, portanto, analisar a escolha dos gêneros e o grau de “risco” que dela emerge com base nos regimes de interação entre os sujeitos da comunicação propostos por Landowski (2014a). “É a partir desses regimes que os gêneros se mantêm ou se modificam, fixam-se em estereótipos e em fórmulas, ou se transformam e se flexibilizam, ajustando-se aos variáveis processos intersubjetivos” (GOMES, 2009a, p. 584).

Como a situação de comunicação não se restringe ao texto enunciado, na semiótica pensada por Landowski configuram-se as interações entre o eu e o outro. O referido sociosemiótico relaciona a questão do sentido àquela da interação, considerando o social e o discurso como “espaços de interação” (LANDOWSKI, 1992, p. 12). Ele propõe quatro regimes de interação, que compõem uma espécie de quadrado semiótico: no eixo dos contrários, a programação se opõe ao acidente e, no eixo dos subcontrários, a manipulação ao ajustamento. No entanto, diferentemente do quadrado de Greimas, as passagens entre um polo e outro se dão gradualmente (e não em saltos) ao longo de uma elipse. Landowski redefiniu, então, a narratividade greimasiana com o modelo dos

¹⁴ É no campo de presença que se dá a “base perceptiva da apreensão de toda significação” (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001, p. 124).

regimes de sentido e de interação. Greimas já havia vislumbrado alguns dos regimes propostos por Landowski, sem, no entanto, consolidá-los. O autor lituano tateou o regime da programação, apesar de não usar esse termo. O clássico exemplo da receita de sopa (GREIMAS, 1996) faz parte do que Landowski veio a chamar de programação. Nesse regime, calcado na regularidade e na previsibilidade, os sujeitos interagem seguindo percursos e programas narrativos previamente determinados por um enunciador-destinador, que pode ser desde um cozinheiro que escreve uma receita até um actante social, histórica e culturalmente estabelecido, cujas origens, muitas vezes, estão apagadas, esquecidas. Para Landowski, portanto, o regime de interação que ocorre na égide da programação pressupõe um regime de sentido da insignificância, ou seja, sem a emergência de sentido novo, e um regime de risco da segurança total.

O regime da manipulação, por sua vez, também abordado por Greimas, faz parte do início do esquema narrativo canônico e tem como base a intencionalidade estratégica. Nele, um destinador almeja levar um destinatário a querer ou a dever fazer alguma coisa. Pretende-se que esse destinatário compartilhe os valores éticos e estéticos propostos pelo destinador-manipulador. Logo, o destinatário concorda com o contrato que lhe é apresentado pelo destinador, participa de um programa narrativo específico e, na sequência, adquire competências modais para realizar sua *performance*. Aqui, a interação demanda mais esforços de ambos os lados. Tanto o regime da programação quanto o regime da manipulação seguem a lógica da junção, que se refere a relações intersubjetivas pautadas pela conjunção ou pela disjunção dos sujeitos com objetos de valor. Em matéria de interações de risco, Landowski (2014a, p. 80) fala em uma constelação existencial chamada de “constelação da prudência”, ou seja, o risco de surgirem novos sentidos ou sentidos imprevistos resultantes dos processos interacionais é mínimo na programação e limitado na manipulação.

Afastando-se da gramática narrativa clássica, Landowski volta à noção de estesia (princípio de sensibilidade) e dos acidentes estéticos formulados por Greimas (2017), em *Da imperfeição*, para defender a existência de dois novos regimes de interação, cuja lógica é pautada pela união: o regime do ajustamento e o regime do acidente. Ainda sobre os acidentes estéticos, vale ressaltar que, para Greimas, eles ocorriam por meio de “fraturas” e “escapatórias”. A fratura (que decorria de uma programação) seria aquele momento inesperado em que o sensível é convocado para rever o rumo das coisas. A partir dela, novos sentidos produzir-se-iam. Para Landowski, é possível que a interação e o sentido não dependam da mediação e da transferência de objetos de valor

(LANDOWSKI, 2004, p. 110). A interação e o sentido, portanto, podem emergir e ser construídos por meio do contato direto, do contágio, do corpo a corpo e da copresença sensível – “i-mediata” (LANDOWSKI, 2017, p. 156) entre os sujeitos. É o sentir reciprocamente que produz o sentido. Os sujeitos estão em relação direta, de reflexividade. Não há hierarquia, são equivalentes, um sente o outro. A constelação existencial, nesse caso, é a “constelação da aventura”. O regime do ajustamento, propriamente dito, é uma “interação entre iguais” (LANDOWSKI, 2014a, p. 50). Aqui, o elemento estésico entra em evidência. A competência é saber sentir (o outro), uma relação que culmina com uma “realização mútua” (LANDOWSKI, 2014a, p. 54). Esse regime, caracterizado pela instabilidade e pela insegurança, possibilita uma abertura para a renovação dos sentidos. Fica com o regime do acidente, por sua vez, o nível máximo de risco. Nele, o acaso irrompe perante o sujeito, que, na impossibilidade de qualquer controle, fica atônito.

De acordo com Gomes (2009a), relacionando esses regimes à circulação dos gêneros, temos a hipótese de que estariam inscritos no regime da programação aqueles gêneros composicionalmente mais rígidos e estáveis, aqueles cujos sujeitos da comunicação já possuem funções preestabelecidas. Esse é o caso de textos como as orações ou mesmo as saudações do dia a dia. Trata-se de gêneros com características fixas, o que pode, segundo Landowski, levar a uma insignificância estésica em virtude de sua indefinida repetição e previsibilidade.

Por outro lado, a arte e a literatura instigam seus respectivos gêneros a um afloramento do sensível, característico do regime do ajustamento, e oriundo da função poética da linguagem, exercida segundo alto grau de intensidade e de concentração de estesia. O “fazer-sentir” tende a prevalecer sobre o lado cognitivo do conteúdo. Nos poemas, o sentido normalmente é apreendido pelo destinatário como uma grande aventura. Há uma preocupação maior com o plano de expressão na emergência de novas significações. O inesperado, aqui, limita a estabilização dos gêneros.

Ao regime da manipulação aproximam-se gêneros como as reportagens e os anúncios publicitários, em que um contrato baliza a relação entre enunciador e enunciatário e existe uma valorização de estratégias persuasivas. Aqui, certa dose de inventividade é permitida. É o que ocorre com o vídeo publicitário que estamos cotejando. Apesar de ele apresentar características inovadoras, ainda é aceito como um “anúncio” pelo destinatário.

É possível admitir, ainda, considerando as mesmas graduações que o modelo de regimes de interação de Landowski permite, a copresença de dois regimes em um mesmo texto. Na reportagem do *Estadão* aqui analisada, o apelo ao sensível é grande, conforme comprovaremos em detalhes ao longo do trabalho, principalmente por meio dos depoimentos apaixonados das mães entrevistadas (regime do ajustamento). No entanto, ela permanece como um texto utilitário cujo objetivo, em última instância, é levar o destinatário a um fazer cognitivo e pragmático (regime da manipulação). Voltando ao vídeo publicitário da Natura, também há nele uma exacerbação do sensível e até uma semelhança com o prazer estético oriundo de uma canção ou de um videoclipe musical (regime do ajustamento). Por ter um propósito venal (regime da manipulação), no entanto, esse prazer não se confunde com aquele proporcionado pela arte ou pela literatura.

2.3 Gêneros e regimes de crença

Fontanille (2019) fala dos regimes de crença como fundamentais para a constituição dos gêneros. Segundo o autor, os textos trazem em si próprios as promessas semióticas, assentadas sobre contratos de leitura, que predeterminam a forma como o destinatário interpretará tais textos. “Nas culturas institucionalizadas, essas promessas são convertidas em normas, em estéticas e em gêneros [...]” (FONTANILLE, 2019, p. 255). Assim, a cada gênero relacionam-se regras e indicações que sinalizam o regime de crença proposto, instalado

[...] na confrontação entre o que propõe o novo objeto a interpretar e as experiências acumuladas na memória; esse regime de crença tem o *status* de uma promessa (trazida pela forma semiótica) e de uma aceitação da promessa (que resulta da confrontação com as impressões da experiência) (FONTANILLE, 2019, p. 255).

Portanto, no que se refere à prática de interpretação, determinado imaginário e uma disposição peculiar permitem aceitar o regime de crença em questão. O destinatário de uma obra de ficção, por exemplo, estará sob um regime de crença em que a confrontação entre o mundo da obra e o da experiência cotidiana nem sempre se aplica na ordem do previsto, do programado, do pervir, se quisermos fazer a ponte com o pensamento de Zilberberg (2011).

Ainda de acordo com Fontanille (2019), as mídias globalizadas, especialmente a televisão e a internet, por viabilizarem uma comunicação globalizada instantânea e um

sistema de troca multilateral, instauram quatro regimes de crença “transversais, globais e particularmente invasivos” (FONTANILLE, 2019, p. 256). Eles se definem pela relação de verdade com o mundo de experiência cotidiana, relação esta que pode ser validada ou não. Eis os regimes: (i) o documento e a informação; (ii) o jogo e a competição; (iii) a ficção e a narração; (iv) o ensino-iniciação e a didática. No regime documental, por exemplo, diferentemente do regime da ficção, a veridicção está imbricada em um canal de referências fortemente apoiado nos testemunhos. As reportagens, em sua grande maioria, trazem sempre esses testemunhos por meio dos discursos diretos dos entrevistados, como é o caso da matéria que analisamos, que engloba os depoimentos das mães e de especialistas. Em outras palavras, o regime de crença documental tem uma relação espaçotemporal com a experiência cotidiana fortemente ancorada. Na reportagem do *Estadão*, sabemos quem são as mães que lá falam (elas têm nome, sobrenome, profissão). Nos poemas, também de nosso *corpus*, a “mãe” de quem se fala, por outro lado, é tão ampla e abstrata que parece ser uma entidade. Trata-se de outro regime de crença em que há um desprendimento do momento e do local da leitura, corroborado pela utilização do presente gnômico (“Mãe não tem limite”; “É tempo sem hora”).

Quando falamos especificamente em mídias globalizadas contemporâneas, o que se vê, no entanto, é uma crescente hibridização dos regimes de crença. Fontanille (2009, p. 257) exemplifica:

Passando de um canal a outro, e descobrindo uma cena de perseguição de automóveis, fica cada vez mais difícil decidir imediatamente se se trata de uma sequência de filme policial (ficção e narração), de um documentário sobre o trabalho da polícia (documento e informação) ou de uma corrida automotiva (jogo e competição).

No vídeo publicitário da Natura, transmitido tanto pela internet quanto pela televisão, o usuário, em um primeiro momento, pode ter dificuldade de interpretar o objeto (o vídeo em si) como uma publicidade, uma vez que a peça fílmica não exhibe os produtos que estão sendo vendidos, nem faz menção a seus atributos. Em outras palavras, o regime de crença “documento e informação” e a deontologia comercial, próprios da publicidade, apagam-se. A fim de ser mais persuasiva, a peça publicitária toma emprestados, propositalmente, códigos de outros gêneros (o início do vídeo, quando os “filhos” preparam a câmera para a filmagem, poderia aludir a um documentário; da mesma forma, as figuras de pessoas cantando e a disposição das imagens na tela remeteriam a um videoclipe de uma canção). De acordo com Discini (2009, p. 604), ao

falar sobre o estilo dos gêneros, o anúncio publicitário prevê uma cena enunciativa regida por uma voz “fundada em mecanismos de veridicção mais movediços”. Ainda segundo a autora, “o estilo de um anúncio publicitário prevê a possibilidade de destruição e de renovação do caráter de um gênero imitado e subvertido via paródia (de gênero)” (DISCINI, 2009, p. 604).

2.4 Discurso da arte, Discurso da vida

À arte estão relacionados a função estética e o prazer estético. Na literatura, o mundo é recriado nas palavras do escritor e a beleza artística está exatamente na forma como essa construção é feita. O plano de expressão é extremamente importante. Ele articula-se ao plano de conteúdo e contribui para a significação geral do texto. O uso estético da linguagem visa desautomatizá-la, criando relações inusitadas entre as palavras. A conotação é muito utilizada. Novos sentidos emergem provenientes de recursos como sonoridades, rimas, paralelismos, entre outros. A mensagem literária, portanto, é autocentrada. Apoiando-se nos estudos de Volochinov (1976),¹⁵ define-se a literatura como um “discurso da arte”, em que não há um compromisso tão selado com o pragmático, mas, sim, com o sentir, com a sensibilidade, com o inacabamento, o que, discursivamente, remete a algo que se aproxima da função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991). Muito dificilmente um poema que aborda a temática da maternidade traria dados, números, estatísticas ou depoimentos de médicos descrevendo as intercorrências de um parto.

Em oposição aos “discursos da arte” estão os “discursos da vida”, mais ligados à função utilitária da linguagem, cujo objetivo é convencer, informar, explicar ou documentar algo. Aqui, o plano de expressão não tem tanta relevância. Quem recebe a mensagem passa por ele e vai direto ao conteúdo.

Volochinov (1976) relaciona as definições de “discursos da arte” e “discursos da vida” com os distintos modos de construção do referente, assentado sobre a questão da veridicção. De acordo com o autor, os “discursos da vida” não são autossuficientes.

¹⁵ A obra *Freudianism* (1976), de Volochinov, tem autoria incerta dentro do Círculo de pensadores do qual Bakhtin fez parte. A tradução para o português realizada pela Editora Perspectiva, 2001, indica apenas Bakhtin como autor. Nossa referência foi a versão de 1976, que traz Volochinov como autor, porque somente nela está inserido o apêndice “discurso na vida e discurso na arte”. Utilizamos a tradução para o português feita por Carlos Alberto Faraco e Cristovão Tezza, ainda em versão xerocopiada, que tomou como base a tradução inglesa de I. R. Titunik (*Discourse in life and discourse in art – concerning sociological poetics*), publicada em V. N. Voloshinov, *Freudism*, New York. Academic Press, 1976.

Ele (o discurso da vida) nasce de uma situação pragmática extraverbal e mantém a conexão mais próxima possível com esta situação. Além disso, tal discurso é diretamente vinculado à vida em si e não pode ser divorciado dela sem perder sua significação (VOLOCHINOV, 1976, p. 96).

No enunciado de uma notícia de jornal existem vários presumidos que precisam ser compartilhados pelos integrantes do processo de comunicação. Na reportagem de nosso *corpus* estão implícitos no enunciado alguns presumidos: o novo papel da mulher na sociedade, a discussão mais aberta sobre a questão da maternidade, o uso das redes sociais para se defenderem ideais, a existência e a relevância de influenciadores digitais etc.). Ainda segundo Volochinov (1976, p. 101):

[...] a situação extraverbal está longe de ser meramente a causa externa de um enunciado – ela não age sobre o enunciado de fora, como se fosse uma força mecânica. Melhor dizendo, a situação se integra ao enunciado como uma parte constitutiva essencial da estrutura de sua significação. Consequentemente, um enunciado concreto como um todo significativo compreende duas partes: (1) a parte percebida ou realizada em palavras e (2) a parte presumida.

Nas reportagens, de forma geral, inclusive no exemplar por nós analisado, há um acontecimento concebido como verdadeiro mediante um grau máximo de força de acento do sentido na legitimação do discurso, vinculado ao “contexto pragmático imediato”, ao escopo do real. As mães entrevistadas estão lá com nome, sobrenome, profissão e foto. A atividade e a interação delas nas redes sociais também são exibidas. Vemos suas mensagens postadas e os comentários que delas surgiram. Nas palavras de Discini (2009, p. 607), “o ‘contexto pragmático imediato’ pode ser pensado como guardião de uma verdade peculiar ao discurso e ao gênero. Essa verdade peculiar é a conotação veridictória”.

Vale, aqui, um adendo sobre o contexto pragmático imediato, cujo conceito esbarra na questão do referente, que é tratado pela semiótica como componente interno ao texto. O “extraverbal”, o “pragmático”, para Bakhtin, ou seja, aquilo que não está nas molduras do texto, também é linguagem, uma vez que, segundo esse autor russo, tudo é sígnico.¹⁶ Nesse sentido, podemos dizer que a teoria bakhtiniana preconizou o estudo das

¹⁶ O pensamento bakhtiniano dialoga com alguns princípios do campo da Pragmática, principalmente no que se refere ao caráter histórico e interacional da linguagem. A interação entre sujeitos (sujeitos históricos, sujeitos da linguagem) materializa-se por meio da enunciação. O estudo da língua, portanto, deve considerar as relações entre a situação concreta de troca linguística e os elementos extralinguísticos, o contexto social mais amplo. De acordo com Flores (2009, p. 100): “Os enunciados não coincidem com sua constituição puramente verbal (em sentido estrito), pois são impregnados de não-ditos. A face extraverbal, situação e

práticas, daquilo que extrapola o texto, mas nele está condensado. Semioticamente falando, o “contexto extraverbal”, portanto, estaria relacionado com alguma situação prática do mundo natural. Para a semiótica, não existe linha que demarque o limite do que é texto e do que é contexto, uma vez que, da mesma forma como entende a teoria bakhtiniana, o sujeito está constantemente operando com signos. O contexto ou a situação também são textos, pois funcionam como conjuntos significantes nos quais expressões e conteúdos são articulados.

Retornando à questão da conotação veridictória, nos “discursos da vida”, portanto, ela está no “parecer e ser o que é”. No dizer enunciativo de uma reportagem, não basta afirmar que muitas mulheres não gostam da maternidade ou que se arrependem de ser mães. É preciso mostrar quem são essas mães, quantas são, quais justificativas usam para falar o que falam, assim por diante. Trata-se de um discurso que prioriza o *saber verdadeiro*.

Por sua vez, no que concerne aos “discursos da arte”, afirma Volochinov (1976, p. 116) que eles não são nem podem ser tão dependentes de todos os fatores do contexto extraverbal:

Uma obra poética não pode confiar em objetos e eventos do meio imediato como coisas “entendidas”, sem fazer mesmo a mais ligeira alusão a eles na parte verbal do enunciado. A esse respeito, muito mais é exigido do discurso na literatura: muito do que poderia permanecer fora do enunciado na vida precisa encontrar representação verbal. Nada deve ser deixado não dito numa obra poética do ponto de vista pragmático-referencial.

No campo literário, então, o modo de fazer assentar a veridicção desloca-se para sua variável tipológica, a verossimilhança (verdade interna própria do texto), mais independente com relação ao “contexto pragmático imediato”, uma vez que “a literatura goza de um grau maior de autocentramento da palavra” (DISCINI, 2009, p. 607). A “mãe” de que se fala nos poemas não tem nome, nem idade. É uma figura mais abstraída em comparação às “mães” da reportagem e mesmo às “mães” do anúncio publicitário.

Enquanto na literatura, portanto, a dependência de uma referencialização pragmática não se faz predominante, nos gêneros do campo midiático ela é necessária. Neles, as coisas do mundo tendem a ser recortadas de forma mais inteligível e o texto a

condição necessária do desenvolvimento ideológico do enunciado, corresponde ao espaço e tempo do acontecimento, ao objeto ou tema do enunciado e às posições assumidas pelos interlocutores. [...]. Nessa perspectiva, o verbal e o extraverbal estão articulados no enunciado, indicando que toda dimensão verbal é heterogênea e constitutivamente ideológica e social”.

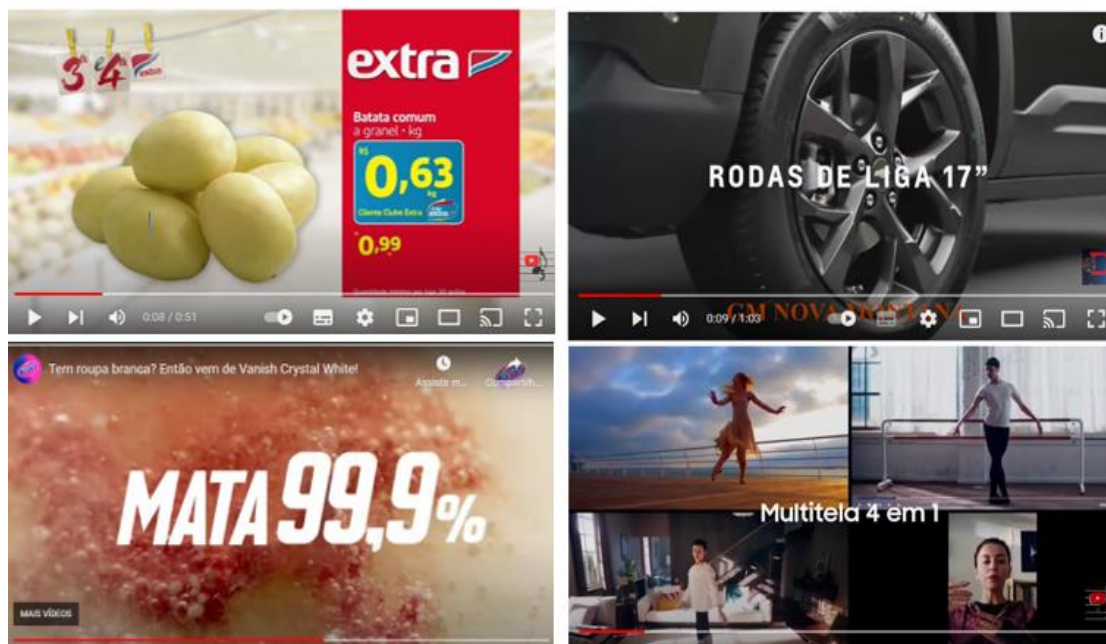
possuir um caráter manipulatório mais aparente. Postulado por Zilberberg (2011) e recuperado por Tatit (2019), o conceito de inteligível (ou da extensidade, dos estados das coisas) articula-se com o conceito de sensível (ou da intensidade, da afetividade, dos estados da alma) e é por ele regido. Se, desde Saussure, uma coisa só existe em comparação a outra, podemos pensar que, como hipótese, nos discursos do campo midiático, com relação à literatura, haja o predomínio da extensidade, o que, textualmente, concretiza-se com uma linguagem mais direta e utilitária. No entanto, qualquer generalização limitaria a complexidade da questão.

No gênero jornalístico, por exemplo, existe um *continuum* que vai desde a sobriedade até um escancaramento passional. Ao colocarmos o jornalismo no eixo da extensidade, estamos deixando de fora a imprensa dita sensacionalista (DISCINI, 2015). O jornalista Muniz Sodré, um importante pensador contemporâneo da comunicação nacional, discute como as estratégias sensíveis são utilizadas na comunicação com objetivos racionais. Para ele, é preciso ir além das análises do conteúdo da mensagem e examinar como ele impacta os receptores de acordo com a subjetividade e a historicidade de cada um. Trata-se de perceber o outro em sua singularidade por meio do afeto, da sensibilidade (SODRÉ, 2006). Assim, para o referido autor, o sensível hoje predomina sobre a lógica argumentativa característica da imprensa burguesa dos séculos XVIII e XIX e o discurso sobre a objetividade jornalística absoluta já não se sustenta. As mídias e a propaganda mostram “estratégias racionais não espontâneas” (SODRÉ, 2006, p. 11) de instrumentalizar o sensível e manipular os afetos. Na reportagem do *Estadão*, as mães dos depoimentos podem ser consideradas metonímias de muitas mulheres que vivenciam a maternidade. Igualmente, os “filhos” representados no vídeo publicitário da Natura e a mensagem afetuosa e apaixonada que passam para suas respectivas “mães” também geram identificação com os espectadores. Espera-se emocionar o outro para convencê-lo a pensar de determinada maneira ou a comprar algum produto.

Estendendo, por fim, para a publicidade a reflexão de Volochinov (1976) sobre “discursos da vida” e “discursos da arte”, acreditamos que, embora um anúncio publicitário possa transitar entre essas duas classificações, ele se aproxima mais da primeira, pois todo anúncio tem por objetivo vender alguma coisa. Alguns utilizam estratégias de manipulação mais aparentes, mostrando as peculiaridades do produto que está sendo promovido e como ele supre uma necessidade (Figura 7). Anúncios de ofertas de supermercado, por exemplo, trazem o preço do produto, a quantidade por embalagem, a data exata da promoção e demais detalhes “técnicos”. Assim, esse tipo de anúncio vale-

se de uma estratégia de argumentação compatível com a prática cotidiana de compra e venda de produtos, estratégia que privilegia o inteligível, a extensidade das coisas.

Figura 7 – Prints de vídeos publicitários diversos



Fonte: Vídeo *Extra Supermercados* (2018)¹⁷; Vídeo *Pick up Nova Montana* (2023)¹⁸; Vídeo *Vanish Crystal White* (2021)¹⁹; Vídeo *Samsung Neo Qled 8K* (2021)²⁰.

Em contrapartida, há propagandas, como é o caso do vídeo de nosso *corpus*, que mal falam do produto ou do serviço em si. Elas se empenham em emocionar seus possíveis clientes para que eles relacionem esses sentimentos à marca e, por conseguinte, comprem o que a empresa oferece. Para tanto, constroem enunciados mais sensíveis por meio da função poética da linguagem. As propagandas fortemente voltadas ao sentir do sujeito, portanto, inclinar-se-iam para o discurso da arte. Mesmo assim, a venalidade intrínseca ao gênero publicitário impede que ele se aloje inteiramente lá. Voltaremos ao que foi abordado neste tópico no decorrer de nossa dissertação.

¹⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=7j4Bi-d4d0>. Acesso em: 7 maio 2023.

¹⁸ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=IrVxeL_1K4g. Acesso em: 7 maio 2023.

¹⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=vU6qOVID8VU>. Acesso em: 7 maio 2023.

²⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xHVWdY38D4A>. Acesso em: 7 maio 2023.

Capítulo 3 – ARGUMENTAÇÃO E ESTESIA: UMA RELAÇÃO EM CONSTANTE MOVIMENTO

É por meio do discurso que o sujeito moraliza o mundo, no sentido de imprimir nos fatos, nos eventos e nas práticas sociais uma valorização dos valores que euforiza ou disforiza o que é dado a ver. Na superfície discursiva, esse sujeito se constitui a partir dos papéis temáticos, depreendidos das marcas enunciativas espalhadas no enunciado e relacionadas ao viés judicativo da própria voz que enuncia. Paralelamente, temos o posicionamento assumido pelo sujeito na moralização ou na valorização axiológica, moral e ética dos respectivos temas e percursos temáticos. Assim, iniciamos este capítulo examinando questões pertinentes à sintaxe discursiva (como as estratégias de argumentação e persuasão) e à semântica discursiva, principalmente no que se refere à construção da figura da mãe. Por fim, dedicamo-nos à análise do elemento sensível que rege a inteligibilidade dos fenômenos, examinando o olhar do sujeito e seu perfil pático, relacionado à forma como ele recebe afetivamente as coisas do mundo enunciadas no discurso, enquanto interage com elas.

3.1 Relações entre enunciador e enunciatário

A sintaxe discursiva abarca os processos de estruturação do discurso, sendo o campo da manipulação consciente (FIORIN, 1988). O enunciador, para convencer o enunciatário, faz uso de estratégias argumentativas e de outros recursos da sintaxe discursiva para criar efeitos de sentido de verdade. É preciso que o enunciatário sancione veridictoriamente o enunciado. Para tanto, ele é exposto a um *fazer-persuasivo*, ou seja, a um *fazer-criar* por meio de um *fazer-parecer-verdadeiro*, pois, como postula Greimas (2014), a verdade não se refere a algo externo ao texto, e sim a uma construção interna e própria dele.

Em razão dos “diferentes modos de existência dos discursos verdadeiros” (GREIMAS, 2014, p. 119), é possível que essas distinções se tornem recorrentes em determinados gêneros, criando, assim, marcas veridictórias próprias e integrantes de certa esfera discursiva. Essas marcas incidem na noção de referente que, mesmo dividido em interno ou externo, nunca é dado *a priori* ou não se relaciona com a oposição entre real e fictício, uma vez que o mundo natural é considerado elemento intrínseco ao enunciado.

Deve ser considerado, então, o ato de referencialização, que, segundo Greimas e Courtés (2008, p. 415), “implica o exame de procedimentos pelos quais a ilusão referencial – o efeito de sentido ‘realidade’ ou ‘verdade’ – [...], se acha constituída”. Dessa forma, relacionando o referente à conotação veridictória, chega-se a uma verdade “que pode ser mais dependente, ou menos, da força do escopo pragmático, ou do que aconteceu independentemente da percepção veiculada pelo discurso” (DISCINI, 2009. p. 609). O leitor de uma reportagem constitui-se como aquele que se associa a um *saber verdadeiro*, característico dos “discursos da vida” e distinto do relacionado aos “discursos da arte”. Ele espera que tudo o que seja veiculado na reportagem seja “verdade”, o que significa compatibilidade com o acontecido noticiosamente reportado. O simples fato de estar lá, conforme os parâmetros veridictórios do discurso midiático, já se configuraria como “verdade” factual, o que resulta de um acordo implícito entre enunciador e enunciatário. É a existência desse contrato que fundamenta a peculiaridade da construção de cada estatuto de verdade.

As diferenças de conotação veridictória podem, ainda, segundo Discini (2009), respaldar-se nos conceitos bakhtinianos de limite e limiar (BAKHTIN, 1981). À noção de limite, próxima do discurso jornalístico, associa-se o efeito de transparência e de acabamento do dizer e do dito, enquanto, no de limiar, recaem a opacidade e o efeito de duplicidade de sentido, característicos do inacabamento do evento estético, como nos discursos literários.

Também é possível relacionar a dicotomia “verossimilhança interna *versus* verossimilhança externa”, depreendida, conforme elucidado por Bakhtin (1981), de todo discurso, com as conotações veridictórias dos gêneros. Nos “discursos da vida”, o efeito do vivido biograficamente está presente no enunciado e na relação intrínseca estabelecida com o enunciador, sempre pressuposto. O efeito do vivido está, principalmente, na composição discursiva dos atores sociais colocados no enunciado. Na reportagem de nosso *corpus*, as mães e as especialistas entrevistadas têm nome e sobrenome, parecem mais “reais”, são actantes antropomorfizadas nomeadas como indivíduos. Assim, ao discurso jornalístico,²¹ especialmente ao gênero reportagem, associa-se a verossimilhança externa, em que a incidência do escopo do “real” é mais forte. O contrário se verifica nos “discursos da arte”, mais voltados à noção de verossimilhança interna e, conseqüentemente, à incidência mínima desse escopo. Nos poemas, há uma “voz

²¹ Dentro de um jornal, é possível encontrarmos uma crônica com inclinação literária (gênero de fronteira). Nesse caso, a verossimilhança interna passa a ser mais relevante.

segunda, outra, que transcende a palavra cotidiana e assume o discurso da verdade” (GREIMAS, 2014, p. 120). A “voz” que fala nos poemas de Drummond e de Quintana assume como “verdade” uma mãe mais abstrata que a mãe da reportagem e a mãe do vídeo publicitário. Trata-se de uma entidade; não é uma mãe “carnal”. Nesse sentido, ainda de acordo com Greimas (2014, p. 120), “a exploração da materialidade do significante para destacar a verdade do significado será um dos modos da conotação veridictória”.

Antes de nos aprofundar na análise da reportagem de nosso *corpus*, é importante pontuar que, apesar de o texto estar assinado pela jornalista Ludimila Honorato, o peso dessa assinatura é ínfimo. Isso porque a repórter está condicionada ao estilo *Estadão* de fazer matérias, que, da mesma forma que o estilo de um gênero ou mesmo o de uma época, emerge de um modo recorrente de dizer e é apreendido pelas invariantes que subjazem às variações (DISCINI, 2015).

Além disso, faz-se mister reforçar que é o texto-enunciado da reportagem, como não poderia ser diferente em uma análise semiótica, que nos traz elementos para apreendermos, por meio da interdiscursividade, determinada prática discursiva ou semiótica fincada no tema da maternidade. Tal prática não é, necessariamente, extensiva a todas as formas de ser mãe. A expressão figurativizada por meio do segmento textual “padecer no paraíso” para se referir à maternidade é empregada na matéria, de modo a levar a inferir uma prática que mistura prazer e dor nas ações correspondentes, estas que incluem a dedicação integral aos filhos e o infinito zelo materno. Ademais, fala-se muito na reportagem em “pressão social” relacionada à maternidade, ou seja, para as mulheres de um grupo social específico (que é o grupo cujas práticas da maternidade estão condensadas no texto-enunciado) tornar-se mãe é algo quase que a elas imposto, algo que vem, muitas vezes, de “fora” para “dentro”, do qual seria um “erro” fugir. Logo no início do texto, uma das entrevistadas, que confessou em suas redes sociais não gostar tanto de ser mãe, disse que assumir tal postura, nesse grupo social, é “ser tachada como mãe ingrata, egoísta, cruel”. Definir precisamente tal grupo seria uma difícil missão, porque sabemos, apoiados na práxis (enunciação coletiva), que o discurso da maternidade que compõe o tema vinculado obrigatoriamente a um instinto natural perpassa as formações discursivas²² ligadas aos mais variados segmentos sociais. No entanto, os actantes da

²² Segundo Fiorin (1988, p. 32), as formações discursivas representam os temas e as figuras que concretizam a visão de mundo de determinada classe social. Assim, a cada formação ideológica, que é “o conjunto de

reportagem encarnam-se em atores do enunciado, os quais, em debreagem enunciativa de segundo grau (enunciação delegada pelo narrador implícito) (FIORIN, 1996), são representados por meio das figuras de mulheres da classe média (atrizes e *influencers* digitais). O próprio *Estadão* declara em seu *Mídia kit*²³ que 54% de seu público encontra-se entre as classes A e B, o que nos leva a deduzir que o grupo social em questão, de modo geral, dadas ainda as inconsistências dessa segmentação, é representado pela classe média brasileira.

Assim, pelo título da reportagem (*Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso*), já podemos detectar que os valores que o destinador-manipulador (enunciador) pretende convencer o enunciatário a incorporar em sua vida são diferentes dos valores do discurso relacionado à maternidade para esse grupo social. Chamaremos, aqui, tal discurso de *discurso hegemônico* ou *discurso do senso comum*, com a ressalva, conforme elucidado há pouco, de que não se trata de um só discurso e, conseqüentemente, das únicas práticas relacionados à maternidade. Cabe destacar também algumas características próprias dos saberes e dos discursos do senso comum. Eles são generalizadores, “pois tendem a reunir numa só opinião ou numa só ideia coisas e fatos julgados semelhantes” (CHAUÍ, 1997, p. 116-117). Diferenciam sem questionar sobre as diferenças e reúnem sem indagar acerca das semelhanças: *toda* mulher quer ser mãe e ama a experiência da maternidade. Ainda de acordo com Chauí (1997), por conta das generalizações, os saberes do senso comum tendem a estabelecer relações de causa e efeito entre as coisas e entre os fatos, o que sustenta afirmações do tipo: a mulher que se torna mãe é feliz. Esses saberes são, ainda, ajuizadores, ou seja, trazem juízo imediato de situações tendo como base a percepção de mundo daqueles que o representam. Seguindo essa lógica, se uma mulher não quer ser mãe ou não idolatra a maternidade é julgada como “errada” e “cruel”.

Retomando a análise da reportagem, ao apresentar, então, a figura do *fardo*, o título começa a delinear a direção argumentativa do texto. Objeto pesado e volumoso, ele é associado à experiência de ser mãe. Cabe uma pergunta, apoiada na argumentação do senso comum: quem gosta de carregar um fardo? Percebemos que o lado disfórico da

representações, de ideias, que revelam a compreensão que uma dada classe tem do mundo”, vincula-se uma formação discursiva, já que “não existem ideias fora dos quadros de linguagem”.

²³ O *Mídia Kit* do *Estadão* pode ser encontrado em [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://bluestudio.estadao.com.br/wp-content/themes/blue-studio-3.0/assets/ESTADAO_MIDIA_KIT_2022_COMPLETO.pdf](https://bluestudio.estadao.com.br/wp-content/themes/blue-studio-3.0/assets/ESTADAO_MIDIA_KIT_2022_COMPLETO.pdf).

maternidade, culturalmente não comentado de maneira clara pelo senso comum, será trazido ao texto, assim como uma possível aceitação em discuti-lo, afinal, “as mulheres estão falando sobre isso”. A reportagem tem um ponto de vista a defender e deseja convencer seu leitor sobre ele. Para tanto, o enunciado precisa, antes de tudo, parecer verdadeiro e, como compete ao gênero discursivo e ao campo de atividades evocado, *factualmente* verdadeiro.

É necessário considerar, primeiramente, que a reportagem que estamos examinando foi veiculada *on-line*. O efeito de sentido de grande quantidade de saber armazenado pela internet e o de interatividade acentuada (BARROS, 2015) configuram um modo de parecer verdadeiro que se flexiona às condições de enunciabilidade favorecidas pelo campo de uso linguístico. O destinador dos discursos *on-line* é visto como o sujeito do saber. Seu destinatário, por sua vez, coloca-se como autor-destinador desses discursos e acredita neles²⁴. Nas palavras de Barros (2015, p. 22):

Se os textos de histórias de pescador são, por definição, interpretados como falsos, isto é, que nem parecem nem são verdadeiros, os da internet são, em geral, considerados verdadeiros, ou seja, que parecem e são verdadeiros, e, mais do que isso, que eles são discursos que desmascaram a mentira, que parece, mas não é verdadeira, ou revelam o segredo, que não parece, mas é verdadeiro. [...] O destinador desses discursos é colocado na posição de sujeito do saber e seu destinatário, devido à interatividade intensa já mencionada, deles se considera, em boa parte, também como autor-destinador. Esse destinatário, assim construído, acredita e confia nos discursos que também são seus.

Ademais, uma das estratégias utilizadas pelo enunciador para que o discurso pareça verdadeiro é o distanciamento da enunciação. Por meio da *debreagem* enunciativa, em que um “ele” instala-se no enunciado (FIORIN, 1996), cria-se o efeito de objetividade. Vejamos um exemplo. No trecho “A reação contrária a declarações como a de Samara faz parte de uma cultura que vê a mulher como predestinada à maternidade” (HONORATO, 2019), não encontramos o “eu” enunciado (“*Eu digo que a reação contrária ...*”), apesar de ele estar sempre pressuposto. O fato de o “eu” não aparecer elimina as marcas da enunciação e instaura um enunciado enunciado, que, alinhado ao parâmetro veridictório da reportagem, em que obrigatoriamente tudo deve ser “verdade” nesse gênero, faz com que a informação veiculada pareça incontestável.

²⁴ Esse modo de *parecer verdadeiro* vinculado à internet influenciou o surgimento das *fake news*. Trabalhos recentes de Barros (2015; 2020) propõem estratégias de desmascaramento de tais discursos mentirosos.

Ainda sobre a delegação de vozes, outro efeito de verdade recai sobre o processo de debragem enunciativa de segundo grau, por meio dos chamados discursos diretos. Nada mais “verdadeiro” do que ouvir as palavras das próprias mães, que se sentem cansadas, para mostrar que a maternidade cansa (“Amo ser mãe, mas nos dois primeiros meses odiei. Acordava a cada duas horas, meu peito doía, empedrou. Foi a época mais infeliz da minha vida, eu estava exausta” (QUEIROZ, 2019, n.p.). Em mais um exemplo, nesse caso para *parecer verdadeiro* que o compartilhar das experiências da maternidade é benéfico para a mulher, algo de que a reportagem também pretende convencer o enunciatário, o texto coloca, entre outros, mais um relato de Nana Queiroz (2019, n.p.): “Só de poder trocar com outras mulheres, no grupo de amamentação, eu pude refazer minha estabilidade emocional. Aprendi que isso é transitório, que é normal sentir medo e culpa”.

A reportagem dá voz a três mães, todas com nome, sobrenome, profissão e idade, informações que se constituem como figuras do discurso chamadas de antropônimos (denominações de atores por nomes próprios). Segundo Greimas e Courtés (2008, p. 33), os “antropônimos participam do subcomponente onomástico da figurativização” e, com os topônimos e os cronônimos, “permitem uma ancoragem histórica que visa a constituir o simulacro de um referente externo e a produzir o efeito de sentido de ‘realidade’”. Não é apenas a fala de uma mãe que está ali, é a de Samara Felippo, atriz global e *influencer*, 40 anos, a de Thaiz Leão, ativista feminista e *designer*, 29 anos, e a de Nana Queiroz, escritora, 33 anos. Quanto maior o detalhamento desse interlocutor “mãe”, mais “real” ele parece.

A matéria traz também um *post* de Samara Felippo com suas filhas (Figura 8), publicado pela própria atriz nas redes sociais. Ele funciona como uma evidência de que a atriz realmente compartilha seu dia a dia sobre a maternagem. Nele, vemos o nome do perfil do Instagram de Felippo (@sfelippo), o número de seguidores que ela tem (1,4 milhão), além do número de curtidas (mais de 108 mil) e de comentários (5.003) que a publicação recebeu. Tudo isso intensifica o efeito de verdade e vale como um recurso argumentativo, uma vez que os comentários e as curtidas “provam” que muitas mulheres endossam o que está sendo ali comunicado.

A foto que compõe o *post* em questão mostra a figura actorial do ator discursivo, representado pela atriz Samara Felippo (uma figura actorial enuciativa, interlocutora da cena, visto que é ela o “eu” da publicação), com a figura de dois outros atores, suas filhas. As três figuras estão sorrindo e, dada a profundidade do foco, estão bem definidas e

iluminadas, contrastando com um fundo claro e mais desfocado. O sorriso, figura visual, alude a um símbolo²⁵ de alegria. A organização plástica da imagem ainda permite comentar uma triangulação formada pelas três figuras, com a mãe no topo do triângulo, o que remete à ideologia que contempla a mãe como “rainha do lar”. O ângulo superior do triângulo, na topologia da cena, corresponde, no plano do conteúdo, à supremacia do conceito eufórico de maternidade, tal como tematizado pela imagem, configurando uma relação semissimbólica, que diz respeito à homologação entre termos de categoria do plano da expressão com categorias do plano do conteúdo. De acordo com Barros (1990, p. 82), no semissimbolismo, “a relação entre expressão e conteúdo não é convencional ou imotivada” e a “expressão concretiza sensorialmente os temas do conteúdo”.

No mesmo *post*, há um pequeno vídeo, em preto e branco, em que, com a mão na cabeça (o que sugere problemas, preocupações), Felippo registra alguns momentos com as filhas: enquanto uma chora, a outra toca flauta (Figura 9). O vídeo é em preto e branco, não há sorrisos e a figura da mãe está distante da figura das meninas (elas não formam mais um triângulo). Analisando-se a imagem e o vídeo como dois elementos visuais do mesmo texto sincrético (no caso, o *post*), porquanto ele apresenta mais de uma linguagem de manifestação (verbal e não verbal), entendemos que a relação *colorido vs. preto e branco*, bem como a disposição espacial das figuras (*agrupadas*, com a figura da mãe no centro, *vs. dispersas*), podem ser associadas aos valores semânticos *natureza vs. cultura*, configurando também uma relação semissimbólica. O senso comum relacionado à prática da maternidade tem na “natureza” seu lado eufórico, o que, discursivamente, coloca a maternidade como uma experiência natural, instintiva à mulher e sempre positiva, feliz e “colorida”. A reportagem se opõe a esse discurso ao enunciar que a maternidade pode ter uma parte ruim, já que as mulheres precisam aprender a ser mães e que a maternidade nem sempre lhes é prazerosa. Em outras palavras, a prática da maternidade seria fruto de uma construção cultural. O *post* de Samara Felippo vai ao encontro dessa posição e funciona como um argumento para fortalecê-la.

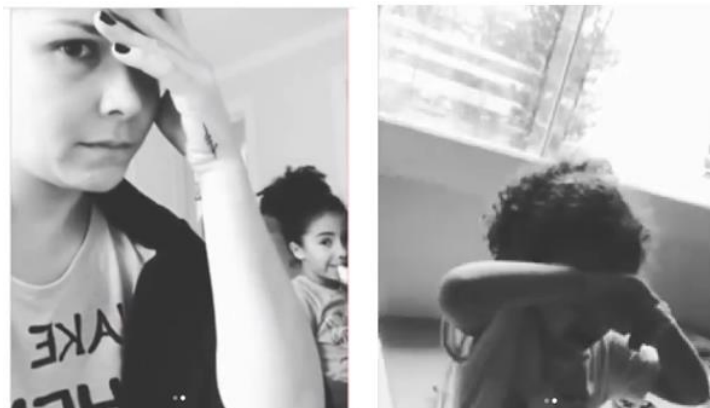
²⁵ Entende-se por “símbolo”, de acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 464), “uma grandeza – eventualmente inscrita num texto de semiótica biplana, onde possui, contudo, um estatuto autônomo – que não admite, num contexto sociocultural dado, senão uma única interpretação, e que, contrariamente ao que acontece com o signo, não admite uma análise ulterior em figuras”.

Figura 8 – Post Samara Felippo – parte 1



Fonte: Honorato (2019).

Figura 9 – Post Samara Felippo – parte 2



Fonte: Honorato (2019).

Na parte verbal do *post*, lemos, ainda, a seguinte mensagem: “A famosa REALIDADE X EXPECTATIVA na maternidade. Estou sozinha nessa?”, acompanhada de *hashtags* como #maternidadereal, #etreta e #podeserleve, fundamentais para a maior visualização da postagem. A figura verbal “expectativa”, transposta para a ocupação plástica da superfície da tela e retratada em uma foto colorida, remete a tudo o que há de eufórico (do bem) e de positivo que as mulheres costumam escutar ao longo da vida sobre a maternidade, a depender das práticas sociais nas quais elas se envolvem. Temos formulações temáticas como “ser mãe é maravilhoso”, “a maternidade deixa a mulher mais bonita”, “a mulher só vira mulher mesmo quando se torna mãe”, entre tantas outras colocações, que grassam as avaliações axiológicas sobre o tema no senso comum. Em termos veridictórios, para Samara Felippo (e para as muitas mães que ela está representando), a maternidade “parece” (ou já pareceu) esplêndida, mas não o “é”, uma vez que a “realidade” acontece em branco e preto, sem maquiagem e sem sorrisos, ou seja, o modo como elas esperavam viver a maternidade configura-se como uma mentira.

Outras publicações do Instagram aparecem na reportagem e reforçam os valores (novos valores, contrários ao do senso comum) que se pretende destinar ao enunciário, além de aumentarem o efeito de sentido de referente e, conseqüentemente, do que *parece ser e é*. Em uma dessas publicações, Nana Queiroz está amamentando seu bebê (Figura 10). A escritora reflete, na parte verbal do *post*, sobre as dificuldades de amamentar e a pressão social a que a mãe é submetida nesse período. Diz Queiroz (2019, n.p.): “Eu tiro [o leite] com a maquininha e dou a ele numa seringa e cada berro de frustração que ele dá por não ser o peitinho dele me rasga o coração. Eu sinto culpa por estar doente. Que triste que o mínimo que esperam da gente é estar em carne viva”. O depoimento de Nana Queiroz dá ênfase à *performance* do sujeito “mãe”, uma *performance* repleta de dor. Há um grande apelo passional com a concretização do tema “sofrimento” em trechos como “Eu estou aqui com dor. Um dos meus seios está jorrando pus e sangue e cheguei a ter 38 de febre” (QUEIROZ, 2019, n.p.). Além da figura “sangue”, a figura “carne viva”, com grau mais intenso no acento sensível de sentido, aparece: “e eu estou em carne viva sentindo que não estou dando o bastante”; “num abraço em carne viva” (QUEIROZ, 2019, n.p.). O relato de Queiroz transporta o enunciário para o momento sofrido da amamentação e, dessa forma, pode gerar identificação com outras mães. É interessante notar, porém, que há uma contradição na figuratividade disposta entre o verbal e o visual

desse *post*. A foto, ao contrário do que é dito verbalmente, concretiza o tema da resiliência, do sacrifício. Verbalmente, a mãe diz que sofre. Na imagem, ela sorri. Segundo Gomes (2009b, p. 217):

Cada linguagem pode concretizar diferentes perspectivas e focalizações em que os fatos são dados a ver, sejam elas convergentes ou divergentes. A inter-relação de linguagens pode instaurar implícitos, modos de dizer sem dizer e pode fazer enxergar os fatos, o mundo reproduzido no discurso, de uma nova forma.

A figura da “carne viva”, presente no segmento verbal do *post*, remete à dor. No entanto, visualmente, não há a representação plástica dessa dor, uma vez que a figura da mãe amamenta seu filho sorrindo. A imagem fotográfica desdiz o enunciado linguístico. Ao opor conteúdos de cada linguagem de manifestação, a enunciação dá lugar a “implícitos, insinuações ou a um julgamento crítico dos acontecimentos narrados” (GOMES, 2009b, p. 219). O *post* em questão, portanto, além de cumprir a função de evidenciar a maternidade tal como interpretada por determinados grupos sociais e, por conseguinte, colaborar com toda a estratégia argumentativa da reportagem, mostra o quão difícil é resistir ao discurso hegemônico sobre a maternidade. Assim acontece, pois a própria mulher, ator do enunciado que, ao assumir seu turno de fala, expressa a pressão à qual as mães são expostas nas práticas cotidianas, no que concerne ao exercício de amamentar seus filhos, sorri ao enunciar que sofre²⁶.

²⁶ Além do *post* de Samara Felippo e do *post* de Nana Queiroz ora analisados, a reportagem traz uma imagem de abertura e alguns outros *posts* de redes sociais que não farão parte de nossas considerações, mas que podem ser vistos no texto integral da reportagem, disponibilizado no Anexo A.

Figura 10 – Post Naná Queiroz



Texto do post: Hoje eu queria deixar meu abraço pra todas as mães que não conseguiram amamentar. Tudo bem, amiga, isso não te faz menos mãe. Eu sou mãe há apenas alguns dias mas tenho me convencido de que esse negócio não é sobre dar tudo mas dar o máximo de si. Eu estou aqui com dor. Um dos meus seios está jorrando pus e sangue e cheguei a ter 38 de febre. Neste seio não consigo amamentar o Jorge. Eu tiro com a maquininha e dou a ele numa seringa e cada berro de frustração que ele dá por não ser o peitinho dele me rasga o coração. Eu sinto culpa por estar doente. Que triste que o mínimo que esperam da gente é estar em carne viva. E eu estou em carne viva sentindo que não estou dando o bastante. Que triste que tanta pressão seja incutida sobre a maternidade. Se eu não tivesse uma excelente consultora de amamentação, pediatra, ginecologista e um marido que me deu comida na boca e segurou minha mão enquanto eu chorava de dor, eu teria desistido. Com um pouquinho menos de privilégio eu teria desistido, amiga. Tá tudo bem, é difícil. Estamos juntas. Num abraço em carne viva.

Fonte: Honorato (2019).

Outrossim, é importante pontuar que os atores do discurso da reportagem são representados por “mães” relativamente conhecidas (atrizes, escritoras, *influencers*) nas práticas de comunicação em massa, o que contribui para a força argumentativa do texto. Trata-se de força persuasiva calcada na memória dos discursos da vida. É força que faz parte do procedimento do *fazer-parecer verdadeiro* do enunciador. Formulando uma hipótese de trabalho, podemos afirmar que, ao ler os depoimentos dessas mães, uma leitora poderia pensar: “Se até elas, que são famosas (atrizes, *influencers*), sentem e compartilham os pontos negativos da maternidade, por que eu não posso fazer o mesmo?”²⁷. A reportagem propõe valores contrários aos do discurso hegemônico segundo o qual a maternidade é instintiva e de acordo com o qual toda mulher ama ser mãe e o faz por prazer. Logo, os depoimentos, como característica intrínseca ao gênero, reforçam a autenticidade da evidência e ganham mais relevância e força dada sua intensidade (ZILBERBERG, 2011). Essa declaração está conforme ao que analisaremos mais adiante.

Os depoimentos flagrados na reportagem podem enquadrar-se, no ato de leitura, na chamada “argumentação pelo exemplo”. Nesse tipo de argumentação, segundo Fiorin

²⁷ Temos aí projetado como hipótese um modo de presença não realizado, mas potencializado (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2011).

(2020b, p. 185), “formulamos um princípio geral a partir de casos particulares ou da probabilidade de casos idênticos. O caso particular serve, então, para comprovar uma tese”. O leitor tem à mão os casos particulares. A partir deles, ele formulará a tese. A formulação da tese está, portanto, potencializada no texto. Nesse caso, a tese poderia ser resumida como: “A maternidade não é instintiva e nem toda mulher ama incondicionalmente ser mãe. A mulher sofre, não gosta desse sofrimento e isso é normal”. Essas são formulações temáticas, conceituais e gerais com condições de virem à luz na interação do leitor com o texto. Tais formulações-síntese colocam em confronto práticas de vida divergentes. É uma reação ao histórico “padecer no paraíso”. Ao dizer que não sabe se foi mãe “por vontade própria” ou pela criação que teve ou que ama suas filhas, mas “não tanto ser mãe”, Samara Felippo questiona se a maternidade é, de fato, natural à mulher. Da mesma forma, os depoimentos de Thaiz Leão mostram que é possível não aceitar a manipulação do destinador coletivo “sociedade” nem a imposição da maternidade como destino certo das mulheres. Para Leão, a maternidade, como sempre lhe foi apresentada, também é uma mentira: *parece* (perfeita, maravilhosa), *mas não o é*. É um “golpe”. Ela diz:

Isso (a maternidade) é tipo um golpe e as pessoas aceitam cair no golpe. É golpe você se submeter a dar tudo de si e mais um pouco para, no final, alguém falar: “é fazer o que tinha de ser feito”. E quando muito ganha um “guerreira”. Eu não quero viver minha vida para chegar no final aniquilada, sem autonomia social. A maternidade cobra uma conta hoje que faz você chegar aniquilada no final e ganhar um “parabéns” (LEÃO, 2019, n.p.).

Em outro depoimento, Samara Felippo problematiza o fato de a sociedade “matar” a mulher quando ela vira mãe: uma vez mãe, nunca mais mulher. Diz a atriz: “Ser mãe é uma proposta de aniquilação da mulher. Quando a mãe vem, a sociedade mata a mulher [...]” (FELIPPO, 2019, n.p.).

A escritora Nana Queiroz, por sua vez, fala sobre as intercorrências dos primeiros meses da maternidade. Ela deixa claro que não gostou do que viveu: “Amo ser mãe, mas nos dois primeiros meses odiei. Acordava a cada duas horas, meu peito doía, empedrou. Foi a época mais infeliz da minha vida, eu estava exausta” (QUEIROZ, 2019, n.p.). O discurso de Nana Queiroz cria o simulacro de experiências autobiográficas. Para esse simulacro, que parece ser verdadeiro, pois persuade o leitor de um fato que parece ser o que é, contribuem as isotopias temáticas (as vicissitudes de ser mãe) e figurativas (seio dolorido etc.)

Todos esses depoimentos, portanto, funcionam como argumentos para enfraquecer o discurso hegemônico de que ser mãe é a melhor experiência da vida de uma mulher e de que o sofrimento faz parte da maternagem (e deve ser vivido com prazer). O fato de as mulheres “estarem falando sobre isso”, informação presente no título da matéria, normaliza o sentimento de encarar a maternidade como desagradável. Além disso, mostra-se *verdadeiro* (“verdade” entendida semioticamente como veridicção, ou seja, um dizer-verdadeiro articulado entre o ser e o parecer), pois pode ser comprovado pelos depoimentos presentes no texto. São tantas as mulheres que compartilham a mesma opinião que elas estão, inclusive, *falando* publicamente a respeito do assunto. Vale mencionar também que o “estão falando sobre isso” evidencia e fortalece a polêmica social acerca da temática da maternidade. Segundo Amossy (2017, p. 72), “a polêmica se constrói através de todas as interações públicas ou semipúblicas que tratam de uma questão social, e se manifesta na circulação dos discursos”. A reportagem faz referência a essa circulação (e até dá exemplos dela ao trazer para o texto publicações digitais, como *posts* de redes sociais, que discutem o tema da maternidade) e ela própria configura-se como um discurso integrante de tal polêmica. As mídias, de modo geral, desempenham um papel central na construção da polêmica pública. Diz Amossy (2017, p. 201):

Um problema social é discutido nas páginas dos jornais, na televisão, no computador, nas ondas de rádio, num entrecruzamento dinâmico e às vezes um pouco caótico dos discursos. Na medida em que é aí que se exprimem e se difundem as opiniões contraditórias, a circulação dos discursos, dos quais as mídias são ao mesmo tempo o suporte e o motor, substitui o modelo ideal de um diálogo cidadão.

Embora o texto não traga a quantificação exata das mulheres que compartilham suas impressões sobre o lado ruim da maternagem (é muito comum as reportagens apresentarem dados como números e estatísticas), ele mostra que a discussão a respeito desse assunto existe e está aquecida. Além dos depoimentos das mães, a matéria cita uma série televisiva (que problematiza a maternidade) e expõe, por meio dos *posts*, a existência de um amplo debate na internet acerca do assunto. Trata-se de estratégias argumentativas do enunciador focadas em persuadir o enunciatário a incorporar os valores que estão sendo propostos. Eis um exemplo:

A frase (A maternidade é um parto) é título do primeiro episódio da série *Turma do Peito* e reflete bem o conjunto da obra e a realidade de mulheres que, após se tornarem mães, lidam com as dores da maternagem e o processo de se conhecer novamente. Nas redes sociais, muitas delas fazem desabafos, desmistificam o “padecer no paraíso”,

compartilhando o sofrimento que nasce junto com o bebê, fomentando a discussão em torno da maternidade real (HONORATO, 2019, n. p.).

Os chamados argumentos de autoridade também estão presentes na reportagem de nosso *corpus*. Segundo Fiorin (2020b, p. 176), “o objetivo [desse tipo de argumento] é levar a plateia a aceitar um ponto de vista, baseando-se na autoridade de quem enuncia, no seu conhecimento especializado, na sua credibilidade ou na sua integridade pessoal”. A escritora feminista Nana Queiroz, que, além de mãe, é uma “autoridade” no assunto, vale-se dos pensamentos de Simone de Beauvoir, uma referência do feminismo, para refletir sobre a maternidade e expor sua própria opinião:

A primeira coisa que questionei foi como as mães são marginalizadas pelo feminismo tradicional. Simone [de Beauvoir] dizia que a mulher era escrava da espécie porque gerava e criava [filhos] o tempo inteiro. Acho que é um argumento muito triste para o feminismo contemporâneo, porque rejeita a maternidade como uma condição de liberdade de realização em vez de ver a maternidade como um grande poder feminino (QUEIROZ, 2019, n.p.).

A autoridade de Nana Queiroz para falar sobre feminismo e maternidade é legitimada pelo fato de ela mostrar que conhece estudos e pensadores relacionados ao tema, mesmo que discorde de alguns deles.

O texto dá voz, também, a uma especialista em sociologia e a uma antropóloga para invalidar o mito do instinto materno e acentuar o papel da maternidade como construção cultural. De acordo com a entrevistada Marília Lamas que estuda sociologia política e cultura,

[...] a ideia de que toda mulher sonha com a maternidade está muito mais relacionada à cultura que valoriza o papel da mãe do que, de fato, a uma tendência natural e inata, a um instinto. [...]. Essa pressão social é apreendida e absorvida tão intensamente pelas mulheres que elas mesmas se tornam as maiores porta-vozes desse discurso da obrigação (LAMAS, 2019, n.p.).

O depoimento sintetiza a direção argumentativa da reportagem e alinha-se perfeitamente à reflexão de uma das mães entrevistadas, que diz não saber se o desejo pela maternidade foi consequência de sua vontade própria ou da criação que teve. O “discurso da obrigação”, uma modalidade deôntica (um “dever ser”) que concretiza os valores dominantes do senso comum sobre a maternidade, exclui a experiência do prazer. Esse discurso aparece de forma recorrente nos depoimentos das mães, quando elas falam

sobre o medo de ser tachadas como “péssima mãe” ou sobre o fato de a sociedade nomeá-las como “guerreiras” quando fazem “tudo o que tinha que ser feito”, ou seja, quando se doam integralmente e sofrem resignadas.

Valendo-nos dos conceitos desenvolvidos por Fontanille e Zilberberg (2001), percebemos que, pela práxis enunciativa (nível por excelência dos valores e responsável, portanto, pelos processos de transformação e de sedimentação das formas semióticas), são os valores de absoluto, constituídos a partir da moral social vigente (nesse caso, o senso comum ligado ao mito do instinto materno), que fundamentam o discurso da obrigação. As mães entrevistadas na reportagem opõem-se a esses valores, mas também transparecem o quanto foram (e ainda são) por eles influenciadas, uma vez que não estão totalmente libertas da “culpa” que envolve a relação da mulher com a maternidade. A sociedade, como destinador de valores, sanciona negativamente as mulheres que não cedem à sua manipulação e que não partilham os valores oferecidos por ela. A manipulação é um *não poder não fazer*, o que configura a falta de liberdade. Uma mulher, para ser reconhecida como tal em determinados segmentos de nossa sociedade, *não pode não querer ser* mãe, aquela mãe ideal, forte, que sofre calada por amor aos filhos. Se ela optar por outra forma de viver a maternidade ou simplesmente decidir não se tornar mãe, sofrerá as consequências, que incluem, além de sentimentos como a culpa, os olhares recriminatórios da sociedade. O não se deixar manipular demandaria que os valores partilhados entre o sujeito (as mães) e o destinador (sociedade) não fossem os mesmos. Por mais que novos valores já vêm emergindo com relação à maternidade, a força do discurso hegemônico ainda os sobrepuja.

A reportagem mostra, também, em uma passagem na qual se vale do livro de Lamas, *De menina e de menino*, como a época influencia a experiência da maternagem. A matéria diz que a antropóloga

[...] cita em seu livro a filósofa francesa Elisabeth Badinter, autora do livro *O mito do amor materno*, que analisou as formas de maternidade comuns no século 18. Naquele tempo, a maioria das mães entregava seus filhos, logo após o nascimento, aos cuidados de uma ama. A criança viveria longe da família biológica e só encontraria a mãe novamente anos depois. Essa prática era totalmente comum e não gerava nenhum sentimento de culpa à mulher, que não era julgada por isso (HONORATO, 2019, n.p.).

Segundo as indicações dadas, vindas do modo de enunciar o que está dito, notamos que esse excerto pretende evidenciar que a “culpa” resulta de uma construção

cultural sobre a maternidade. Se não o fosse, as mães do século XVIII também se sentiriam culpadas quando deixassem os filhos, como quer sugerir o enunciado transcrito. Em outras palavras, ao pontuar as diferenças relacionadas a um mesmo fato (ser mãe) em épocas diferentes, o depoimento reforça a posição de que a prática da maternidade tem uma motivação social, e não instintiva, e de que o valor atribuído a ela é cultural. Presta-se ao mesmo objetivo o depoimento da antropóloga Mirian Goldenberg, professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que estuda a cultura e as mulheres alemãs. Ela pontua como o vivenciar da maternidade varia de região para região, ou seja, como também é cultural. Segundo ela, “ter filho continua sendo uma experiência obrigatória aqui [Brasil] se comparado com outros países. [Ser mãe] É uma escolha, mas não tão livre quanto em outras sociedades” (GOLDENBERG, 2019, n.p.). O depoimento mostra que, se a maternidade fosse, de fato, inata, não haveria alemãs que não querem ter filhos. A própria antropóloga expõe essa conclusão ao dizer:

Quando você não compreende que a cultura determina valores, acaba recorrendo a questões biológicas, da natureza. Mas esta também é uma construção da cultura. Se [maternidade] fosse instinto universal, não teria mulheres que não querem ter filhos (GOLDENBERG, 2019, n.p.).

A reportagem do *Estadão* que estamos analisando propõe, portanto, novos valores relacionados à maternidade. Com base em Fontanille e Zilberberg (2001), é possível dizer que o regime de valores que circula no texto jornalístico aqui examinado é o da participação. Nesse regime, cujo operador é a mistura, os chamados “valores de universo” são construídos a partir da abertura à manifestação de outros valores, capazes de embasar maneiras distintas de ser no mundo que, nesse caso, seriam outros modos de ser mãe, que não aquele idealizado pelo senso comum. Diferentemente do discurso hegemônico, no qual os valores refletem o lado eufórico da *natureza* na oposição de base *natureza* vs. *cultura* (concretizado no mito do instinto materno), os valores do destinador da reportagem têm no viés cultural (e, por isso, relativo) da maternidade o lado eufórico: nem toda mulher precisa ser mãe; nem toda mãe precisa doar-se à maternidade da mesma maneira. As mulheres que a esses novos valores aderirem não se deixarão mais ser manipuladas pelo senso comum. Nas palavras de Barros (1990, p. 33), “só com valores diferentes o sujeito se safava da manipulação”.

Ao propor novos valores, o enunciador da reportagem considera em sua estratégia argumentativa a força do discurso hegemônico sobre a maternidade e como ela afeta o enunciatário. Logo no subtítulo da matéria (“Pressão social para a maternidade leva a

sentimento de culpa”), o destinador-manipulador deixa claro que tem consciência da forte pressão social que as mulheres sofrem com relação à maternidade. Ele não nega essa força, o que o legitima para falar sobre o assunto e configura-se como uma excelente estratégia para “ganhar” o enunciatário”. Diz Barros (1988, p. 94) que

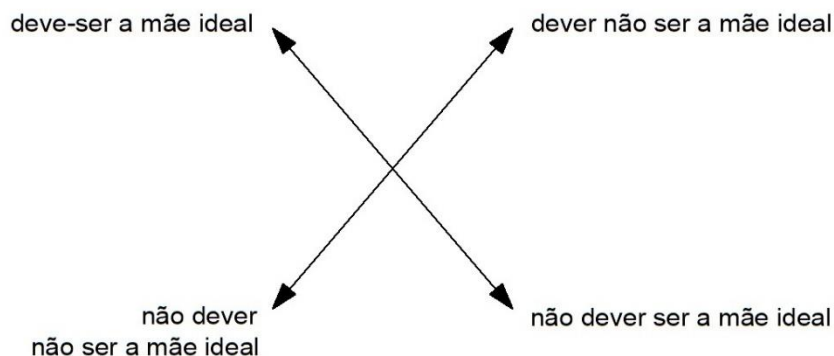
[...] o reconhecimento do dizer verdadeiro liga-se a uma série de contratos de veridicção anteriores, próprios de uma cultura, de uma formação ideológica e da concepção, por exemplo, dentro de um sistema de valores, de discurso e de seus tipos.

O objetivo do enunciador (ou *éthos discursivo*, herdeiro, nos estudos do discurso [MAINGUENEAU, 2008], do conceito de *éthos* postulado por Aristóteles [1985]) é, portanto, fazer com que o enunciatário sancione veridictoriamente o enunciado e incorpore os valores que estão ali sendo propostos. Assim, sua linha de estratégias argumentativas deve sempre ser desenvolvida com foco nesse enunciatário (ou *páthos discursivo*, também herança conceitual do *páthos* tal qual postulado por Aristóteles). O *páthos*, de acordo com Fiorin (2004), remete a uma imagem que o enunciador tem do enunciatário, gerando coerções para o discurso. Assim, o enunciatário, por ser a mira persuasiva do enunciador, também atua como produtor do discurso, fazendo parte do sujeito da enunciação. O enunciatário da reportagem do *Estadão* que está sendo analisada conhece a força do discurso hegemônico relacionado à maternidade ou, pelo menos, sabe que ela existe em razão das práticas de convivência social, em que o tema da maternidade tende a uma interpretação predominante, a depender dos segmentos sociais em que ele é aventado. É a esse enunciatário que a reportagem se destina. É ele que estimula as escolhas linguísticas do enunciador. Por esse motivo, a noção de *páthos* abarca o gerenciamento da adesão do enunciatário, o que remete aos modos de assunção enunciativa, isto é, ao envolvimento do sujeito da enunciação em seu enunciado e nos valores que estão sendo comunicados, aos quais ele pode se contrapor ou não. Trata-se de uma tentativa consciente, porém implícita, de influenciar o julgamento, a sanção (subjetiva) do outro, sua resposta tímico-afetiva. Veremos mais adiante que, na reportagem aqui contemplada, os depoimentos das mães têm esse objetivo.

Podemos afirmar, então, que toda a estratégia argumentativa da reportagem se volta para a importância de compartilhar as experiências da maternidade e para a desconstrução do mito do instinto materno como presença idealizada e disposta na ordem do deôntico: *dever fazer* – dever comportar-se como a mãe ideal. Existe uma estrutura modal alética, produzida quando “o enunciado modal que tem por predicado o *dever*

sobredetermina e rege o enunciado de estado” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 25), relacionada à maternidade:

Figura 11 – Categoria modal alética



Fonte: Elaboração própria, a partir de Greimas e Courtés (2008).

Os procedimentos utilizados pelo enunciador da reportagem, portanto, para *fazer-creer*, por meio do *fazer-parecer verdadeiro*, que a maternidade não é instintiva e sempre prazerosa à mulher, ancoram-se, como fiador da verdade, no que Volochinov (1976, p. 101) chama de “contexto pragmático imediato”.²⁸ As mães que sofrem com a maternidade estão presentes nos depoimentos em discurso direto e com todas as especificações para ancoragem figurativa (nome, idade, foto etc.), assim como as figuras actoriais das “autoridades”, apresentadas como os sujeitos que entendem e estudam o assunto. Vemos emergir a verdade em seu caráter autêntico, comprovável.

Se no discurso jornalístico os parâmetros veridictórios inclinam-se para a verdade do limite, com contornos bem delimitados, na literatura a imprevisibilidade instaura um mundo que privilegia as lacunas, o inacabamento, a contemplação: uma verdade do limiar. Aqui, a veridicção move-se para sua variante tipológica, a verossimilhança (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 534), articulada ao grau mínimo da força de incidência do contexto pragmático. Em sentido comum, segundo o *Dicionário Houaiss*, “verossímil” é aquilo que “parece verdadeiro, que é possível ou provável por não contrariar a verdade”. Adentrando no estudo da literatura e das artes em geral, o conceito de verossimilhança é fundamental desde a Poética de Aristóteles, para quem “não é ofício do poeta narrar o que aconteceu; é, sim, o de representar o que poderia acontecer, quer dizer: o que é

²⁸ Vale lembrar que, para a semiótica, interessa a semiose das práticas significantes relativas à maternidade, uma vez que tudo é verbal, ou seja, tudo é construído pela linguagem.

possível segundo a verossimilhança e a necessidade” (ARISTÓTELES, 1984, p. 29). Assim, nos “discursos da arte”, antes da verdade *indispensável* (deve ser), articulada fortemente ao contexto extraverbal e própria dos “discursos da vida”, vem a verdade *possível* (pode ser), segundo os parâmetros veridictórios do gênero (DISCINI, 2009).

É *possível*, então, que, no poema drummondiano *Para sempre*, o sujeito filho indigne-se com o fato de as mães terem de morrer (*Por que Deus permite / que as mães vão-se embora?*). É *possível* que ele acredite que a mãe seja imortal (*Mãe não tem limite / é tempo sem hora/ luz que não apaga*). Da mesma forma, é *possível*, no poema de Quintana, que o narrador (eu lírico) reflita sobre o significado da palavra “mãe”, fazendo relações entre sua extensão (*Três letrinhas, nada mais...*) e o sentido que ela representa ([...] *cabe o infinito*). No mundo “real”, por mais que os filhos não queiram a morte da mãe e sofram quando isso acontece, eles sabem que as mães são seres mortais e que, portanto, sua morte é inevitável e parte do ciclo da vida. No poema, porém, acreditar na eternidade da mãe ou pensar na possibilidade de ser “Rei do Mundo” para impedir que ela morra (*Fosse eu Rei do Mundo / baixava uma lei: / Mãe não morre nunca*) parece uma verdade possível sob os parâmetros de fé relativos ao discurso literário. O enunciatário, em uma das reações previstas pelos mecanismos de textualização, aceitará essa construção da verdade, pois ela é própria ao estilo do gênero.

Muito mais do que querer convencer o enunciatário a fazer alguma coisa, por meio de um discurso que pareça verdadeiro, o enunciador dos poemas aqui cotejados tem como objetivo, em primeiro lugar, emocionar esse enunciatário, acionar sua competência estética (competência de sentir). No poema de Drummond, temos a debragem enunciativa de pessoa (FIORIN, 1996), que confere subjetividade ao poema. É um “filho”, instaurado em primeira pessoa, que lamenta a inevitabilidade da morte das mães e sonha em poder revertê-la. Para tanto, constrói um enunciado com suporte da função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991), cujo intuito é privilegiar as lacunas, a construção do mundo, ajudando o ser humano a contemplar seu destino. Em uma reportagem que preza pela verdade indispensável e ancora-se no contexto pragmático, um enunciador que desse voz a um narrador ou a interlocutores que discutissem a eternidade da mãe não pareceria verdadeiro nesse discurso, pois não é isso o que se espera de gêneros do campo midiático.

Por mais que os poemas não acolham grandes recursos manipulatórios e argumentativos, o enunciador, desdobramento do sujeito da enunciação, coloca-se como destinador-manipulador, sendo responsável pelos valores do discurso, e quer (mesmo que

não seja seu principal objetivo) que o enunciatório aceite e incorpore tais valores. Diz Fiorin (2020a, p. 14):

O sujeito da enunciação recebe-os (os valores) de um destinador-manipulador e, portanto, sua definição depende de informações sobre esse destinador-manipulador de que provêm. Esse destinador determina as condições de produção e de recepção dos textos. Ele é a origem dos valores do sujeito da enunciação, sendo, portanto, um destinador sócio-histórico (ou psico-sócio-histórico).

Historicamente, em alguns segmentos de nossa sociedade, construiu-se, por meio da recorrência de temas e figuras vinculados à figura da mãe e da valorização peculiar a eles, a ideia de que toda mulher ama seu papel na prática da maternidade e de que o amor materno é o maior que existe. Por isso, é dever da mãe doar-se integralmente ao filho com prazer. Esse é o simulacro existencial que se tem das mães. Tal representação está associada aos valores aos quais o sujeito (sociedade) se liga e que fazem com que ele crie uma imagem do outro (mãe). Aproximamo-nos, aqui, das noções de práticas semióticas (FONTANILLE, 2008), que ainda não fazem parte deste nosso trabalho e que deixamos para estudos posteriores a serem desenvolvidos por nós. Acercamo-nos, também, da noção de *práxis* enunciativa por remetermos ao coletivo das condições de enunciabilidade. A maternidade é representada discursivamente e sentida nas práticas sociais como algo instintivo. São esses os valores do sujeito da enunciação dos poemas aqui cotejados, *destinados* a ele pela sociedade. Trata-se de valores de absoluto, integrantes do regime da exclusão (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001), o qual preza pela concentração dos valores e tem na triagem seu operador (a “mãe ideal” vs. “todas as demais”, sendo as primeiras as únicas aceitas e “triadas” pela moral vigente do senso comum). São esses os valores que se pretende reforçar no enunciatório.

Para “comprovar” que o infinito e a santidade cabem no nome “mãe”, o enunciador do poema de Quintana utiliza-se da figura dos ateus (*É palavra tão pequena / – confessam mesmo os ateus – / É do tamanho do Céu! / E apenas menor que Deus...*). Mesmo quem não acredita na palavra de Deus (os ateus) consegue enxergar a magnitude da mãe e compará-la à abrangência divina, o que é uma aparente incoerência. É exatamente essa “incoerência”, implícita, que dá força à argumentatividade do que é enunciado. A informação implícita poderia ser sintetizada em: se até eles, os ateus, acreditam no lado divino da figura da mãe, não há como negá-lo.

No poema drummondiano, ao se questionar sobre o porquê de Deus permitir *que as mães vão-se embora*, o sujeito da enunciação coloca as mães em uma situação diferente

(superior) da de outras pessoas. Se as mães são seres mortais como os demais, deveriam, sim, morrer, como é “permitido” a todos os outros. No entanto, *morrer acontece com o que é breve e passa*, ou seja, com os demais seres que não são mães. A permissão de Deus para que as mães morram não deveria ser encarada como um *mistério profundo*, mas, sim, como algo natural, próprio do curso da vida, visto que a palavra revelada não é passível de contestação. O fato de ela ser questionada pelo eu lírico (mesmo que de forma sutil, por meio de perguntas retóricas com tom de frustração, de tristeza) reforça o imaginário de que as mães são seres diferenciados, mais especiais e mais fortes. Outrossim, a criação de uma situação hipotética em que o eu lírico seria o “Rei do Mundo”, expressão grafada com letra maiúscula, assim como em “Deus” (*Fosse eu Rei do Mundo / baixava uma lei: / Mãe não morre nunca*), contribui para que o enunciatório incorpore os valores propostos, uma vez que, conforme afirma Barros (1988, p. 105), “se as promessas, as ameaças, os juramentos qualificam o enunciador como sujeito operador dos atos de prometer, ameaçar ou jurar, constituem também recursos que emprega para persuadir, convencer ou impressionar o enunciatório”.

O *fazer-parecer-verdadeiro* dos poemas alinha-se não só aos próprios moldes veridictórios do gênero, que têm na verossimilhança sua referência, mas também à conformidade do sujeito da enunciação com o sistema de valores que ele representa e com os valores do contrato inicial (contrato fiduciário) estabelecido com o destinatário-manipulador (sociedade, senso comum). Acredita-se, conforme as formações discursivas em que se ancora grande parte de nossos discursos da contemporaneidade, que a maternidade seja instintiva, sagrada e que o amor de uma mãe pelos filhos é incondicional. Assim, *parece verdadeiro* um discurso em que o filho sonhe com a eternidade da mãe ou no qual acredite que ela (mãe), apesar de representada por *palavra tão pequena*, consiga abarcar o *infinito* e *seja do tamanho do céu*. Nesse sentido, são necessárias perguntas de natureza temática e que interrogam conceitos preestabelecidos na sociedade: se ter mãe e receber seu amor incondicional é tão maravilhoso, por que não eternizá-la com a imortalidade? Por que não acreditar que nelas “cabe o infinito”? No nível do discurso, o contrato fiduciário, que é um contrato de confiança, equivale a um contrato de veridicção, responsável por estabelecer o estatuto veridictório do discurso. “A verdade ou a falsidade do discurso dependem do tipo de discurso, da cultura e da sociedade [...]” (BARROS, 1988, p. 93).

Os valores que embasam os poemas de nosso *corpus*, portanto, mostram-se em convergência com os valores do discurso hegemônico relacionado à maternidade e ao

papel temático feminino. Os textos validam a força desse discurso. A construção da figura mãe, especificamente, a ser analisada em detalhes mais adiante, também atua nesse sentido, uma vez que é na relação temas-figuras, própria da semântica discursiva, que a ideologia se manifesta. No entanto, nos poemas, não é cobrado do enunciatário um ato judicativo, uma tomada de decisão. Muito mais do que *fazer-fazer* ou *fazer-criar*, prevalece o *fazer-sentir*. O papel da mãe, aqui, é mais para ser sentido do que julgado. Não há interesse em impelir o leitor a formar uma opinião, mas sim em levá-lo a experimentar a ventura de ser filho de uma mãe, essa que, nos poemas, é muito mais abstrata do que carnal.

Também em convergência com o discurso hegemônico relacionado à prática da maternidade estão os valores (valores de absoluto) que embasam o vídeo publicitário dos Dia das Mães, da empresa Natura. Todas as opções feitas pela enunciação, intrinsecamente argumentativas, visam reforçar tais valores e levar o enunciatário a um *fazer pragmático* (comprar os produtos), por meio, também, de um *fazer-sentir* fortemente estimulado. As estratégias argumentativas, objetivando um *fazer-parecer-verdadeiro*, devem ser consideradas a partir do sincretismo do vídeo, pois trata-se de um objeto que aciona várias linguagens de manifestação e, como texto, submete-se a uma enunciação única que lhe confere unidade. A sincretização, portanto, é um mecanismo de enunciação (GREIMAS; COURTÉS, 1986). Quando falamos em enunciado sincrético, não há uma enunciação verbal, uma enunciação visual, uma enunciação gestual etc. Pelo contrário, existe apenas uma enunciação (sincrética), que constitui uma estratégia global de comunicação de um mesmo enunciador que se vale de uma pluralidade de linguagens de manifestação. No caso do vídeo que apresentamos, por utilizar uma linguagem audiovisual, ele incorpora a linguagem imagética (as pessoas/os interlocutores, os cenários), a gestual (o movimento dessas pessoas), a verbal escrita (as *hashtags* e os dizeres que estão no vídeo), a verbal oral (a música cantada pelos interlocutores e as mensagens por eles proferidas) e a sonora (principalmente a melodia, a qual não será aqui analisada em profundidade). Acrescidas de movimentos, ângulos de câmera e planos, próprios da edição, essas linguagens configuram a linguagem audiovisual, com um fazer enunciativo único.

A peça fílmica inicia-se com uma moça, em um ambiente caseiro (o que parece ser um quarto ou um escritório, por haver uma estante com livros na lateral superior direita), ligando uma câmera. O logotipo da Natura ocupa a centralidade do plano. Na sequência, aparece, em um lugar completamente diferente, um rapaz que liga uma câmera

para também se filmar, seguido de três jovens, que fazem a mesma coisa, e de uma mulher, visivelmente emocionada. Todos estão em casa (quartos, salas, entre outros cômodos). Com essas imagens surgem dois enunciados escritos, com a última parte destacada: “Cada pessoa é um mundo. **E todo mundo importa**” e “Homenagem a quem nos ensinou **a ser fortes**”. Em seguida, a figura da cantora baiana Ivete Sangalo aparece ocupando todo o plano e cantando, ao mesmo tempo em que toca violão, a música *Maria, Maria* (1978), de autoria de Milton Nascimento e de Fernando Brant. Desse momento em diante, outros atores, também cantando a música, vão se alternando na tela, que fica dividida, de maneira irregular, como num mosaico, ora exibindo duas ou três pessoas, ora mais de dez.

É interessante ressaltar que as primeiras imagens, ainda sem a canção ou, isoladamente, sem os enunciados aqui transcritos, não são suficientes para criar o efeito de sentido pretendido, ou seja, de que o texto, como um todo, é uma homenagem para as mães. O sincretismo das linguagens (a imagética, a verbal, a sonora e a melódica) é necessário para que as pessoas ali exibidas se apresentem como atores “filhos”. O “ensinar a ser fortes” remete às mães, uma vez que, em nossa sociedade, as mães são representadas discursivamente como exemplos de “força” e a elas cabe a função de educar os filhos, de “ensiná-los”. Além disso, a própria letra da música “Maria, Maria”, ao ser ressignificada a partir da integração com o texto sincrético e vir conjugada com a imagem dos “filhos” e das inscrições verbais já comentadas, pode ser interpretada pela isotopia da maternidade e, assim, como uma referência às mães. Analisada com as outras linguagens do vídeo, ela retrata como a maternidade é representada discursivamente e sentida nas práticas sociais como algo instintivo. Ser mãe remete a uma “marca”, a algo indissociável do corpo feminino (*Quem traz no corpo a marca / Maria, Maria*), o que vai ao encontro do ideal do instinto materno.

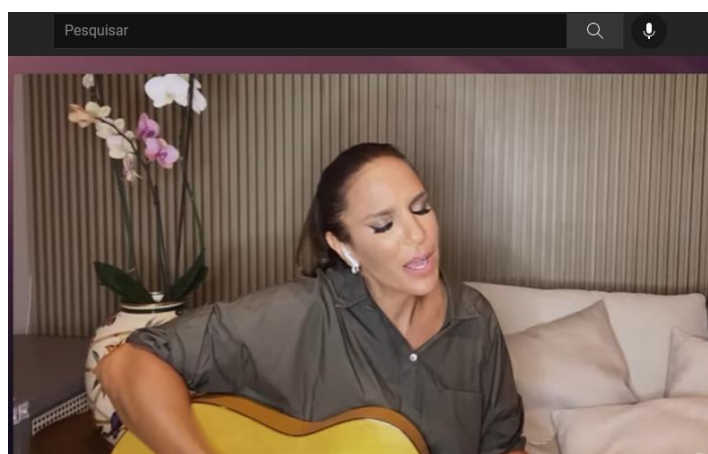
Outrossim, os enunciados verbais, tanto as *hashtags* como as falas dos “filhos” (“Obrigada pelo apoio de sempre”, “Você é meu exemplo de vida”, “Você é minha fortaleza”, “#Forçademãe”), veiculados em elo indissolúvel com a música, reforçam o lado figurativo concretizado sob um acento de forte intensidade: a mãe é alguém extremamente forte, quase divino. *Parece verdadeiro*, portanto, em nossa sociedade, um discurso em que filhos ressaltem a força da mãe e se sintam emocionados em falar sobre isso.

A presença de celebridades midiáticas é muito comum na publicidade e configura-se um recurso argumentativo. O objetivo de colocar alguém conhecido é atrair o

enunciatório que, muitas vezes, assiste ao anúncio apenas por se identificar com o “famoso”, cuja fala tem grande apelo persuasivo. No vídeo em questão, é explorado o lado “filha” da cantora Ivete Sangalo. Ela, embora artista, também é mãe, também é filha, é, como dizem as mensagens do vídeo, “um mundo” (*cada pessoa é um mundo*) e “todo mundo importa”. No anúncio, ela é uma filha que homenageia a mãe, como os outros filhos, diferentes entre si, mas que “importam”. Afinal, todos possuem mães, que também são distintas entre si. No entanto, elas se homogeneízam, segundo a costumeira interpretação do senso comum a respeito do papel delas nas práticas sociais, pelo princípio da força (força moral, força física e força espiritual): toda mãe é forte. Trata-se de uma característica intrínseca às mulheres que se tornam mães.

Na distribuição das imagens dos “filhos” na tela, a imagem da cantora, apesar de sempre ocupar o centro, aparece, algumas vezes, menor que a figura de outros atores. Na grande maioria dos *takes*, apenas as imagens das pessoas comuns (não famosas) são exibidas, sem a imagem de Ivete. Além disso, vale mencionar que a construção semiótica do ambiente em que a cantora se encontra privilegia a figurativização sóbria, cujo cromatismo inclina-se para nuances de um mesmo tom pastel, com alguns poucos contrastes. O único destaque de cor quente vem da representação figurativa da flor cor-de-rosa, em um vaso na margem esquerda da tela (Figura 12).²⁹

Figura 12 – Print Ivete Sangalo



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

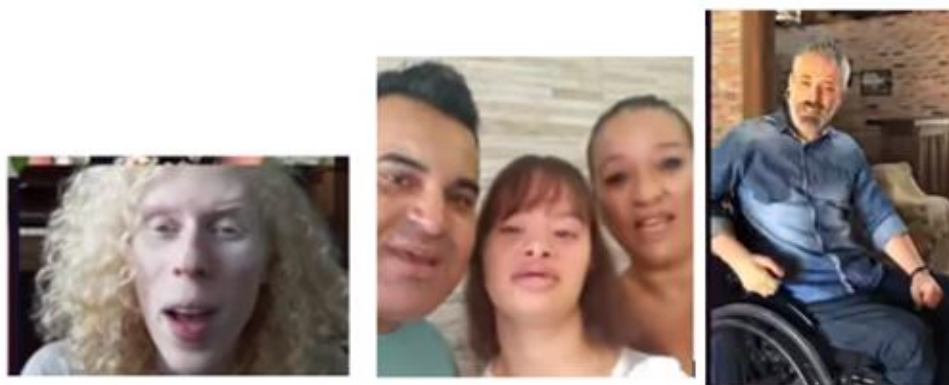
Esse cenário constrói semioticamente um efeito passional de serenidade, que impregna a figura da cantora, normalmente associada a contextos agitados e coloridos,

²⁹ Em trabalhos posteriores, aprofundaremos a leitura da plasticidade das figuras visuais.

próprios do carnaval baiano.³⁰ Como já pontuamos, o lado “filha” da cantora é que está sendo explorado. O ambiente em tons pastéis e a presença da flor remetem à memória do símbolo cromático da pureza e da serenidade, características geralmente associadas à figura da mulher e à figura da mãe (Ivete é mãe de três filhos).

O perfil discursivo dos “filhos” exibidos figurativamente no vídeo é extremamente variado em matéria de gênero social, de vinculação étnica e de idade. As figuras que representam um jovem albino, uma menina com Síndrome de Down e um cadeirante também compõem o mosaico (Figura 13), evidenciando a atenção do enunciador com a questão da inclusão e da representatividade. Classes sociais distintas são retratadas por meio dos recursos da figurativização, o que pode ser percebido pelo cenário em que as pessoas gravam seus vídeos. Algumas são representadas no ambiente doméstico mais simples, para o que ajuda a visão de casas com tijolos ainda aparentes, enquanto outras falam à frente de uma refinada decoração, com ar-condicionado (Figura 14).

Figura 13 – *Print* perfis diversos



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

³⁰ A figura de Ivete Sangalo, presente no texto-enunciado, condensa uma prática semiótica relacionada ao carnaval.

Figura 14 – *Print* casas diversas



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

A preocupação em retratar a variedade de formação social, étnica e cultural do brasileiro, valorizando as peculiaridades do indivíduo, compõe-se como marca do estilo Natura de fazer publicidade. Trata-se de uma astúcia mercadológica. Segundo a vinculação possível que se faz do discurso com o interdiscurso, podemos depreender que, entre tantos anúncios publicitários cravados no tema, destaca-se o objetivo da marca que, ao criar esse simulacro, mostra-se como empresa inclusiva. Todas as pessoas, ideal e teoricamente, podem ser clientes da Natura, mesmo sendo diferentes entre si.

No vídeo em questão, essa mesma ideia é transportada para a maternidade: mãe é mãe (com tudo o que essa figura carrega e que é reforçado no texto fílmico), não importam o grupo étnico, o gênero ou a classe social. Por mais diferentes que sejam as mães, há nelas alguma coisa em comum (a maternidade em si, a “força” de ser mãe), algo que as aproxima, da mesma forma que a Natura se propõe a aproximar tantos clientes de perfis variados, sem que cada um perca sua identidade. É importante assinalar que o estilo do gênero “anúncio publicitário” trata de um enunciador coletivo.³¹ Não é esperada uma assinatura autoral (de um publicitário específico, por exemplo) em vídeos de publicidade, apesar de ser possível, sim, depreender o estilo Natura de fazer anúncios a partir da análise

³¹ Para Greimas e Landowski (1981), os actantes coletivos representam seres quantitativos com um campo de funções no discurso. De actante coletivo é possível também passar para a denominação “ator coletivo”, uma vez que este pressupõe não só um papel sintático (como o actante), mas também um papel temático e, consequentemente, uma semantização relacionada a formações discursivas e ideológicas (COSTA, 2019).

do vídeo, conforme esboçado anteriormente. Esse não é, no entanto, o foco de nossa dissertação.

Exibir no vídeo atores discursivos representados por atores sociais diferentes entre si (em gênero, classes sociais) atua como uma estratégia argumentativa, ligada ao *fazer persuasivo*. Não se fala apenas que toda mãe é forte. Os mais distintos “filhos” estão ali para dizer isso, eles próprios. A imagem plástica que retrata cada um dos sujeitos envolvidos funciona como ancoragem actorial de maior impacto, se comparada somente com a figura verbal. A diversidade das figuras dos atores discursivos reflete a diversidade das mães, mas não anula o elemento comum a todas elas: a força ética, supostamente detida por todas as mães. Igualmente, o aparente efeito de amadorismo que o anúncio cria (filhos gravando vídeos em suas próprias casas) também influencia o *fazer-parecer-verdadeiro* do discurso, ao gerar identificação com o enunciatário. Segundo o que se depreende da leitura que fazemos das mídias impressas e *on-line*, temos a hipótese de que significativa parte da população brasileira possui um celular, com o qual poderia gravar uma mensagem para a mãe. Além disso, nesse ponto, a ligação com a “verdade” do contexto pragmático é grande. Isso porque o que justifica o fato de esses filhos terem de gravar uma mensagem para a mãe, em vez de abraçá-la em um almoço de domingo comemorativo dos Dias das Mães, como sugerem muitas práticas de convívio familiar em nossa sociedade, é o distanciamento social imposto pela pandemia do novo coronavírus. Aqui, mais uma vez, estamos recuperando práticas de vida e a noção de práxis. Assim, o enunciatário do vídeo precisa preencher lacunas que contêm valorações éticas de valores, o que depende do conhecimento de mundo partilhado.

Enquanto nos poemas cotejados a veridicção articula-se ao grau mínimo de incidência do contexto pragmático e na reportagem do *Estadão* tal incidência se dá ao máximo, no vídeo publicitário da Natura podemos falar em um grau médio de dependência desse fiador. No texto fílmico em questão, temos a construção de um enunciado que se aproxima do inacabamento estético, segundo os parâmetros da imprevisibilidade próprios da conotação veridictória dos “discursos da arte”. Isso ocorre, principalmente, pela significativa manifestação poética da linguagem. O vídeo apresenta metáforas que criam sentidos até então inusitados, como as que aparecem nas *hashtags* do anúncio (“Cada pessoa é um mundo” e “Você é minha fortaleza”) e na letra da música que o integra (“Maria, Maria, é um dom, uma certa magia / Uma força que nos alerta; Maria, Maria, é o som, é a cor, é o suor”). Outros recursos próprios da função poética da linguagem, tanto na parte verbal como na não verbal, também compõem o vídeo

publicitário, conforme analisaremos mais adiante quando tratarmos acerca da estesia do *lógos*, que é o viés de sensibilidade oriundo da palavra enunciada. No entanto, por mais que exista no vídeo um tratamento especial com “a materialidade do significante para destacar a verdade do significado” (GREIMAS, 2014, p. 120), a relevância estética de seu plano de expressão é diferente daquela obtida pelo plano de expressão dos poemas analisados, objetos estéticos por natureza. Além disso, o vídeo exige que alguns presumidos (como o isolamento social imposto pela pandemia e o próprio sentido do dia comemorativo chamado de “Dia das Mães”) sejam preenchidos pelo enunciatário, fazendo a veridicção inclinar-se em direção à dependência do contexto pragmático, embora numa incidência menor do que a acolhida na reportagem. Nesse ponto, o vídeo desliza, portanto, para os chamados “discursos da vida”.

3.2 A figura da mãe

Se é na sintaxe discursiva que reside o campo da manipulação consciente, por meio de estratégias argumentativas que criam efeitos de sentido de verdade, com o objetivo de convencer o enunciatário a fazer ou a crer em alguma coisa, cabe à semântica discursiva o campo das determinações inconscientes, da ideologia. Mais diretamente dependente de fatores sociais, ela remete ao “conjunto de elementos semânticos habitualmente usado nos discursos de uma dada época” (FIORIN, 1988, p. 19). Esse conjunto representa a maneira de ver o mundo em determinada formação social. Ainda segundo o mesmo autor:

Esses elementos surgem a partir de outros discursos já construídos, cristalizados e cujas condições de produção foram apagadas. Esses elementos semânticos, assimilados por cada homem ao longo de sua educação, constituem a consciência e, por conseguinte, sua maneira de pensar o mundo (FIORIN, 1988, p. 19).

Portanto, é comum a recorrência de determinados temas na maior parte dos discursos que circulam na sociedade. Na questão do discurso relacionado à maternidade, segundo as observações que se dão a ver na historicidade dos discursos, alguns dos principais temas são o suposto comportamento de doação integral da mãe aos filhos, a resiliência materna e o gesto de viver a maternagem como algo instintivo. São os temas, ainda, que sustentam “papel temático”, cuja definição, segundo o Dicionário de Semiótica (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 496), é “a representação, sob forma actancial, de um

tema”. Em nosso caso, o actante da enunciação enunciada, conseqüentemente o ator enunciativo recortado por nosso *corpus*, é aquele que encarna singularmente o papel da “mãe” na sociedade e nos discursos. Na reportagem, por meio de uma enunciação de segundo grau e dentro das coerções do campo, amparado em uma veridicção que tem efeito de facticidade, a “mãe” toma a palavra em discurso direto. Nos poemas e no vídeo publicitário, há o papel temático de uma mãe de quem se fala. Ela é o ator do enunciado, que não fala “eu”, fala-se sobre ela.

Cabe aos temas, então, concretizar os elementos semânticos da estrutura de base, que, com relação aos discursos da maternidade, configuram-se na oposição *natureza vs. cultura*. As chamadas “figuras” também operam essa concretização, mas com um grau maior de concretude e conferindo maior intensidade emocional aos textos e aos percursos temáticos que a elas subjazem. Enquanto os temas designam elementos não presentes no mundo natural, as figuras a ele remetem. A “mãe”, portanto, é uma figura, que, culturalmente, relaciona-se a outras, como “guerreira”, “santa” e “pessoa forte” (uma espécie de *superwoman*/mulher maravilha).

Ambos os poemas cotejados em nossa dissertação trazem o tema da maternidade e utilizam percursos figurativos afins. O poema de Quintana fala em “nome bendito”; o de Drummond, apesar de não adotar a mesma figura discursiva, também se refere à mãe de forma bendita, sagrada, ao dizer que mãe “é tempo sem hora”, “luz que não apaga” e “eternidade”. A figura de Deus (assim como a da mãe), presente nos dois poemas, é apresentada como uma entidade, ou seja, um sujeito *omnitemporal* (que habita todos os tempos) e *omni espacial* (que habita todos os espaços). Por ser *omnitemporal*, a mãe é (ou deveria ser), segundo o eu lírico do poema de Drummond, eterna, “não morrer nunca”. O próprio título do texto, *Para sempre*, corrobora a “eternidade” da mãe. Ligada ao sagrado está também, no mesmo poema, a noção de pureza, em “água pura”, “ar puro”, “puro pensamento”. Para o eu lírico de Drummond, a mãe é pura, não tem maldades, não pensa ou quer o mal. Além disso, figuras discursivas como *luz*, *chuva*, *vento*, *água* e *ar* também ajudam a construir a figura da mãe no poema drummondiano, conectando-a à natureza e reforçando o viés “natural” que envolve a maternidade.

A ideia de “poder” (*superwoman*) está presente nos dois textos literários. Em Quintana, ressalta-se o grande significado do nome “mãe” condensado em uma palavra de extensão tão pequena, mas que consegue abarcar o *infinito* ou mesmo o *céu*. Saindo das margens do texto e remetendo a práticas de vida, a mãe, sozinha, é aquela que tudo faz pelos filhos, anula-se, se preciso for, para ajudá-los e vê-los felizes sempre. Ela faz

mais do que uma pessoa “normal” (que não é mãe) faria. Em Drummond, essa ideia também aparece, especialmente no verso *mãe não tem limite*, ou seja, mesmo nas situações mais adversas (*quando sopra o vento* ou *a chuva desaba*), a mãe está lá, ainda que velha, dando o conforto de sempre (*veludo escondido / na pele enrugada*), visto que ela é, agora de acordo com o eu lírico do poema de Quintana, apenas *menor que Deus*. O encontro semântico de “filho” com “milho”, em Drummond, reforça a ideia da pequenez do filho, que sofre o impacto de viver sozinho no mundo, sem a presença e a superproteção maternas.

No poema *Para sempre*, especificamente, o eu lírico demonstra tanto pesar pela inevitabilidade da morte das mães que gostaria de virar “Rei do Mundo”, Deus, para que proibisse tal desgraça de acontecer. Paira sobre a “mãe” desse poema, portanto, da mesma forma que acontece no poema de Quintana, um plano de crenças próprio da ruptura estética literária, que se aproxima, como já pontuamos, da verdade do limiar, aquela que privilegia as lacunas, o inacabamento e a contemplação.

Passando-se para a análise da construção da figura da mãe no vídeo publicitário de nosso *corpus*, é importante destacar que o tratamento temático dado pelo ator coletivo (a empresa Natura) é o princípio da “força” que une todas as mães. Conforme comentado, tanto as mensagens dos filhos (“Você é minha fortaleza”, “#Forçademã”) quanto a letra da música tocada no vídeo concretizam essa força. Toda mulher é forte quando vira mãe. É uma “Maria”, nome que alude à história bíblica, à mãe de Cristo, e remete a uma imagem pura, divina, natural (é natural a mulher ser mãe, ser forte): *Maria, Maria / É um dom, uma certa magia*. A figura do “dom” traz a ideia de que a maternidade é instintiva para a mulher. Ela “nasce” para isso. A maternidade é indissociável da condição feminina, é sua “marca” (*Quem traz no corpo a marca / Maria, Maria*), assim como o são o sofrimento e o prazer que fazem parte dessa experiência (*Mistura a dor e a alegria*). A exibição, no mosaico de “filhos”, de mulheres com crianças pequenas e de mulheres grávidas (uma das últimas imagens do vídeo é a de uma grávida enviando mensagem para a futura vovó – Figura 15) reforça a maternidade como destino de toda mulher, como uma “marca” impossível de ser apagada.

Figura 15 – *Print* mulher grávida



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

A letra da música, associada às outras linguagens do objeto sincrético “vídeo”, reafirma o “padecer no paraíso” e o discurso de obrigação vinculados à maternidade. Mesmo em situações extremas (como em uma pandemia), quando todos estão fragilizados, a mãe precisa *ter força, ter raça e ter fé*. Não é permitido a ela chorar: *De uma gente que ri / Quando deve chorar / E não vive, apenas aguenta*. Abordaremos mais adiante como nossa sociedade valoriza euforicamente a resignação da mulher perante as dores da maternidade.

Faz-se mister pontuar que, na esteira do pensamento bakhtiniano sobre dialogismo,³² a semiótica nos faz enxergar uma relação de interdiscursividade entre os dois poemas, o vídeo publicitário e a reportagem. Segundo Fiorin (1999, p. 32), “a interdiscursividade é o processo em que se incorporam percursos temáticos e/ou figurativos, temas e/ou figuras de um discurso em outro”. Nos poemas e na peça publicitária, os percursos temáticos e figurativos relacionados à maternidade e à mãe são semelhantes: percurso da força e da pureza, percurso da resiliência, percurso da vocação. Esses textos “dialogam” entre si de modo convergente. Da reportagem, eles divergem. Quando se pensa em dialogismo, é preciso considerar o “diálogo entre os muitos textos da cultura, que se instala no interior de cada texto e o define [...] [:] ponto de intersecção

³² De acordo com Bakhtin (1988, p. 88), a orientação dialógica é intrínseca a todo discurso: “Trata-se da orientação natural de qualquer discurso vivo. Em todos os seus caminhos até o objeto, em todas as direções, o discurso se encontra com o discurso de outrem e não pode deixar de participar, com ele, de uma interação viva e tensa. Apenas o Adão mítico que chegou com a primeira palavra num mundo virgem, ainda não desacreditado, somente este Adão podia realmente evitar por completo esta mútua orientação dialógica do discurso alheio para o objeto. Para o discurso humano, concreto e histórico, isso não é possível: só em certa medida e convencionalmente é que pode dela se afastar”.

de muitos diálogos, cruzamento das vozes oriundas de práticas de linguagem socialmente diversificadas” (BARROS, 1999, p. 4). É por meio da análise narrativa da enunciação que a semiótica greimasiana busca reconstruir a ideologia do texto, entendendo, assim, o contexto como “uma rede de textos da cultura que dialogam de modo contratual e conflitante” (BARROS, 1999, p. 5).

Analisando-se, agora, a reportagem do *Estadão*, percebemos que a construção da figura da mãe opõe-se àquela apreendida nos poemas e no vídeo publicitário ora examinados. A oposição está nos valores que a figura da mãe representa. O texto-enunciado da matéria jornalística cotejada, principalmente por meio dos depoimentos das mães e das especialistas entrevistadas, tematiza uma maternidade real (e, antes de tudo, opcional, não obrigatória) que cansa, machuca e requer auxílio (uma “rede de apoio”) para se realizar plenamente. A seguir, com grifos nossos, selecionamos alguns trechos da reportagem que nos ajudam a averiguar o modo como a figura da mãe é erigida no texto midiático em questão:

A maternidade é um *parto*.

Isso (a maternidade) é tipo um *golpe* e as *pessoas aceitam cair no golpe* (Thaiz Leão/mãe).

(Ser mãe) é um *pacote pesado* (Miriam Goldenberg/antropóloga).

Muitas delas (mães) fazem desabafos, desmistificam o “padecer no paraíso”, *compartilhando o sofrimento que nasce junto com o bebê*.

Ela (Nana Queiroz/mãe) já falou sobre a *perda de identidade da mulher que se torna mãe, a dificuldade da amamentação*.

[Thaiz Leão/mãe] ilustra como é ser mãe solo e *critica termos “encorajadores” como “mãe guerreira”*.

A maternidade *cobra uma conta* hoje que *faz você chegar aniquilada no final* e ganhar um “parabéns” (Thaiz Leão/mãe).

[Ser mãe] É uma *escolha*, mas não tão livre quanto em outras sociedades (Miriam Goldenberg/antropóloga).

Ser mãe é uma proposta de *aniquilação* da mulher. Quando a mãe vem, *a sociedade mata a mulher* [...] (Samara Felippo/mãe).

Meu peito doía [...]. Foi a *época mais infeliz* da minha vida [...] (Nana Queiroz/mãe).

Temos de sair da perspectiva de sonho e *começar a ver a realidade* [das mães] sem agredir (Thaiz Leão/mãe).

A *rede é muito importante para mães* que, às vezes, se colocam em posto de mulher maravilha e não aceitam ajuda (Samara Felippo/mãe).

Pela análise desses e de outros excertos, identificamos o sistema de valores axiológicos que funda a imanência (o conteúdo) da reportagem. Para o sujeito da

enunciação desse texto jornalístico, a maternidade é uma construção cultural, passível de ser questionada e transformada em sua prática. O viés cultural da maternidade é euforizado. Essa imanência, no entanto, ocorre por aquilo que ela nega de outros sistemas de crenças sociais, que, no caso, são as crenças do senso comum que concebem euforicamente o lado “natural” calcado no discurso da maternidade (o instinto materno, a vocação da mulher para ser mãe). Nessa perspectiva, emerge o interdiscurso no interior do discurso, bem como a polêmica como intercompreensão e fator imprescindível à construção do discurso e, também, de seu sujeito (MAINGUENEAU, 2005).

O enunciador dos textos é o “suporte de uma ideologia, vale dizer, de discursos” (FIORIN, 1988, p. 42). Quando enuncia, reproduz inconscientemente o dizer do grupo social do qual faz parte (FIORIN, 1988). A esse enunciador, actante sintático pressuposto ao enunciado, estão associadas restrições éticas e estéticas que o encarnam como ator da enunciação. Tais restrições emergem, nas articulações internas ao discurso, da relação entre a semântica e a sintaxe e, também, da relação entre o sensível e o inteligível, no nível tensivo, conforme analisaremos mais adiante. Assim, concebido como efeito de individualidade, esse ator apresenta-se mediante um corpo, aludindo à noção retórica de *éthos*. É composto por uma encarnação semântica e por um saber sensível, decorrente do olhar do sujeito sobre o mundo, e por um caráter. A este último relacionam-se o modo de o sujeito interpretar o mundo e as estratégias argumentativas enunciadas no discurso. Temos, então, o corpo enunciativo, depreendido pelas marcas da enunciação e encarnado por um modo recorrente de dizer, de sentir e de agir sobre as coisas do mundo.

Ao desempenhar papéis temáticos, relativos ao ato de julgar, tanto em cada texto quanto na totalidade deles, esse enunciador transforma-se em ator (DISCINI, 2015). No caso dos poemas e do vídeo publicitário cotejados, o tratamento temático dado pelo ator da enunciação (no vídeo, um ator coletivo) encaminha a maternidade para uma valoração axiológica comprometida com ideais de presença determinados (a boa mãe que se dedica integralmente ao filho *vs.* a péssima mãe que não se doa da mesma forma nem tem a mesma “força” que a primeira). Essa valoração funda uma ideologia de aprisionamento de um ideal de mãe, mesmo que, no caso dos poemas, o acento de sentido do que é ideológico seja atenuado. Da mulher que se torna mãe esperam-se a pureza, a força e a doação incondicional ao filho. Qualquer comportamento que fuja disso será julgado como errado pela sociedade. Esse aprisionamento da mulher no papel temático da maternidade gera um enrijecimento do corpo da mãe, ator do enunciado, que não pode ter paixões de

dúvida, de incerteza, de desespero, de cólera. Ela “ri”, mesmo quando deve “chorar”. Ela tem que ter “graça”, “raça”, “gana”, “sonho” e “fé na vida”. Não lhe é permitido fraquejar.

O perfil judicativo do ator da enunciação, portanto, por meio dos papéis temáticos, vale-se dos mecanismos da tematização e da figurativização, considerados na articulação com os demais níveis da geração do sentido. Ao olhar para os temas e as figuras dos textos, remetemos a um enunciador que objetiva a aceitação e a incorporação de uma posição ética por parte do enunciatário, para quem os valores foram por ele (enunciador) destinados.

Tanto o enunciador dos poemas analisados quanto o do vídeo publicitário da Natura trazem, embora com propósitos diferentes, dadas às coerções de seus respectivos campos, as vozes da formação ideológica do senso comum, segundo a qual a mulher nasceu para ser mãe e faz isso de maneira instintiva e prazerosa, ainda que esteja em sofrimento. A questão do amor incondicional e do “endeusamento” da mulher que vira mãe está presente nos textos, em convergência com o pensamento e com as práticas do senso comum que envolvem a maternidade. Trata-se do discurso hegemônico. Por outro lado, na reportagem do *Estadão*, o enunciador polemiza, diverge desse discurso e dele pretende se afastar, ao propor um novo sistema de valores que liberta a mulher do papel temático da maternidade cristalizado pelo senso comum. Sugere, então, o gesto de ser mãe como optativo e como uma experiência muito mais “humana” (e, por esse motivo, passível de erros, de dores, de reconstruções) do que “divina”.

Por fim, é importante ressaltar que a “mãe”, por ser um ator do enunciado nos quatro textos analisados, uma vez que se fala sobre ela, remete ao estilo do ator da enunciação, pois está sujeita à sua avaliação ética e estética. O tratamento a ela imprimido é diferente nos textos. A forma como o ator da enunciação de cada poema e o do vídeo publicitário constroem a figura da mãe é distinta da construção feita pelo enunciador da reportagem. A mãe dos poemas cotejados (e até mesmo, em menor grau, as mães sobre as quais se fala no vídeo) é muito mais abstraída e abstrata do que as mães da reportagem. Nestes poemas, ela é tão ampla que o poeta utiliza, além da função poética da linguagem, o presente gnômico para expressar sua condição perene, sem tempo determinado (“Mãe, na sua graça, é eternidade”). Existe, aqui, o papel temático da mãe como uma entidade. Ela não é um ser humano carnal, que tem suas feridas e suas dores. O contrário acontece com a mãe da reportagem, que tem um papel temático muito mais encarnado. Enquanto nos poemas analisados a mãe é comparada a uma santa ou a uma mulher com superpoderes, na matéria jornalística em questão ela é mais “humana”, mais precária,

mais suscetível ao erro. Fica evidente, portanto, que o papel temático flexiona-se ao gênero e, logo, ao campo e às práticas. No gênero da literatura, poema, o papel temático atinge a universalidade dos princípios de construção do ator. A mãe dos poemas de Drummond e de Quintana são as mães de todos os tempos e de todos os lugares. Trata-se de uma mãe figurativizada e tematizada como um ator fincado num presente *omnitemporal* (implícito), que a aproxima da figura de uma entidade. A mãe da reportagem, por sua vez, cujo papel temático está impregnado pelas coerções do campo e da prática midiáticos e pelo esquema de delegação de vozes próprios à reportagem, é muito mais particularizada: *é aquela* mãe.

Do lado dos afetos, que serão analisados em detalhes mais adiante, também há diferença na maneira como o enunciador a eles se submete. Os poemas, a reportagem e o vídeo publicitário, cotejados cada qual na intersecção com seu campo do saber correspondente, apresentam funções específicas desempenhadas pela “mãe”, relevada quanto à constituição estésica de seu corpo actorial. Nos poemas e no vídeo, além de uma postura mais afetiva do ator da enunciação com relação ao ator do enunciado (o que é característico de gêneros que têm como objetivo despertar o sentir do enunciatário), há uma proximidade do enunciador com o enunciado (no caso do poema de Drummond, reforçada pela debreagem enunciativa), diferente do que acontece na reportagem, cujo distanciamento do enunciador da enunciação também é característico do gênero. Isso não significa, no entanto, que o texto jornalístico que estamos analisando tenha, necessariamente, menor impacto sensível do que o poema ou o vídeo, porquanto outras variantes devem ser consideradas, conforme examinaremos no decorrer deste trabalho.

3.3 O olhar do observador

Com o sistema hierárquico de delegação de vozes (FIORIN, 1996), constituinte da pessoa enunciativa, o corpo pode se decompor sintaticamente e, por conseguinte, ser analisado conforme o papel do actante-observador³³ na constituição do ator como aspecto. O aspecto faz parte da construção actorial e nos ajuda a compreender o corpo do ator da enunciação como modo de presença. Essa compreensão é possível a partir do que ele diz, segundo a forma como imprime valoração moral aos valores e, ainda, de acordo com a intensidade de seu modo de sentir os fenômenos do mundo.

³³ De acordo com Barros (1988, p. 86), o observador é um “sujeito cognitivo ao qual cabe o fazer-receptivo e, muitas vezes, o fazer-interpretativo no discurso”.

Junto ao processo concernente ao ato de dizer, o ator da enunciação emerge à luz da análise. Ele será, então, examinado levando-se em conta os dois vieses de sua observação de mundo: o semântico, ligado ao perfil social e às apreciações moralizantes do sujeito, e o sensível, relacionado ao perfil pático (ou patêmico),³⁴ isto é, ao sentir e à receptividade afetiva desse sujeito perante as coisas do mundo.

Quando, aspectualmente, destaca-se o perfil social do ator, fica mais evidente a atividade judicativa do sujeito perante o mundo. Deparamos com um sujeito que tem um objetivo claro: *fazer-crer*, *fazer-saber* para, assim, *fazer-fazer*. Despontam a tomada de decisão e o posicionamento diante de práticas, comportamentos e hábitos construídos com base em oposições do nível fundamental, o que, no nível discursivo, implica a prioridade da função argumentativa e persuasiva nos textos e a incorporação dos valores ideológicos que perpassam os níveis subjacentes (o narrativo e o fundamental). Trata-se, portanto, de uma aspectualização télica, que tem um propósito claro: o de persuadir para determinado fim. Caso esse fim não seja cumprido, todo o processo comunicacional fracassa, perde-se.

Por outro lado, quando o viés pático de observação do mundo se sobressai, a esfera das tomadas de decisões perde lugar para a incidência do sensível. Os fenômenos do mundo são contemplados como expressão da percepção sensível. A aspectualidade do ator alinha-se, então, à atelicidade.

Assim, com o investimento ético consolidado por meio dos papéis temáticos, indicativos do viés judicativo do ator da enunciação, é preciso examinar os papéis patêmicos, relacionados à sensibilidade de observação desse ator. Faz-se necessário analisar como os temas e as figuras são investidos de valências tensivas que, “como forças relativas a sílabas tensivas (*mais mais; menos mais; mais menos; menos menos*), remetem a medidas de impacto sensível, correlatas à ordenação semântica feita dos fenômenos do mundo” (DISCINI, 2016, p. 31). A pessoa enunciativa emerge de um ponto de vista resultante da observação das coisas do mundo e de um ponto de vista que está radicado no próprio enunciado.

Portanto, se forem os papéis temáticos preponderantes na formação do corpo do ator da enunciação, as funções argumentativa e persuasiva dominarão a discursivização dos textos. É o que acontece na reportagem que estamos analisando. O modo como a figura da mãe (ator do enunciado) é construída, especialmente por meio dos diversos

³⁴ *Pâtir* (em francês) significa “sofrer” e apresenta correspondência etimológica com *passion*, traduzido como paixão.

depoimentos, faz parte do objetivo da enunciação que se alinha à voz do gênero. O narrador das reportagens, mediante observação realizada sobre o mundo feito notícia e discurso, espera que o leitor (narratário) tome uma posição. Por essa razão, o narrador privilegia o *dever fazer* cravado na construção do actante enunciatário, o qual deve acreditar em algo. Na matéria do *Estadão*, presume-se que o leitor acredite na importância de compartilhar as experiências da maternagem para compreender as dificuldades práticas de ser mãe (cansaço, excesso de cobrança). Espera-se que ele invalide o discurso do instinto materno. Faz-se mister ressaltar que a prevalência dos papéis temáticos não anula a observação sensível na reportagem nem que faz com que ela seja necessariamente mínima, conforme analisaremos no decorrer do trabalho.

É possível, ainda, que o perfil judicativo vinculado aos papéis temáticos do ator se atenuie tanto em elã (ou ímpeto de sentido sensível) que pareça apagar-se perante o olhar de afeto da observação. No entanto, da mesma forma que a observação sensível nunca é eliminada, o viés ético e seus inerentes procedimentos argumentativos também não o são. Quando a observação sensível é prioritária, procura-se ativar a competência estética do enunciatário. O objetivo é muito mais fazer que ele assimile o sensível que há no mundo do que persuadi-lo a tomar uma decisão. Buscaremos, na sequência, depreender como a visada sensível do sujeito atua na constituição de seu corpo nos diferentes textos que estamos analisando.

3.4 A estesia do *lógos*

O corpo do sujeito no interior de uma totalidade é firmado, por um lado, sob a orientação inclinada à moralização e, por conseguinte, ao investimento semântico, e, por outro, na conotação de estesia do *lógos* (a palavra enunciada, que conota sensivelmente o *éthos*) e no modo de acolher sensivelmente as coisas do mundo, o que implica as oscilações tensivas, resultantes da correlação entre a intensidade do sentir e a extensidade das coisas do mundo (ZILBERBERG, 2011).

Compreendida como viés de sensibilidade, a estesia (ou conotação estética) é inerente à língua. Por mais que as especificidades e as coerções genéricas influenciem seus modos de convocação, ela está presente em todos os discursos. Isso significa que, mesmo em gêneros inclinados à dominância do semântico sobre o estésico, como é o caso de alguns gêneros pertencentes ao campo midiático, o sensível emerge, ainda que, hipoteticamente, com tonicidade em valências extremamente reduzidas, se comparadas a

gêneros do campo literário. Dependendo do gênero e da esfera de comunicação, portanto, o *lógos* move-se no intervalo entre diferentes graus de conotação estética, concebida como resíduo da função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991). A análise da estesia e de suas valências que a classificam como tônica ou átona remete a modos de incorporação do elemento sensível na construção do enunciado e, conseqüentemente, do ator da enunciação. Segundo postula Discini (2016, p. 53), “temos a conotação estética imprimida no *lógos* como um acento sensível, que se apresenta entre os intervalos de extrema, mediana, e até nula valência, respeitado o princípio de que o zero não é absoluto, pois oferece condições de restabelecimento do sensível”.

Os poemas de nosso *corpus* iluminam o mundo segundo o relevo tensivo dado ao viés sensível de observação. O ator do enunciado (“mãe”) apresenta-se nesses textos mediante uma estesia provocada por uma valência de extrema força, oriunda do *lógos*. Na função poética da linguagem, a mensagem está voltada para si mesma (a topologia das letras, a sonoridade vocálica e consonântica, as características do signo que se transforma em figura do discurso e em figura de retórica, como a metonímia, a metáfora, entre outras). A função poética mostra-se de forma singular e dela emergem sentidos inovadores. O eu lírico do poema drummondiano, com o apoio da função poética exacerbada, compõe a figura actorial da mãe por meio de metáforas e, assim, cria sentidos inusitados ao defini-la: *mãe é tempo sem hora, luz que não apaga; mãe é veludo escondido, na pele enrugada; é água pura, ar puro, puro pensamento*.

Por meio de mecanismos de similaridade, a função poética da linguagem fundamenta a essência da poesia, entendida como arte. “Que são rimas senão eco do ritmo? Que são aliterações senão insistência do significante?” (CHALHUB, 1999, p. 39). Encontramos no poema de Drummond a repetição do vocábulo “puro” (“água pura”, “ar puro”, “puro pensamento”), uma “insistência” do significante que vai ao encontro, no plano do conteúdo, da pureza materna que o enunciador quer enfatizar, favorecendo a função semissimbólica no texto. Ainda no mesmo poema, os versos, quase em sua totalidade, são pentassílabos e terminam com uma palavra paroxítona, o que influencia o ritmo do texto. No poema de Quintana, os versos são todos heptassílabos. A regularidade da metrificação e as rimas (em Drummond: *permite/limite, embora/hora, apaga/enrugada e filho/milho*; em Quintana: *bendito/infinito e ateus/Deus*) remetem a esse “eco do ritmo” que, no plano do conteúdo, alinha-se com a significação geral dos poemas: *mãe é perene, é constante, tem sempre a mesma força, não importa o que aconteça*.

É possível, ainda, no poema de Drummond falar em similaridade na construção sintática. Os versos que abrem o texto e os versos que estão mais no final iniciam-se da mesma maneira, com uma pergunta (*Por que Deus permite que as mães vão-se embora?* e *Por que Deus se lembra – mistério profundo – de tirá-la um dia?*). Além disso, percebe-se, nos dois poemas, a seleção de palavras e de expressões do mesmo universo semântico para construir a imagem da mãe (em Drummond: *luz, vento, chuva, água, ar*; em Quintana: *bendito, céu, Deus, infinito, ateus*). A mensagem literária, autocentrada, organiza-se de modo a recriar conteúdos. Aqui, compreender esses conteúdos não basta. É preciso entender os significados dos elementos da expressão e senti-los no modo da entrega estésica.

De acordo com Jakobson (1991), na definição da função poética está a projeção do princípio de equivalência do eixo da seleção no eixo da combinação. Nos versos drummondianos *e ele, velho embora / será pequenino / feito grão de milho*, encontramos uma equivalência semântica criada pela similaridade sonora entre “filho” e “milho”. No poema de Quintana, por sua vez, a curta extensão no que se refere à quantidade de letras e de sílabas da palavra “mãe” é representada por um poema igualmente enxuto, com apenas oito versos. Trata-se de poucas linhas na ocupação do espaço da página da textualização que dizem muito, em convergência com a ideia expressa pelo poema. Em outras palavras, observamos nos mecanismos de textualização desse poema uma iluminação do plano de expressão que acaba por reconstruir a ideia de uma “falsa pequenez” ou de uma “pequenez que muito significa”.

É importante pontuar que a figura de Deus, presente nos dois poemas e, também, indiretamente, no anúncio publicitário (o nome “Maria”, integrante da letra da canção, remete à história bíblica), tem vocação para conferir uma elevação do nível de sensibilidade estésica aos textos. A figura de Deus reflete e refrata a voz do discurso fundador,³⁵ que é a Bíblia Sagrada (BAKHTIN, 1988).

No vídeo publicitário da Natura, o *lógos* também se mostra constituído de uma vivacidade estética relativamente inclinada a ascender a um alto grau de intensidade do sentir. A letra da música *Maria, Maria*, entoada em todo o vídeo, traz metáforas para construir a figura do ator do enunciado, “Maria”, que, conforme analisamos, com as

³⁵ Os discursos fundadores são aqueles que inauguram uma nova tradição na sociedade. De acordo com Orlandi (1993, p. 13-14), o discurso fundador “cria tradição de sentidos projetando-se para frente e para trás, trazendo o novo para o efeito do permanente. Instala-se irrevogavelmente. É talvez esse efeito que o identifica como fundador: a eficácia em produzir o efeito do novo que se arraiga, no entanto, na memória permanente (sem limite). Produz desse modo o efeito do familiar, do evidente, do que só pode ser assim”.

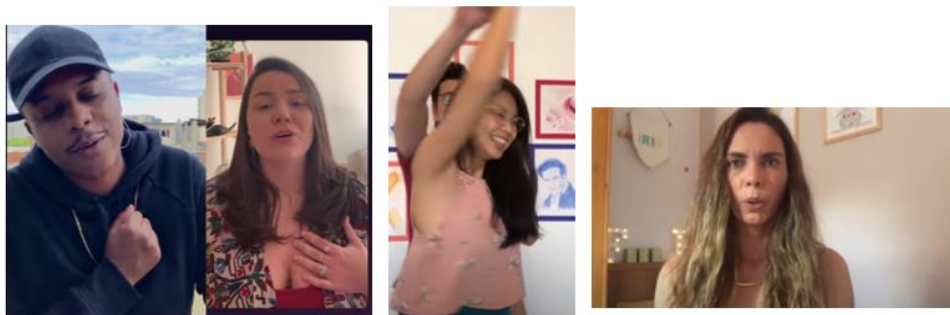
demais linguagens que constituem o vídeo, remete às mães (*Maria, Maria, é um dom, uma certa magia / Uma força que nos alerta; Maria, Maria, é o som, é a cor, é o suor / É a dose mais forte e lenta / De uma gente que ri quando deve chorar*). Também há metáforas nas falas dos interlocutores (filhos) e nas mensagens escritas que aparecem no vídeo: *Cada pessoa é um mundo; Você é minha fortaleza; Você é meu exemplo de vida*. Na letra da música, há uma similaridade na construção sintática, com trechos que se iniciam com “Mas é preciso” (*Mas é preciso ter força, é preciso ter raça, é preciso ter gana sempre; Mas é preciso ter manha, é preciso ter graça, é preciso ter sonho sempre*), além de algumas rimas, como em *raça/grança* e *lenta/aguenta*. Ademais, percebemos uma gradação crescente do sentido, figurativizada na sequência “força”, “raça” e “gana”, termos que operam com valências extremas de força sensível. “Gana”, de acordo com o *Dicionário Houaiss*, remete a *ímpeto, impulso*. “Raça”, por sua vez, segundo definição do mesmo dicionário, pode ser usada, figurativamente, como sinônimo de *empenho e garra*, que é o sentido utilizado no texto em questão.

Além da linguagem verbal, a função poética está presente nas outras linguagens que se fundem em união indissolúvel para constituir o vídeo como objeto sincrético. De acordo com Chalhub (1999, p. 43):

Qualquer sistema de sinal, no sentido de sua organização, pode carregar em si a concentração poética, ainda que não predominantemente. Uma foto pode estar contaminada de traços poéticos, uma roupa pode coordenar, na sua montagem sintagmática, o equilíbrio de cor, corte e textura do tecido, um prato de comida pode desenhar, sensualmente, a forma e o cheiro do cardápio, uma arquitetura pode exibir relações de sentido entre o espaço e a construção, a prosa pode aspirar à poeticidade [...].

Logo, ao analisar a linguagem gestual do vídeo, depreendemos que ela também está impregnada de vivacidade estética ao ser contemplada em sincretismo com as demais. Os filhos são representados figurativamente como atores do enunciado tendo como destaque traços visuais que os apresentam sorrindo e emocionados. A representação figurativo-icônica, que é o plano discursivo da imagem visual, privilegia também o gesto de levar as mãos ao coração, bem como movimentos corporais próprios à dança (Figura 16).

Figura 16 – *Print* expressões corporais



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

Embora a melodia (desacelerada no início e manifestada apenas com o apoio do violão) não faça parte de nossa análise, vale destacar sua importância na construção do efeito de comoção e de sensibilidade exacerbadas pretendido pela enunciação. Além disso, a canção *Maria, Maria* é um produto conhecido pelo público, o que aumenta seu apelo a ele³⁶. Em um artigo intitulado “O papel da música nos anúncios publicitários de televisão: uso estratégico e impacto no consumidor”, dizem os autores:

Quando uma composição musical já existente é utilizada, o efeito pretendido é frequentemente o de transmitir determinado estado de espírito, de uma forma mais ou menos intuitiva – e, de acordo com um modo intuitivo semelhante, é recebido e reconhecido como tal pelo espectador ou, inversamente, recusado por, de alguma forma, “não se encaixar no anúncio” (CARDOSO; GOMES; FREITAS, 2010, p. 16).

Diferentemente da sensibilidade instigada nos poemas analisados, objetos estéticos por natureza, a emergência da sensibilidade, no vídeo, vincula-se ao caráter venal do anúncio. O grau de impacto emocional da linguagem decai diante dos poemas. O *fazer sentir*, na peça publicitária, é aliado da manipulação. Emocionado, o enunciatário (possível cliente) tem mais chances de se lembrar de sua própria mãe e de querer comprar um presente para ela (um presente da marca Natura).

Tanto nos poemas como no vídeo publicitário ora examinados, o plano de expressão instiga descobertas e novos sentidos. A estesia do *lógos* e a função poética da linguagem firmam um alto grau de intensidade do sentir, mas com oscilação para decadência de elã (ou ímpeto sensível) no anúncio. Isso acontece porque o parceiro da

³⁶ Segundo um estudo do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição de Direitos Autorais (Ecad) sobre as composições e regravações do cantor brasileiro Milton Nascimento, a canção do artista que foi mais regravada até 2022 é *Maria Maria*. Ela possui 144 regravações e se tornou a música mais tocada do cantor nos últimos dez anos. Disponível em: <https://www4.ecad.org.br/noticias/oitenta-anos-de-milton-nascimento/>.

comunicação sabe que o objeto venal é a motivação do texto. Na reportagem aqui cotejada, por outro lado, desponta a função utilitária da linguagem, que se presta, majoritariamente, a dar informações sobre o “referente” (JAKOBSON, 1991), ou seja, sobre aquilo que está sendo falado, que, nesse caso, é a maternidade real. Por essa razão, as informações são claras, transparentes e sem ambiguidades. Não pode haver dúvidas sobre quem está falando (no caso dos depoimentos) ou sobre quando algo foi dito, pois todos os dados têm o intuito de evidenciar de maneira objetiva o referente. O uso da 3.^a pessoa (debreagem enunciativa), já mencionado, também faz parte dessa estratégia, uma vez que confere ao discurso mais objetividade. Nos depoimentos, no entanto, vemos emergir o sensível, as paixões, conforme ainda analisaremos.

3.5 A presença sensível

No que se refere ao viés pático de observação, além da valência estésica do *lógos*, é preciso considerar a reação sensível do sujeito perante o mundo enunciado no discurso e depreender o modo como esse sujeito é afetado emocionalmente pelo que vê ou pelo que percebe. O corpo desse sujeito, portanto, também se encarna com base nas profundidades figurais, no chamado nível tensivo, pressuposto ao percurso gerativo de sentido, uma vez que a significação tem uma base perceptiva. O sujeito conhece e percebe o mundo e é por ele afetado. É no campo de presença, um domínio espaçotemporal (que não é físico), que se dá a relação perceptiva entre o sujeito e o objeto. O objeto-valor (e até mesmo o enunciado) deve ser pensado como uma presença. A enunciação é, portanto, deslocada do discurso para as profundidades figurais, como campo de presença. A dicotomia axiológica própria do percurso gerativo de sentido no nível fundamental (como *bem* vs. *mal* ou *eufórico* vs. *disfórico*) emparelha-se às do âmbito tensivo, mas aqui se privilegia o *continuum*. Assim, o ator aspectualiza-se entre avanços e diminuições no tocante ao impacto da tensão no olhar de um observador sobre os fenômenos do mundo.

A intensidade (os “estados de alma”), que conjuga as subdimensões do andamento e da tonicidade, é o operador que qualifica a força ou o elã com que o sujeito é constituído pelas grandezas que penetram em seu campo de presença. É a força de convocação do sensível, correlata à extensidade (os “estados das coisas”), que, por sua vez, representa o campo de abrangência e de assimilação do inteligível (ZILBERBERG, 2006b). Para Zilberberg (2006), a intensidade do afeto rege a extensidade das coisas inteligivelmente dispostas no mundo. Esta última refere-se à extensão temporal e espacial do campo (com

as subdimensões da temporalidade e da espacialidade). Da relação entre intensidade e extensidade radica-se uma cifra tensiva que, nos enunciados, equivale às oscilações tensivas entre o sensível e o inteligível na percepção do sujeito. Portanto, no que tange à composição dos papéis patêmicos do ator, a cifra tensiva remete ao modo como o “acento de sentido” (ZILBERBERG, 2011, p. 258) recai sobre a temporalidade e a espacialidade daquilo que é percebido. O sujeito pode sentir uma grandeza adentrando seu campo de presença de forma *mais* ou *menos* tônica e impactante e *mais* ou *menos* célere, em um espaço percebido como *mais* ou *menos* concentrado ou *mais* ou *menos* difuso. Com relação à temporalidade, ou seja, à duração do que é percebido, a articulação é entre breve e longo.

No âmbito da tensividade, portanto, aspectualiza-se o ator pela força do impacto daquilo que o atravessa em matéria de linguagem, texto, discurso e práticas semióticas. Essa força, concebida como elã (ímpeto de sensibilidade) e mensurada em uma escala de gradação (valências mínimas, médias e extremas), relaciona-se a questões de estilo (DISCINI, 2016) no que se refere ao estilo do gênero (poema, reportagem e vídeo publicitário). A enunciação espalha marcas tensivas de sua presença, fundamentais para a apreensão da cifra tensiva que, por sua vez, reflete um corpo sensível. Este, vinculado à aspectualização do ator, configura-se como perfectivo ou imperfectivo.

Em outras palavras, da correlação entre a intensidade e a extensidade firmam-se variações de presença do sujeito, uma vez que a exacerbação do sensível sobre o inteligível ou a relevância do inteligível diante do sensível orientam modos distintos de percepção. Semioticamente, um objeto existe a partir do momento em que um sujeito o percebe, considera-o como unidade de sentido, conceituando-o tematicamente, concretizando-o eventualmente na ordem da figuratividade. A presença sensível, que não apaga o sujeito discursivo, judicativo e ético, emerge, assim, do corpo que percebe e do objeto que é percebido. O mundo surge para o sujeito à medida que ocorrências (discursivas) e grandezas que mensuram a significação em construção adentram seu campo de presença.

A semiótica fala, ainda, em “modos” para se referir às formas como um fato se apresenta para o sujeito. Os *modos de junção* relacionam-se à coesão dentro do discurso, que pode ser implicativa (*x, logo y*), supondo relações causais, ou concessiva (*embora x, y*), em que o improvável acontece. Nos dois poemas aqui examinados, o sujeito tem uma relação concessiva como diretriz de percepção relacionada ao ator do enunciado “mãe”. Em Drummond, tanto as metáforas *mãe é tempo sem hora, luz que não apaga* quanto a

afirmação *mãe não morre nunca* discursivizam esse olhar, ao criarem sentidos inusitados, “improváveis”. É improvável, diferente e inusitado para o mundo rotineiro da percepção enunciar que não há horas no tempo, que uma luz nunca se apaga ou que um ser vivo não morre. Nos versos *Fosse eu Rei do Mundo, baixava uma lei, Mãe não morre nunca*, a lógica implicativa (a dor do filho que perde a mãe é tão insuportável, logo, ele quer ser Deus para impedir esse fim) cede à concessiva (embora o filho almeje essa utopia, ele não pode concretizá-la). No poema de Quintana, por sua vez, também é da ordem do concessivo os ateus (que não acreditam em Deus) concordarem com a santidade da mãe ou o infinito caber em uma palavra tão pequena. A lógica concessiva recrudescer a intensidade do sentir. Sob os parâmetros de fidedignidade relativos ao discurso literário, é possível, sim, que a luz não se apague, que o tempo não tenha hora ou que uma dimensão (o infinito) seja relacionada ao tamanho de uma palavra (mãe). Na literatura, o sujeito sai de seu cotidiano para ascender-se esteticamente. Firma-se em um corpo tônico, impactante e imperfectivo a presença sensível e concentrada. No caso do corpo imperfectivo, a lógica não é implicativa ou doxal, e sim paradoxal, por trazer o imprevisto.

Avançando na análise dos textos literários por nós acionados, percebemos que, em um primeiro momento, o poema de Quintana, composto por apenas uma estrofe com oito versos heptassílabos, assemelha-se a um verbete de dicionário, pois, tal como este, parece explicar o significado de uma palavra, no caso, “mãe”. No entanto, remetendo-nos aos estudos de Discini (2009), em que a semioticista compara a concentração da presença entre um verbete de dicionário da palavra “solidão” e o poema *Desperdício*, de Drummond, com a mesma temática, podemos afirmar que, apesar de o poema quintaniano ser exíguo textualmente, ele, ao contrário do verbete, viabiliza a retenção da presença. Isso porque o estilo do gênero “poema” acolhe uma diretriz a favor do improvável e da conservação da intensidade alinhada ao segredo (não parece, mas é). Sobre retenção, a referida autora cita Zilberberg (2007, p. 14-15), que sustenta que a retenção “[...] exige sua concentração na medida em que sua divulgação é considerada dispersão e desperdício. Nesse caso, a divulgação é negadora”. Tanto no poema de Quintana como no de Drummond, a retenção e, conseqüentemente, a força e a concentração da presença possibilitam que se configure um mundo apoiado na verossimilhança. Esta, para Fontanille (1998), apresenta-se alinhada ao mistério. Ainda segundo o mesmo autor, quando falamos em “mistério”, na articulação entre o “ser” e o “parecer”, vemos emergir “o ser que se faz sentir [...] e, ao fazer-se sentir dá origem a um sujeito apaixonado,

inquieto, curioso ou simplesmente abalado em suas convicções” (FONTANILLE, 1998, p. 235).

No poema *Para sempre*, de Drummond, a proximidade do enunciador ao enunciado, endossada pela debreagem enunciativa de pessoa (*Fosse eu Rei do Mundo*), vai ao encontro da postura afetiva do ator da enunciação no que se refere ao ator do enunciado, mãe. Esta é apresentada pelo narrador como “mistério”, sustentado por uma veridicção inclinada ao sensível. É o “mistério” do qual se procura aproximar para deslindá-lo. No modo de um *querer-ser* inusitado, a “mãe” desliza para um estado improvável das coisas. O poema, portanto, engendra condições para a “encarnação” sensível do corpo da mãe.

A configuração veridictória do mistério mostra-nos, conforme estudos de Zilberberg (2006a), a dominância do *crer* sobre o *saber*. Os poemas não criam condições para a discursivização de fatos e de evidências como na reportagem do *Estadão*. No texto midiático em questão, os depoimentos, tanto dos especialistas como das próprias mães, cumprem o papel da legitimação das evidências. Não há lugar nos poemas para o comentário de uma antropóloga ou de uma socióloga, por exemplo, acerca da relatividade cultural da maternidade. A lógica veridictória na literatura é o mistério e, por essa razão, instaura-se a supremacia do *crer* sobre o *saber* e, discursivamente, emerge a predominância da função poética da linguagem, o que favorece uma tonicidade ascendente imprimida à estesia. Nesse modo de dizer é mobilizado (mais do que a adesão) o ajustamento do enunciatário no que se refere aos afetos envolvendo o ator do enunciado “mãe”.

É interessante notar, ainda nos poemas, que a mãe (vinculada ao tema do amor materno), para o eu lírico “filho”, está sempre ali, disponível (*Mãe não tem limite, / é tempo sem hora*). Se mãe é “tempo sem hora”, ela é uma constante, algo perene, à disposição do filho, esperando que ele, de fato, perceba-a, o que, quando acontece, dá-se de forma tônica e acelerada (*mãe é luz que não apaga / quando sopra o vento / e a chuva desaba*). A chuva “desabar” remete a uma grandeza irrompendo no campo de presença do filho, que, necessitado de ajuda, percebe a presença da mãe, que o atinge com grande força.

Ao mesmo tempo, a morte da mãe (ou a certeza de que ela vai morrer) também é sentida pelo sujeito do poema drummondiano como um acontecimento. Para Zilberberg (2006b), o acontecimento é aquilo que transforma o sujeito. Está ligado a um *sobrevir* e apoia-se na concessão e no recrudescimento da intensidade afetiva. “Sobrevir” remete a

um modo de eficiência, ou seja, à velocidade com que uma grandeza entra no campo de presença do sujeito. Contrário ao “pervir”, em que o sujeito prevê uma ação e até se prepara para ela, o “sobrevir” prevê um andamento extremamente acelerado, fazendo com que o sujeito fique tomado pela experiência. O eu lírico do poema de Drummond, por mais que tenha conhecimento de que Deus, um dia, vai “permitir que as mães vão-se embora”, não se conforma com essa perda. Sente-se frustrado, impotente por não ter como impedi-la. As perguntas que faz para si mesmo mostram seu tom de lamúria perante a inevitabilidade da morte das mães (*Por que Deus permite / que as mães vão-se embora? / Por que Deus se lembra / — mistério profundo — / de tirá-la um dia?*). Ele chega a desejar ser Deus (*Fosse eu Rei do Mundo*) para mudar tal destino.

Os dois poemas cotejados imprimem maior intensidade do afeto no papel patêmico do ator da enunciação do que em seu papel temático. Representativos da linguagem da arte, os textos poéticos em questão não possuem um *télos*, isto é, um fim para se cumprir como persuasão argumentativa do outro. A inteligibilidade das coisas do mundo não ganha em ímpeto, como acontece com a reportagem do *Estadão*, que tem no papel temático do ator sua maior intensidade, implicando a emergência de estratégias persuasivas no nível discursivo.

Voltando, agora, o olhar para o vídeo publicitário da Natura, vemos despontar da intersecção entre sensível e inteligível e, conseqüentemente, entre intenso e extenso um sujeito orientado segundo um viés sensível de observação (*menos* que nos poemas, porém *mais* que na reportagem). Na música tocada durante o anúncio, a grandeza *Maria* adentra no campo de presença do sujeito de modo impactante. Em *Maria é uma força que nos alerta*, ficam evidentes a intensidade dessa chegada (com a própria palavra “força”) e o andamento acelerado com “alerta”. Um “alerta” normalmente não é esperado, chega repentinamente e tem o objetivo de chamar a atenção do sujeito. Igualmente, o trecho *Maria, Maria, é o som, é a cor, é o suor / É a dose mais forte e lenta* também nos possibilita analisar a dimensão das intensidades. A metáfora com *som, cor* e *suor* perpassa os sentidos (audição, visão e tato) e parece estar em gradação, recrudescendo o sentir. Ao entrar no campo de presença do sujeito, *Maria*, primeiro, é ouvida (som), para depois ser vista (cor) e, na sequência, sentida (suor). Em *dose mais forte* também fica explícita a subdimensão da tonicidade. A grandeza *Maria* é sentida de forma tônica, com grande “força”. De acordo com Zilberberg (2006b), tonicidade e andamento articulam-se em uma

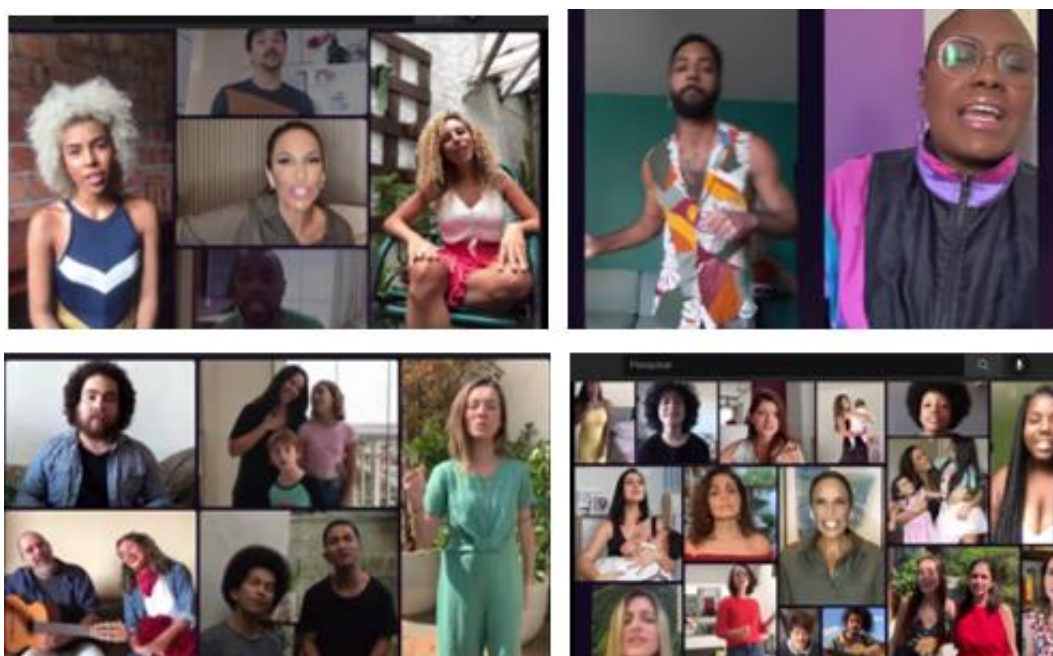
correlação conversa:³⁷ quanto maior um, maior o outro, e vice-versa. Assim, pressupõe-se que uma presença tônica invada o campo do sujeito celeremente e que uma presença átona seja percebida de maneira lenta. Com *dose forte e lenta*, uma incoerência sob a ótica tensiva, o sujeito evidencia, portanto, que, ao mesmo tempo que a presença da mãe pode ser sentida de forma rápida e, conseqüentemente, tônica, ela *também* pode ser percebida como mais fraca, resultado de um andamento mais lento. Estendendo essa lógica para as práticas sociais relacionadas ao discurso hegemônico sobre a maternidade, a mãe é aquela que sempre está disponível para o filho, mesmo que o filho nem sempre a sinta com grande impacto, mas, apenas ou especialmente, quando a “chuva desaba”.

Ainda na letra da música presente na peça publicitária, a lógica concessiva também direciona o olhar do sujeito no que se refere ao ator do enunciado *Maria*. Ela é alguém que *ri quando deve chorar* (embora deva chorar, ri), uma mulher que *não vive, apenas aguenta* e que *mistura dor e alegria*, ou seja, ela faz o improvável e o faz de forma contínua. A ideia de continuidade está presente não só na “marca” que traz no corpo (*Quem traz no corpo a marca, Maria, Maria*) ou no “dom”, indissociável da condição de um ser (*Maria, Maria, é um dom*), mas também na utilização do advérbio “sempre” em trechos como: *É preciso ter gana sempre* e *É preciso ter sonho sempre*. O sujeito espera que a mãe (e, conseqüentemente, o amor que dela é ofertado ao filho) seja sempre forte e que dure para sempre. Em termos tensivos, é o equivalente ao resultado de uma relação conversa entre sensível e inteligível, em que, quanto maior a tonicidade, maior a extensidade: um amor intenso e duradouro.

A presença sensível mediante um grau maior da tonicidade da voz do sujeito também se observa no segmento não verbal do vídeo, dada sua enunciação sincrética. Além das imagens dos filhos emocionados e da própria música, a composição e os efeitos do vídeo corroboram o recrudescimento da intensidade. Após tomadas individuais dos filhos e da cantora Ivete Sangalo, um mosaico de figuras de pessoas surge na tela e vai alternando-se, ora com mais pessoas, ora com menos. Além disso, as formas que compõem esse mosaico (quadrados e retângulos) são variadas em tamanho e não apresentam regularidade de um *take* para outro. Cada *take* traz formas com tamanhos distintos, dispostas na tela de maneiras também diferentes (Figura 17). O mosaico, portanto, invade o campo de presença do enunciatário de maneira mais acelerada e tônica, surpreendendo-o.

³⁷ Nas relações inversas entre intensidade e extensidade, o aumento da primeira acarreta a diminuição da segunda, e vice-versa (ZILBERBERG, 2011).

Figura 17 – *Print* mosaicos diversos



Fonte: Vídeo Dia das Mães Natura (2020).

Mas não é só isso: a partir do 45.º segundo do vídeo, as vozes dos filhos sobrepõem-se. As mensagens (para as mães) são ditas ao mesmo tempo, dificultando, embora momentaneamente, o entendimento por parte do enunciatário. Nesse momento, a extensidade é reduzida, uma vez que esta se liga à inteligibilidade.

Tanto nos poemas como no vídeo ora por nós destacados, o enunciado se orienta a fazer o leitor experimentar a percepção de um ser-no-mundo (ser discursivo, que exerce o papel temático de filho de determinada mãe), de forma mais intensa nos primeiros do que no último. No vídeo, especificamente, essa orientação alinha-se ao caráter venal da publicidade. É preciso *fazer-sentir* para, em última instância, convencer o enunciatário a conectar-se com a marca Natura e, assim, a adquirir seus produtos. A peça fílmica passa a mensagem de que as mães, apesar de diferentes umas das outras, unificam-se sob um mesmo atributo, o de “superwoman”, o de mulher “guerreira”, “forte”, principalmente em um momento tormentoso como o da pandemia. Elas merecem, portanto, um presente tão especial e singular como elas e, de preferência, de uma empresa que também valorize sua individualidade, mas reconheça o caráter universal de sua condição “forte” de mãe.

Nos poemas, por outro lado, a intensidade do sentir relaciona-se ao cerne do que é e para que serve a arte. Em seu texto “A arte como procedimento”, o escritor e crítico literário russo Chklovski (1978, p. 45) discute, entre outras coisas, a percepção como finalidade intrínseca ao objeto estético:

E eis que para devolver a sensação de vida, para sentir os objetos, para provar que pedra é pedra, existe o que se chama arte. O objetivo da arte é dar a sensação do objeto como visão e não como reconhecimento; o procedimento da arte é o procedimento da singularização dos objetos e o procedimento que consiste em obscurecer a forma, aumentar a dificuldade e a duração da percepção. O ato de percepção em arte é um fim em si mesmo e deve ser prolongado; a arte é um meio de experimentar o devir do objeto, o que já é “passado” não importa para a arte.

Em qualquer texto, em alguns mais, em outros menos, os papéis patêmicos estão presentes e podem relacionar-se ao empenho persuasivo, como acontece no vídeo publicitário de nosso *corpus* e também na reportagem. Para Zilberberg (2011), sempre há um *quantum* de convocação sensível nos textos, mesmo que em graus mínimos de valência. Isso se deve ao constante jogo de convocação entre o sensível e o inteligível ao longo do processo do sentido gerativo, resultando em relações tensivas não estagnadas, que se alteram no decorrer do texto. Ao trazer para o discurso-enunciado relatos de mães compartilhando as dores da maternagem e os traumas por elas sofridos, o enunciador garante uma forte vibração de afeto na reportagem. Por outro lado, às especialistas são reservados os testemunhos mais sóbrios, mostrando a preocupação do enunciador em também construir uma cobertura extensa do que está sendo narrado.

Ao *fazer-sentir* o objetivo do enunciador da reportagem é *fazer-crer* (*fazer-crer* que a maternidade tem, sim, um lado negativo; *fazer-crer* que é possível – e normal – uma mulher não querer ser mãe; *fazer-crer* que a mulher não precisa ser mãe para ser mulher; *fazer-crer* que a mãe precisa de ajuda, não é um ser mágico, com superpoderes e que tudo aguenta por amor aos filhos).

O primeiro testemunho de uma mãe, em discurso indireto³⁸, que praticamente abre a reportagem, é o de Felippo: “No fim de abril, a atriz Samara Felippo, de 40 anos, disse em uma publicação no Instagram que ama as filhas, Alícia e Lara, mas não ama tanto ser mãe” (HONORATO, 2019). Embora relativamente contextualizado (pelo título, subtítulo e primeiro parágrafo da reportagem), temos indicações de que esse depoimento se inclina para compor uma grandeza tensiva na ordem do sobrevir, na ordem de um acontecimento com potencial de impacto forte. O papel temático da “mãe” fixa um comportamento e

³⁸ No discurso indireto, existem dois enunciados: um do narrador e outro do locutor (que, nesse caso, é a atriz Samara Felippo). Segundo Fiorin (1996, p. 67), o discurso indireto serve para “constituir uma imagem do locutor, pois mostra suas posições ideológicas ou seu modo de ser psicológico”.

gera expectativas. Nossa sociedade, conforme os discursos e as práticas semióticas que nela circulam (e que a compõem como uma sociedade heteróclita), não faz criar nos cidadãos a espera de uma mãe que diga que não gosta de ser mãe. Essa fala é contrária à ideia generalizante do senso comum (CHAUI, 1997) sobre a maternidade. Por essa razão, colocada logo no início do texto, tem ares de um “chamariz”. É como se fosse um *close up*, um enquadramento verbal – maior intensidade e um campo reduzido. Diminui-se a noção do todo e, conseqüentemente, da extensidade, mas ganha-se em intensidade. Esse depoimento entra no campo de presença do enunciatário (leitor) de forma mais tônica e acelerada, em um espaço mais fechado. Exige mais dele, que deve preencher lacunas, mesmo que momentaneamente, visto que o texto explica na sequência e com mais detalhes esse “não amar tanto ser mãe”. O enunciador escolhe colocar a parte mais impactante e sensível do depoimento logo no início da reportagem como uma estratégia discursiva. Trata-se de um recurso de textualização. Ele poderia, por exemplo, ter começado com o depoimento de um especialista, explicando a historicidade do mito materno e suas raízes culturais, o que, provavelmente, não prenderia tanto a atenção do leitor.

Não obstante a prática da maternidade seja, historicamente, programada e esperada na vida de uma mulher (estando na ordem do “pervir”), conforme as práticas cotidianas que grassam na sociedade, os depoimentos nos indicam que ela foi sentida pelas mães mais no âmbito do acontecimento. Em alguns deles, a intensidade é apresentada em ritmo de ascendência de impacto e acolhe paixões e afetos compatíveis. De acordo com Fontanille e Zilberberg (2001), os fenômenos passionais regulam a intensidade no discurso. A paixão, no âmbito da semiótica, não é apenas uma reação patêmica ou um arranjo de modalidades. Ela prevê uma cena passional, predicativa (um sofredor, um dano etc.) e um comportamento que está estabilizado culturalmente pelo uso.

Vejamos alguns trechos de depoimentos (com destaques nossos) que acolhem afetos e paixões (HONORATO, 2019):

“É muito *culposo* falar isso. [A mulher] Vai ser tachada como mãe ingrata, egoísta, cruel. É uma sociedade inteira apontando o dedo desde que você engravida”, disse Samara ao E+.

“Isso é tipo um *golpe e as pessoas aceitam cair no golpe*. É *golpe você se submeter a dar tudo de si* e mais um pouco para, no final, alguém falar: ‘é fazer o que tinha de ser feito’. E quando muito ganha um ‘guerreira’. *Eu não quero viver minha vida para chegar no final aniquilada, sem autonomia social*. A maternidade cobra uma conta hoje

que faz você chegar aniquilada no final e ganhar um ‘parabéns’”, avalia Thaiz.

“Quando me separei, percebi que aquela estrutura familiar que a sociedade impõe *não era o que eu tinha esperado*, não deu certo. *É um sentimento de frustração muito grande* e a sociedade não ensina a lidar com a frustração” (Samara Felippo).

“Ser mãe é uma proposta de *aniquilação da mulher*. Quando a mãe vem, a sociedade *mata a mulher*, mas como ela não morre, a gente caminha com *depressão, angústia*, que alimenta depressão pós-parto”, diz Samara.

“*Amo ser mãe, mas nos dois primeiros meses odiei. Acordava a cada duas horas, meu peito doía, empedrou. Foi a época mais infeliz da minha vida, eu estava exausta*”, conta Nana Queiroz. “*Nunca imaginei que me sentiria culpada por não estar amando amamentar, gritando de dor. Tive crise de pânico e tomei antidepressivos*”.

Ao falar em “golpe” fica claro que o campo de presença da mãe foi invadido pelo objeto-valor “maternidade” de maneira abrupta, inesperada, com grande tonicidade. Ninguém espera cair em um golpe. O sujeito é aniquilado, destruído, abstraído de seu corpo próprio (DISCINI, 2015). No entanto, as mães “aceitam cair no golpe”, ou seja, resignam-se, sofrem caladas e devem, ainda, gostar disso. É o famoso “padecer no paraíso”, valorizado em nossa sociedade. Algumas paixões (como orgulho, honra e culpa) são amarradas a valores sociais, que não são idênticos em todos os grupos e relacionam-se com coesão social. Em outras palavras, o julgamento axiológico sobre as paixões leva a uma taxionomia conotativa de acordo com a moralização que cada cultura dá para as paixões. Em nossa sociedade, historicamente, a resignação que a maternidade impõe às mães é moralizada de forma positiva. É “bonito” a mulher abrir mão de tudo para ser mãe, mesmo que isso a faça sofrer, mesmo que isso não reflita sua vontade individual, mas sim uma imposição coletiva (um *dever-querer* do destinador). Por isso, muitas “aceitam cair no golpe”.

Quando o ator mãe assume o turno de fala e postula “Eu não quero viver minha vida para chegar no final aniquilada”, a ordem implicativa da maternidade (se mãe, então feliz e resignada) cede lugar à concessão (embora mãe, não resignada). Seu corpo se aspectualiza como imperfectivo, orientado sob a lógica da concessão, do paradoxal. A mãe que entrega tudo de si e sofre calada abstrai-se do corpo próprio. A veneração, como adensamento da admiração, abstrai a carne da experiência, o corpo que sente. Nossa sociedade espera que a mãe venere o filho e a maternidade. Tomada por uma paixão de ação, no entanto, a mãe que concedeu o depoimento em questão não quer, como ela mesma diz, receber um “parabéns” da sociedade “por fazer o que tinha que ser feito”. Ela

não aceita o que lhe é imposto e age. Não reclama apenas. Propõe mudanças. O trecho a seguir, que inclui o depoimento da mesma mãe, exemplifica esse agir:

Thaiz criou o projeto *A Casa Mãe*, que busca financiamento virtual a fim de proporcionar um espaço em que as mães dividam experiências. “Temos de sair da perspectiva de sonho e começar a ver a realidade [das mães] sem agredir. Porque a realidade de uma mãe é a de milhares de mulheres”, diz a *designer* (HONORATO, 2019, n.p.).

Em outro depoimento, Samara Felippo diz que não sabe se foi mãe “por vontade própria” ou pela criação que teve. Isso mostra que o *querer ser* mãe já começa a ser questionado e entendido como uma doação do destinador (sociedade), um *dever-querer*. O *querer* autêntico das mulheres fica abalado.

Pelas falas das mães, verificamos que a maternidade (a maternidade real, que machuca) acontece como um “sobrevir”. Ela irrompe e o sujeito (essas mulheres) não entende muito bem o que está acontecendo. O inteligível se perde. A mãe é um sujeito-sofredor (sente o cansaço, o peito doendo) e precisa de ajuda médica para ter noção do todo (“Tive crise de pânico e tomei antidepressivos”). Quando vem o acontecimento, o campo se fecha e o tempo parece parar, como se fosse suspenso. Não tem antes ou depois. É aquele sentir pontual e tônico: “a época mais infeliz da minha vida”.

Uma vez vividas, as experiências marcam o sujeito como campo de presença, tanto no nível discursivo dos textos quanto nas profundidades figurais ou tensivas. Tais experiências podem retornar em graus de presença distintos (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001). A memória se dá na relação *lembrança* vs. *esquecimento*. O percurso do esquecimento é a saída do objeto, que estava realizado, do campo de presença do sujeito. Quando esse objeto está saindo do campo de presença, configura-se a chamada potencialização, que pode ser átona (como a assimilação de hábitos) ou tônica (como uma memória especial). Quando fica realmente fora do campo, o objeto encontra-se virtualizado. No caso dos depoimentos das mães, a maternidade é trazida novamente para o campo de presença delas. Ao serem interrogadas e darem seus testemunhos, essas mulheres mostram discursivamente que a maternidade (seu início, em especial) foi uma experiência potencializada de maneira tônica. As lembranças retornam ao campo de presença e a textualização segue a própria memória, com orações curtas e assindéticas, como se a experiência estivesse se realizando mais uma vez, de forma acelerada (“acordava a cada duas horas, meu peito doía, empedrou”). A utilização de verbos no presente para se referir a algo do passado (“É um sentimento de frustração muito grande”)

também indica que a lembrança está se realizando novamente no campo de presença do sujeito. É como se essa mulher estivesse vivendo mais uma vez a frustração de não ter tido o que esperava. A memória do passado é construída como um acontecimento para esse sujeito, algo próximo à noção de *memória-acontecimento* (BARROS, 2016).

É possível perceber, também, que alguns afetos e paixões são apresentados como vividos nos depoimentos-enunciados, principalmente a culpa e a frustração (“É muito culposo falar isso”; “É um sentimento de frustração muito grande”; “Nunca imaginei que me sentiria culpada”). A mulher espera que a maternidade lhe traga felicidade plena, afinal, é isso que ela escuta ao longo de sua vida. No entanto, ao se tornar mãe, não é o que, necessariamente, acontece. Há dor, sofrimento e, em alguns casos, arrependimento. É aí que vêm a frustração e a culpa, paixões de fechamento do corpo. Como uma mulher, que quer pertencer ao seu grupo social e por ele ser legitimada, *não quer* (ou, ainda, *não sabe*) ser mãe, ser a “mãe perfeita” – aquela que amamenta, que sofre feliz, que tudo suporta e que abdica de sua vida pela vida dos filhos? A força do destinador (sociedade) é muito forte. Por mais que discursos diferentes já circulem, propondo valores contrários aos do discurso hegemônico (a reportagem do *Estadão* defende esses novos valores), as mulheres ainda sofrem e os depoimentos mostram isso.

O enunciador da reportagem, portanto, ao trazer depoimentos apaixonados de mães para o discurso, mostra que tem conhecimento da força do destinador e do quanto de sofrimento sua manipulação pode causar. A inclusão desses testemunhos faz parte da estratégia de sensibilização da enunciação na relação enunciatário e texto-enunciado. A exposição do sofrimento das mães favorece, no enunciatário, a emergência de afetos e paixões, como a compaixão e a piedade (LIMA, 2016). Tomado, então, de modo geral, por empatia, o enunciatário tende a ficar mais propenso a aderir aos valores que estão sendo ali compartilhados. A intensidade dos depoimentos corrobora a autenticidade da evidência. As mães do texto não se dizem frustradas e culpadas, apenas. Elas se *mostram* discursivamente frustradas e culpadas, o que aumenta as chances de impactar sensivelmente o enunciatário, de convocá-lo a julgar o discurso verdadeiro e de, por fim, fazê-lo entrar em conjunção com os valores propostos.

Segundo Sodré e Moraes (2015), a exacerbação da dimensão estética e sensível virou uma característica do discurso jornalístico na contemporaneidade, este que deve aproximar seu espectador o mais próximo possível do fato que está sendo narrado. É preciso envolver esse espectador, colocá-lo em cena, fazer com que sinta que aquilo poderia acontecer com ele próprio. Dizem os referidos autores:

Observa-se o jornalismo moderno ambientado nesse viés de introdução do espectador para maior receptividade. Uma notícia de crime, por exemplo, antes era narrada com ênfase no criminoso. De 1970 até os dias atuais, narra-se o sofrimento da vítima, da família, através da dramatização de testemunhos (SODRÉ; MORAES, 2015, p. 290).

Em seu livro *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*, Sodré (2009) retoma a ideia desenvolvida em obras anteriores de que não se devem explicar os acontecimentos somente de modo racional. Segundo o autor, é preciso considerar a indicialidade contida em seus aspectos sensíveis:

O sensível é uma categoria importante para se entender essa operação, uma vez que o local e o singular induzem emocionalmente à identificação do leitor com o acontecimento que, comunicado de forma apenas abstrata ou conceitual, poderia não mobilizar a atenção pública (SODRÉ, 2009, p. 58).

Falar que muitas mulheres não se satisfazem com a maternidade não basta. Dizer que o discurso do senso comum sobre a maternidade é uma ilusão não é suficiente. É preciso mostrar isso, verbal e visualmente. Nas palavras de Sodré e Moraes (2015, p. 290):

O jornalista está cada vez mais inserido no “campo de batalha” de onde fala para o espectador, ou seja, o próprio material humano da informação é colocado “cenicamente”, “estrategicamente”, “sensivelmente”, tal como faz um diretor teatral no local da reportagem a intento não somente de transmitir essa realidade ao público, mas de colocá-lo como parte dessa realidade, seja ela trágica ou não. Isso ocorre através de imagens audiovisuais ou fotográficas [...].

A reportagem do *Estadão*, veiculada na internet, traz alguns *posts* das redes sociais das entrevistadas. Samara Felippo, uma dessas mães, compartilha um vídeo, já comentado por nós, em que mostra a “realidade” da maternidade para ela (uma filha chora enquanto a outra toca flauta – Figura 9). Esse *post*, tanto sua parte verbal quanto a visual, além de cumprir o papel da “evidência”, ajuda a gerar identificação com o enunciatório. Os comentários na publicação (Figura 18) provam isso: *Aqui em casa não é diferente...* (sic); *É disso q eu falo e muitas pessoas não entende* (sic); *Exatamente assim* (sic).

Figura 18 – *Print* comentários ao *post* de Samara Felippo



Fonte: Perfil do Instagram de Samara Felippo: @sfelippo (2019).

É preciso levar em consideração, ainda, que a reportagem ora contemplada foi publicada na internet, o que, por si só, já prevê um sujeito mais tônico, um ator da enunciação inclinado ao aspecto excessivo em sua composição. Segundo estudos de Barros (2015), os discursos na internet ocupam posição intermediária entre a fala e a escrita. Dessa forma, semioticamente falando, são um complexo: tanto fala quanto escrita, podendo apresentar, portanto, valorizações positivas e negativas de ambas. Proximidade, subjetividade, descontração, informalidade, incompletude, simetria, reciprocidade e cumplicidade são os efeitos de sentido temporais, espaciais e actoriais ligados à fala. Com a escrita, relacionam-se os efeitos de distanciamento, formalidade, completude, assimetria e afastamento.

Produto sincrético, a reportagem do *Estadão* apresenta, além dos depoimentos oriundos das entrevistas realizadas com algumas mães, *posts* das redes sociais dessas entrevistadas, com imagem e texto próprios. Esses *posts* permitem interação com os interlocutores (visto que é possível comentá-los) e linguagem informal, o que os aproxima da caracterização temporal da fala. Por outro lado, podem ser editados e reescritos sem mostrar traços de reelaboração próprios da fala, aproximando-os da escrita. Além disso, o texto da reportagem, por meio dos *posts*, ao permitir o “comentário” dos internautas, avizinha-se do efeito de uma conversação produzida tanto pelo falante como pelo ouvinte, mesmo que a alternância entre tais papéis não seja tão imediata como na fala propriamente dita. Nesse caso, os atributos da fala são valorizados positivamente, uma vez que “constroem discursos mais francos, sinceros, subjetivos, cúmplices, atuais, novos, verdadeiros” (BARROS, 2015, p. 17).

Analisando especificamente o *post* de Nana Queiroz, em que ela se dirige às mães que não conseguiram amamentar, chamando-as de “amigas”, percebemos um tom

extremamente informal, em uma espécie de desabafo. Ao mesmo tempo, ela finaliza o texto com uma despedida que lembra textos escritos, como cartas ou bilhetes (“Num abraço em carne viva”). Os comentários à publicação (Figura 19) não só respondem diretamente ao que Queiroz escreveu (*Que bebezinho mais lindo! já já essa dor passa e vc vai amamentar “com um pé nas costas [...]”* [sic]), mas também dão dicas sobre amamentação (*Acupuntura pode te ajudar na cicatrização, querida [...]* [sic]) e trazem relatos de outras mães com suas próprias experiências (*Infelizmente não conseguir amamentar o Kaleb. Fiz a redução da mama e cortaram o canal de saída do leite. Fiquei com os seios gigantesco que até empedraram e o bichinho chorava de fome [...]* [sic]). A cada novo comentário, o texto, como um todo, amplia-se, renova-se, é construído “a quatro mãos”, tal qual acontece na fala, ao mesmo tempo que se mantém, conserva-se, como na escrita.

Figura 19 – Print comentários ao post de Nana Queiroz



Fonte: Perfil do Instagram de Nana Queiroz: @nana.queiroz (2019).

Remetendo-se aos estudos da tensividade (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001; ZILBERBERG, 2006b), Barros (2015, p. 19) afirma que:

[...] os discursos na internet dão maior tonicidade a algumas características da fala, mais intensa do que a escrita, como no caso da interatividade, e, ao mesmo tempo, aumentam a extensão da escrita, que dura mais, que não é passageira como a fala, e estendem, assim, seu alcance comunicacional.

A comunicação na internet, portanto, tem seus sentidos exacerbados, uma vez que reúne as possibilidades de interação tanto da fala quanto da escrita, conforme observado na reportagem aqui cotejada.

CONCLUSÃO

Por meio da semiótica narrativa e discursiva, e sem deixar de considerar a conexão dos fundamentos de tal teoria com seus desdobramentos contemporâneos, analisamos os procedimentos de produção e de apreensão do sentido em textos de gêneros distintos (poema, reportagem e vídeo publicitário) e pertencentes a diferentes esferas da comunicação: a literatura, a mídia e a publicidade.

No Capítulo 1, expusemos alguns pressupostos teóricos da semiótica de linha francesa, focando o percurso gerativo de sentido e seus respectivos níveis, fundamental, narrativo e discursivo, relacionados ao domínio do conteúdo. União de um plano de conteúdo a um plano de expressão, o texto é uma unidade que avança sempre em direção à manifestação. Para Fiorin (2006c, p. 73), “o percurso gerativo de sentido deve ser entendido como um modelo hierárquico, em que se correlacionam níveis de abstração diferente do sentido”. Trata-se de um caminho que se inicia no que é considerado mais simples e profundo e vai adquirindo concretude de sentido ao longo das etapas, por meio da enunciação.

Também trouxemos, no mesmo capítulo, alguns conceitos da semiótica tensiva (ZILBERBERG, 2011), uma vez que a discussão do elemento sensível como parte da significação integrou nossas análises. Todo o projeto da semiótica tensiva concentra-se na incorporação do sensível à descrição semiótica dos discursos. Segundo Zilberberg (2011), a dimensão da intensidade, ligada à afetividade, e a dimensão da extensidade, relacionada à cognição e à razão, articulam-se na abordagem do sentido e da significação.

Finalizamos o Capítulo 1 com algumas considerações acerca do discurso do amor materno que liga as mulheres a uma relação instintiva e sacralizada com a maternidade. Em nosso sobrevoo no âmbito dos estudos das humanidades, assinalamos a importância do discurso religioso e do discurso médico na construção do discurso do instinto materno, este que dialoga a todo momento com os textos de nosso *corpus*.

Por avizinhar-se do pensamento teórico sobre a linguagem desenvolvido por Mikhail Bakhtin, nossa pesquisa incluiu no Capítulo 2 discussões que semiotizam alguns conceitos bakhtinianos, como a noção de gêneros discursivos (BAKHTIN, 1997). Gomes (2009a) reconhece, por exemplo, o jogo entre estabilidade e invariância, próprio da definição bakhtiniana de gênero, com base nos conceitos de práxis enunciativa e dos modos de presença a partir de Fontanille e Zilberberg (2001) e Fontanille (2007).

Entidades languageiras, os gêneros utilizam, com rigidez ou certa flexibilidade, aquilo que já está em uso, possibilitando o aparecimento de formatos diferenciados. O vídeo publicitário ora examinado apresenta elementos que o fazem lembrar um videoclipe de uma canção. Por outro lado, a referência ao Dia das Mães, data comemorativa com grande apelo comercial, o logotipo da empresa e seu *site* (no qual os produtos podem ser adquiridos) não descaracterizam a publicidade. A venalidade, intrínseca aos gêneros publicitários, está ali.

Também abordamos no Capítulo 2 os quatro regimes de interação propostos por Landowski (1992), programação, acidente, manipulação e ajustamento, e como eles podem se relacionar à circulação dos gêneros. De acordo com Gomes (2009a), estão inscritos no regime da programação gêneros composicionalmente mais rígidos e estáveis, cujos sujeitos da comunicação já possuem funções preestabelecidas, como nas orações e nas saudações diárias, em que não há lugar para inventividade. Da arte e da literatura, por sua vez, emergem gêneros em que o sensível tende a despontar mais fortemente, o que é próprio do regime do ajustamento e oriundo da função poética da linguagem. Há uma maior atenção ao plano de expressão no surgimento de novos significados. O inesperado limita a estabilização dos gêneros. Ao regime da manipulação vinculam-se gêneros em que um contrato fiduciário demarca a relação entre enunciador e enunciatário, como nas reportagens e nos anúncios publicitários, e nos quais se valorizam as estratégias persuasivas. Aqui, certa dose de inventividade é permitida. É possível, ainda, a copresença de dois regimes em um mesmo texto. Na reportagem que analisamos do *Estadão*, há um grande apelo sensível, especialmente em virtude dos depoimentos das mães (regime do ajustamento). Por outro lado, ainda se trata de um texto que visa levar o destinatário a um fazer cognitivo e pragmático, o que é característico do regime da manipulação. No vídeo da Natura, a exacerbação do sensível e até uma semelhança com o prazer estético de uma canção ou de um videoclipe musical inscrevem essa peça publicitária no regime do ajustamento. Seu caráter venal, entretanto, coloca-o também no regime da manipulação.

Ainda no referido capítulo, discutimos como os regimes de crença, tal qual postulados por Fontanille (2019), são importantes para a constituição dos gêneros. De acordo com o autor, as mídias globalizadas estabeleceram quatro regimes de crença (o documento e a informação; o jogo e a competição; a ficção e a narração; o ensino-iniciação e a didática), definidos pela relação de “verdade” com o mundo de experiência cotidiana, relação esta que pode ser validada ou não. No regime documental, por exemplo,

a veridicção está imbricada em um canal de referências fortemente apoiado nos testemunhos, como é o caso das matérias jornalísticas. Fontanille (2019) defende ainda uma crescente hibridização dos regimes de crença, especialmente quando falamos em mídias globalizadas contemporâneas. Mostramos que essa hibridização ocorre no vídeo publicitário da Natura, uma vez que a peça toma emprestados códigos de outros gêneros (como os de um videoclipe de uma canção), deixando mais à sombra a deontologia comercial própria da publicidade.

Iniciamos o Capítulo 3 examinando questões pertinentes à sintaxe discursiva dos textos por nós elencados. Primeiramente, dissecamos as marcas enunciativas que nos levaram a depreender a orientação argumentativa e a conotação veridictória de cada um deles. O discurso precisa parecer verdadeiro para que o enunciatário o sancione veridictoriamente e, assim, incorpore os valores éticos e estéticos que estão sendo a ele destinados pelo enunciador.

Na reportagem *on-line* do *Estadão*, identificamos a estratégia argumentativa do texto focada na importância de as mulheres compartilharem suas experiências relacionadas à maternidade (principalmente as mais desagradáveis) e na desconstrução do mito do instinto materno, base do discurso hegemônico sobre a maternidade. O texto jornalístico em questão imprime maior intensidade do afeto no papel temático do ator da enunciação. Por esse motivo, as funções argumentativas e persuasivas dominam a discursivização do enunciado. A matéria tem um propósito claro: *fazer-fazer*, ou seja, convencer o enunciatário a uma tomada de decisão. É preciso fazê-lo *crer* e fazê-lo *saber* para que ele possa *fazer*. A função argumentativa e persuasiva é bastante significativa. Em discurso direto, as mães que proclamam sofrer as dores da maternagem estão lá, com informações que ajudam em sua ancoragem e aumentam o efeito de sentido de referente, como nome, idade e perfil das redes sociais. Temos, ali, a verdade autêntica e comprovável.

Na análise dos poemas, mostramos que os moldes veridictórios alinham-se à verossimilhança, variante tipológica da veridicção (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 534), articulada ao grau mínimo da força de incidência do contexto pragmático, em comparação à reportagem e ao vídeo publicitário de nosso *corpus*. Os poemas contemplados foram construídos com o suporte da função poética da linguagem (JAKOBSON, 1991) e privilegiam a imprevisibilidade e o inacabamento. Apesar de não existirem grandes recursos manipulatórios e argumentativos nos enunciados em relação àqueles encontrados no texto jornalístico, identificamos que o *fazer-parecer-verdadeiro*

dos poemas está em conformidade com o sistema de valores que o sujeito da enunciação representa, valores esses que se mostram em convergência com os valores do discurso hegemônico relacionado à maternidade e ao papel temático feminino. Não é cobrada do enunciatário uma adesão ao gesto judicativo do enunciador, uma tomada de decisão, mas há, sim, um reforço e uma validação da força do desse discurso. Aqui, diferente dos demais textos examinados, muito mais do que o *fazer-fazer* ou o *fazer-criar*, o *fazer-sentir* é o propósito central do enunciador, que quer levar o enunciatário a experimentar as maravilhas de ser filho de uma mãe, não de uma mãe específica, de carne e osso, mas de uma mãe muito mais abstrata.

Ao debruçarmo-nos sobre o vídeo publicitário da Natura, deduzimos, pela análise, que, na contramão de muitos anúncios que apresentam um tom argumentativo bastante exacerbado (com o enaltecimento das características do produto, da empresa ou do serviço que está sendo exibido), ele possui um enunciado, sincrético, que utiliza a manifestação poética da linguagem e, por isso, aproxima-se do inacabamento estético. Enquanto nos poemas cotejados a veridicção articula-se ao grau mínimo de incidência do contexto pragmático na unidade de sentido criada por eles e por ambos como gênero e, na reportagem do *Estadão*, essa incidência se dá ao máximo, na peça publicitária podemos falar em um grau médio de dependência desse fiador. Isso porque, para compreender totalmente a mensagem, o enunciatário precisa preencher algumas lacunas éticas que dependem do conhecimento de mundo partilhado (como o contexto da pandemia do novo coronavírus que limitou o contato físico entre muitas famílias). As escolhas feitas pelo enunciador do vídeo almejam levar o enunciatário a um *fazer pragmático*, ou seja, a comprar os produtos da marca Natura por meio de um *fazer-sentir* bastante incitado. Trata-se de escolhas que estão alinhadas, assim como nos poemas, aos valores do discurso hegemônico relacionado à maternidade, segundo o qual a mulher que é mãe tem uma “força” praticamente sobrenatural. Por outro lado, diferentemente dos textos literários, a sensibilidade, no anúncio, é parceira da manipulação e conectada à intrínseca venalidade do campo publicitário. A temática social, presumida, recupera a inteligibilidade das coisas do mundo, uma vez que traz à luz o funcionamento da sociedade pandêmica do ano de 2020.

Em um segundo momento de nossa análise, priorizamos o entendimento da construção da figura actorial *mãe*, ator do enunciado em todos os textos analisados, e acreditamos ter demonstrado, e que se trata de uma grande contribuição de nosso trabalho, como o papel temático se flexiona ao gênero e, logo, ao campo e às práticas. Em

determinadas situações, como na reportagem, o papel temático da mãe molda-se às respectivas coerções da prática e do campo jornalísticos, amparados em uma veridicção que tem efeito de factualidade, e ao esquema de delegação de vozes próprio do gênero, em que o repórter dá voz a um ator social, que não foi criação dele. A “mãe” assume o turno de fala e, em discurso direto, ouvimos o que ela tem a dizer. No texto jornalístico, portanto, o papel temático da mãe é mais encarnado porque mais vivido e mais vivido porque mais particularizado. É *aquela* mãe. Por sua vez, nos poemas e no vídeo publicitário, há o papel temático de uma mãe que não fala “eu”: é a mãe de quem se fala. Nos textos poéticos, especialmente, o papel temático da mãe atinge a universalidade dos princípios de constituição do ator. A “mãe” é vista como uma entidade, e não como um ser humano carnal, com suas dores e aflições. O uso do presente gnômico, auxiliado pela função poética da linguagem, corrobora esse estatuto de “entidade” (que habita todos os tempos e todos os lugares) ao qual se ligam características como pureza, santidade, força e resiliência. À mãe do vídeo, um pouco menos abstraída que a mãe dos poemas (porquanto a própria presença dos atores “filhos” humaniza essas mães), também relacionam-se as mesmas características, em especial a “força”, atributo inato a toda mulher que se torna mãe. Diferentemente dos poemas, no entanto, cujo foco recai sobre o prazer estético e a função estética, o anúncio tem um propósito claro: conectar o enunciatário à marca para que ele se torne um cliente. O mesmo ocorre com a reportagem, que tem como objetivo convencer o enunciatário a uma tomada de decisão. No texto jornalístico, a função poética é atenuada e, conseqüentemente, o semissimbolismo também tem sua função enfraquecida.

Examinamos, ainda, os textos ora elencados pela perspectiva da semiótica tensiva. Na parte introdutória desta dissertação, esclarecemos que a hipótese de alocar o poema no alto da curva tensiva, o anúncio no meio e a reportagem na região mais baixa não seria por nós considerada, por mais que as coerções dos campos e até mesmo as coerções dos gêneros pudessem, teórica e comparativamente, direcionar-nos para essa possibilidade. No entanto, não poderíamos falar de totalidades, pois estamos trabalhando com uma amostragem pequena, apenas um exemplar (dois, no caso dos poemas) de gêneros distintos.

Desse modo, tratando-se de função da linguagem do sensível decorrente da linguagem poética, os poemas, em comparação aos demais textos analisados, são imbatíveis e estão no alto do impacto (seguidos pelo vídeo publicitário e, no ponto mais baixo, pela reportagem). No entanto, comparando-se, especificamente, a figura da mãe e

considerando os recursos de construção desse ator, concluímos que a “mãe” da reportagem provoca mais impacto sensível do que a dos demais enunciados, se levarmos em conta o impacto como maior força afetiva gerada pela experiência do “real”. É a própria mãe, na matéria, que nos conta suas aflições e dores com a vivência da maternagem. Existe uma grande possibilidade de identificação do enunciatário com esses relatos. Sentimentos como empatia e compaixão tendem a ser aflorados e são fundamentais na estratégia da enunciação: fazer com que o enunciatário incorpore os valores que estão sendo transmitidos, os quais se mostram divergentes da ideologia do discurso do senso comum sobre a maternidade, que faz do sofrimento materno algo natural e até prazeroso. Assim, do ponto de vista ideológico, enquanto os poemas e o vídeo publicitário cotejados reiteram os valores do senso comum e confirmam a previsibilidade do papel da mãe, a reportagem “grita” ao divergir desses valores e se torna ainda mais tônica ao fazer isso em um veículo como o Estadão, tido como “sério” (DISCINI, 2003a). Segundo Sodré (2006), os textos jornalísticos contemporâneos, especialmente os de grande circulação na internet, tendem a uma exacerbação sensível. De acordo com o autor (2006, p. 79), se, antes, o discurso jornalístico era o sismógrafo, hoje, ele é o próprio sismo. Nas exatas palavras de Sodré: “[...] agora, sob a égide da mídia, o sismógrafo também produz o abalo sísmico, [...] Com a mídia, o sismógrafo e o sismo são a mesma coisa”.

Esperamos que nossa pesquisa traga contribuições para a semiótica relacionadas à análise da imanência dos discursos e à complexidade das discussões que abordam o intervalo semiótico entre os diferentes gêneros e textos que os concretizam. Desejamos também que este trabalho se constitua em recurso para divulgar conhecimento científico cravado no entendimento do mundo feito discurso, texto, gêneros textuais e campo de atividades.

Por fim, acreditamos que, por serem temáticas atuais, aquecidas e extremamente caras e urgentes à sociedade, questões ligadas ao feminino possam ser foco de estudos contínuos da semiótica greimasiana. A análise da construção de novos discursos relacionados à maternidade, veiculados especificamente em perfis de redes sociais como Instagram e Twitter, vem nos despertando a atenção e faz parte de nossas perspectivas de pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMOSSY, R. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2017.
- ANDRADE, C. D. **Lição de coisas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.
- ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Tradução A. P. Carvalho. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1985. (Coleção Universidade de Bolso.)
- BADINTER, E. **Um amor conquistado**. O mito do amor materno. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução P. Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.
- BAKHTIN, M. (Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução (do francês) M. E. G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BAKHTIN, M. M.; VOLOCHINOV, V. N. Discourse in life and discourse in art – concerning sociological poetics. Tradução C. A. Faraco e C. Tezza. *In*: VOLOCHINOV, V. N. **Freudism**. New York: Academic Press, 1976. p. 93-116.
- BARROS, D. L. P. **Teoria do discurso**. Fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 1988.
- BARROS, D. L. P. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1990.
- BARROS, D. L. P. Dialogismo, polifonia e enunciação. *In*: BARROS, Diana L. P.; FIORIN, J. L. (org.). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. São Paulo: Edusp, 1999. p. 1-10.
- BARROS, D. L. P. A complexidade discursiva na internet. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 13, n. 2, p. 13-31, 2015.
- BARROS, M. L. P. A memória do acontecido e a memória-acontecimento: um estudo semiótico dos gêneros autobiográficos. **Alfa: Revista de Linguística (UNESP)**, v. 60, p. 355-383, 2016.
- BARROS, D. L. P. As *fake news* e as anomalias. *Verbum*. **Cadernos de Pós-Graduação**, v. 9, n. 2, p. 26-41, 2020.
- BARTHES, R. **O prazer do texto**. Tradução J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2002.

- BEAUVOIR, S. D. **O segundo sexo**: fatos e mitos. Tradução S. Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1980.
- BENVENISTE, E. **Problemas de linguística geral II**. Tradução E. Guimarães *et al.* Campinas: Pontes, 1989.
- BERTRAND, D. L'impersonnel de l'énonciation. **Protée**, v. 21, n. 1, p. 25-32, 1993.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão de identidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- CARDOSO, P. R.; GOMES, N.; FREITAS, E. S. L. O papel da música nos anúncios publicitários de televisão: uso estratégico e impacto no consumidor. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 18, p. 11-35, 2010.
- CHALHUB, S. **As funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 1999.
- CHAUÍ, M. Senso comum e transparência. *In*: LERNER, J. (org.). **O preconceito**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1997. p. 115-132.
- CHKLOVSKI, V. A arte como procedimento. *In*: EIKHENBAUM, B. **Teoria da literatura**: formalistas russos. 4. ed. Porto Alegre: Globo, 1978. p. 39-56.
- COQUET, J.-C. L'implicite de l'énonciation. **Langages**, n. 70, p. 9-14, 1989.
- COSTA, J. F. **Ordem médica e norma familiar**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.
- COSTA, M. R. M. Sobre o conceito de ator coletivo: a construção discursiva do manifestante de rua em postagens do Facebook da Mídia Ninja. **Estudos Semióticos [on-line]**, Dossiê temático "Discursos políticos na contemporaneidade: desafios teóricos e analíticos", São Paulo, v. 15, n. 1, p. 31-47, ago. 2019. Disponível em: www.revistas.usp.br/esse. Acesso em: 8 mar. 2022.
- DEL PRIORE, M. **Ao sul do corpo**: condição feminina, maternidades e mentalidades no Brasil Colônia. São Paulo: Editora Unesp, 2009.
- DEMURU, P. De Greimas a Eric Landowski. A experiência do sentido, o sentido da experiência: semiótica, interação e processos sócio-comunicacionais. **Galáxia**, p. 85-113, dez. 2019.
- DIA das Mães Natura – Uma homenagem a quem nos ensinou a ser fortes. **Natura**, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=E69F1Xcd-7M&list=RDE69F1Xcd-7M>. Acesso em: 24 fev. 2022. Duração: 1 minuto.
- DISCINI, N. **O estilo nos textos**. São Paulo: Contexto, 2003a.
- DISCINI, N. Questões de estilo: dialogismo e imanência discursiva. **Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**, São Paulo, v. 9, p. 425-439, 2003b.

- DISCINI, N. **Intertextualidade e conto maravilhoso**. 2. ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.
- DISCINI, N. **Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005.
- DISCINI, N. Estilística discursiva: modos de presença do sujeito. **Desenredo**, v. 3, 2007.
- DISCINI, N. Semiótica: da imanência à transcendência (questões de estilo). **Alfa: Revista de Linguística**, São Paulo, v. 53, n. 2, p. 595-617, 2009.
- DISCINI, N. Da presença sensível. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 8, n. 2, dez. 2010.
- DISCINI, N. Para o estilo de um gênero. **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, v. 7, 2012.
- DISCINI, N. **Corpo e estilo**. São Paulo: Contexto, 2015.
- DISCINI, N. Éthos e estilo. *In*: LIMA, E. S.; GEBARA, A. E. L.; GUIMARÃES, T. F. (org.). **Estilo, éthos e enunciação**. Franca: Unifran, 2016. p. 16-57.
- DISCINI, N. Entre interações de risco e tensões do afeto. **Galaxia**, n. 36, p. 85-98, set./dez. 2017.
- DISCINI, N. Gêneros discursivos em diálogo: a configuração do corpo autoral. **Linguagem & Ensino**, v. 21, 2018a.
- DISCINI, N. O estilo e o ator da enunciação: Greimas na contemporaneidade. **Estudos Semióticos (USP)**, v. 14, 2018b.
- DISCINI, N. Claude Zilberberg: a semiótica estetizada. **Estudos Semióticos**, v. 15, 2019.
- DISCINI, N. Semiótica e cultura: campos do conhecimento. **Estudos Semióticos**, v. 17, n. 2, p. 21-43, 2021.
- DUARTE, R. C. Fidelidade e mudança: a relação entre formas de vida e práxis enunciativa. **Estudos Semióticos [on-line]**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-55, out. 2020. Disponível em: www.revistas.usp.br/esse. Acesso em: 17 abr. 2022.
- FELLIPO, S. [Entrevista cedida a] L. Honorato. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- FIORIN, J. L. **Linguagem e ideologia**. São Paulo: Ática, 1988.
- FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 1989.

- FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação**. São Paulo: Ática, 1996.
- FIORIN, J. L. Polifonia textual e discursiva. *In*: BARROS, Diana L. P.; FIORIN, J. L. (org.). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. São Paulo: Edusp, 1999. p. 28-36.
- FIORIN, J. L. Modalização: da língua ao discurso. **Alfa**, São Paulo, v. 44, p. 171-192, 2000. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4204/3799>. Acesso em: 17 abril. 2022.
- FIORIN, J. L. O *pathos* do enunciatário. **Alfa**, São Paulo, v. 48, n. 2, p. 69-78, 2004.
- FIORIN, J. L. Ator, aspecto, estilo. **Estudos Linguísticos**, São Carlos, v. 1, p. 1-1, 2006a.
- FIORIN, J. L. Interdiscursividade e intertextualidade. *In*: BRAIT, B. (org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006b.
- FIORIN, J. L. Enunciação e semiótica. **Letras**, n. 33, p. 69-97, dez. 2006c. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11924>. Acesso em: 9 maio 2023.
- FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006c.
- FIORIN, J. L. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008.
- FIORIN, J. L. Para uma definição das linguagens sincréticas. *In*: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (org.). **Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. p. 15-40.
- FIORIN, J. L. A festa do discurso: discurso e contexto sócio-histórico. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 10, n. esp., p. 12-26, maio 2020a.
- FIORIN, J. L. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2020b.
- FIORIN, J. L. Duas concepções de enunciação. **Estudos Semióticos**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 122-137, 2020c. DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2020.172329. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/172329>. Acesso em: 6 maio 2023.
- FLOCH, J. M. **Petites Mithologies de l'oeil e de l'esprit**. Paris: Hadés-Benjamins, 1985.
- FLORES, V. N. *et al.* (org.). **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009.
- FONTANILLE, J. De la sémiotique de la présence à la structure tensiva. *In*: LANDOWSKI, E.; DORRA, R.; OLIVEIRA, A. C. (dir.). **Semiótica, estesis, estética**. São Paulo/Puebla: Educ/BUAP, 1998. p. 213-239.
- FONTANILLE, J. **Semiótica do discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

- FONTANILLE, J. **Pratiques sémiotiques**. Paris: Presses Universitaires de France, 2008.
- FONTANILLE, J. Quando a vida ganha forma. Tradução e notas de J. C. Portela. Revisão M. Schwartzmann. *In*: NASCIMENTO, E. M. F. S.; ABRIATA, V. R. L. (org.). **Formas de vida**: rotina e acontecimento. Ribeirão Preto: Coruja, 2014. p. 55-86.
- FONTANILLE, J. Práxis e enunciação: Greimas herdeiro de Saussure. Tradução R. M. Oliveira e R. C. Duarte. **Gragoatá**, Niterói, v. 22, n. 44, p. 986-1004, set./dez. 2017.
- FONTANILLE, J. Discursos, mídias, práticas e regimes de crença. **Revista do GEL**, v. 16, n. 3, p. 246-261, 2019. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/rg/article/view/2608>. Acesso em: 26/02/2023.
- FONTANILLE J.; COUÉGNAS, N. **Terres de sens**. Limoges: Pulim, 2018.
- FONTANILLE, J.; ZILBERBERG, C. **Tensão e significação**. Tradução I. C. Lopes, L. Tatit e W. Bevidas. São Paulo: Discurso Editorial/Humanitas, 2001.
- FOUCAULT, M. **A verdade e as formas jurídicas**. Rio de Janeiro: Nau, 1985a.
- FOUCAULT, M. **História da sexualidade 3**: o cuidado de si. Rio de Janeiro: Graal, 1985b.
- GAMA, R. N; MANCINI, R. A morte estampada nas capas de jornais: uma análise semiótica do “Massacre de Realengo”. **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 25, n. 4, p. 2257-2291, out. – nov. 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/10669>. Acesso em: 12 ago. 2022.
- GOLDENBERG, M. [Entrevista cedida a] L. Honorato. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- GOMES, R. S. Gêneros do discurso: uma abordagem semiótica. **Alfa: Revista de Linguística**, São Paulo, v. 53, n. 2, p. 575-594, 2009a.
- GOMES, R. S. O sincretismo no jornal. *In*: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (org.). **Linguagens na comunicação**: desenvolvimentos de semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009b. p. 215-245.
- GREIMAS, A. J. **Semântica estrutural**. Tradução H. Osakabe e I. Blikstein. São Paulo: Cultrix, 1973.
- GREIMAS, A. J. L’*énonciation*: une posture épistémologique. **Significação. Revista Brasileira de Semiótica**, n. 2, 1975a. p. 9-25.

GREIMAS, A. J. **Sobre o sentido**. Tradução Ana Cristina Cruz Cezar *et al.* Petrópolis: Vozes, 1975b.

GREIMAS, A. J. **Du sens II**. Paris: Seuil, 1983.

GREIMAS, A. J. A sopa ao ‘pistou’ ou a construção de um objeto de valor”. Tradução Edith Lopes Modesto. **Significação. Revista Brasileira de Semiótica**, v. 11-12, p. 7-21, 1996.

GREIMAS, A. J. **Sobre o sentido II: ensaios semióticos**. Tradução D. F. Cruz. São Paulo: Nankin; Edusp, 2014.

GREIMAS, A. J. **Da imperfeição**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Sémiotique 2: dictionnaire raisonné de la théorie du langage**. Paris: Hachette, 1986.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica**. Prefácio de J. L. Fiorin. Tradução A. D. Lima *et al.* São Paulo: Contexto, 2008.

GREIMAS, A. J.; FONTANILLE, J. **Semiótica das paixões**. Dos estados de coisas aos estados de alma. São Paulo: Ática, 1993.

GREIMAS, A. J.; FONTANILLE, J. O belo gesto. Tradução E. M. F. S. Nascimento. Revisão e notas M. Schwartzmann. *In: NASCIMENTO, E. M. F. S.; ABRIATA, V. L. R. (org.). Formas de vida: rotina e acontecimento*. Ribeirão Preto: Coruja, 2014. p. 13-33.

HEINEMANN, U. R. **Eunucos pelo Reino de Deus: mulheres, sexualidade e Igreja Católica**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1999.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

HONORATO, L. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1991.

LAMAS, M. [Entrevista cedida a] L. Honorato. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida: ensaios de sociossemiótica**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, E. **Passions sans nom**. Paris: PUF, 2004.

- LANDOWSKI, E. **Interações arriscadas**. Tradução L. H. O. Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores/Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2014a.
- LANDOWSKI, E. Sociossemiótica: uma teoria geral do sentido. **Galaxia**, n. 27, p. 10-20, jun. 2014b.
- LANDOWSKI, E. **Com Greimas**. Interações semióticas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- LEÃO, T. [Entrevista cedida a] L. Honorato. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- LIMA, E. S. Compaixão e piedade: diferentes modos de interação afetiva. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 14, n. 1, 2016. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/8372>. Acesso em: 26 out. 2021.
- LOPES, I. C.; BEIVIDAS, W. Veridicção, persuasão, argumentação: notas numa perspectiva semiótica. **Todas as Letras**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 32-41, 2007.
- MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Tradução S. Possenti. São Paulo: Criar, 2005.
- MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. Tradução Luciana Salgado. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MARIA, Maria. Compositores: Milton Nascimento e Fernando Brant. 1978. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/milton-nascimento/maria-maria.html>. Acesso em: 3 out. 2020.
- MOREIRA, R. L. C. A. **Maternidades**: os repertórios interpretativos utilizados para descrevê-las. 2009. Tese (Mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia, 2009.
- ORLANDI, E. P. Vão surgindo sentidos. In: ORLANDI, E. P. (org.). **Discurso fundador** (A formação do país e a construção da identidade nacional). Campinas: Pontes, 1993. p.11-25.
- PORTELA, J. C. Conversations avec Jacques Fontanille. **Revista Alfa**, v. 1, n. 50, p. 159-186, 2006. Disponível em: <http://www.alfa.ibilce.unesp.br/sumario.php?livro=3>. Acesso em: 2 mar. 2006.
- PROPP, V. **Morfologia do conto maravilhoso**. Tradução do russo de Jasna Paravich Sarhan. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.
- QUEIROZ, N. [Entrevista cedida a] L. Honorato. Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso. **O Estado de S. Paulo**, 2019. Disponível em

<https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso,70002823823>. Acesso em: 8 mar. 2022.

QUINTANA, M. **Poesia completa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2005.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1975.

SCAVONE, L. A maternidade e o feminismo: diálogo com as ciências sociais. **Cadernos Pagu**, São Paulo, v. 16, 2001.

SCHWENGBER, M.S.V. Distinções e articulações entre corpos femininos e corpos grávidos na *Pais e Filhos*. **História: Questões e Debates. Parto e Maternidade**, ano 24, n. 47, 2007.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, M. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, M.; MORAES, R. O drama midiático como discurso da verdade: sedução e afeto para o consumo da informação simbólica. **Crítica Cultural Critic**, Palhoça, v. 10, n. 2, p. 283-295, jul./dez. 2015.

SOUSA, K. M.; PAIXÃO, H. P. P. **Dispositivos de poder/saber em Michel Foucault: biopolítica, corpo e subjetividade**. São Paulo: Intermeios, 2015.

TATIT, L. **Passos da semiótica tensiva**. Cotia: Ateliê Editorial, 2019.

VENÂNCIO, R. P. A maternidade negada. In: DEL PRIORE, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 189-222.

ZILBERBERG, C. As condições semióticas da mestiçagem. In: CAÑIZAL, Eduardo Peñuela; CAETANO, Kati Eliana (org.). **O olhar à deriva: mídia, significação e cultura**. Tradução Ivã Carlos Lopes e Luiz Tatit. São Paulo: Annablume, 2004. p. 69-101.

ZILBERBERG, C. **Razão e poética do sentido**. Tradução I. C. Lopes, L. Tatit e W. Bevidas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006a.

ZILBERBERG, C. Síntese da gramática tensiva. Significação. **Revista Brasileira de Semiótica**, São Paulo, n. 25, p. 163-204, 2006b.

ZILBERBERG, C. Louvando o acontecimento. **Galáxia**, São Paulo, n. 13, p.12-28, jun. 2007.

ZILBERBERG, C. **Elementos de semiótica tensiva**. Tradução I. C. Lopes, L. Tatit e W. Bevidas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

ANEXOS

ANEXO A³⁹

Ser mãe pode ser um fardo e as mulheres estão falando sobre isso

Ludmila Honorato – O Estado de S. Paulo

12/05/2019, 08:03

Pressão social para a maternidade leva a sentimento de culpa, mas compartilhar experiências traz liberdade emocional

Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/comportamento/ser-mae-e-um-fardo-e-as-mulheres-estao-falando-sobre-isso/>. Acesso em: 20. maio. 2019.



Maternidade real: uma vivência de alegrias, dores físicas e emocionais e muita quebra de estereótipos. Foto: Silvia Trigo/Pexels

A maternidade é um parto. A frase é título do primeiro episódio da série *Turma do Peito* e reflete bem o conjunto da obra e a realidade de mulheres que, após se tornarem mães, lidam com as dores da maternagem e o processo de se conhecer novamente. Nas

³⁹ No momento de finalização desta dissertação (maio de 2023), o texto da reportagem, apesar de ainda estar publicado e poder ser acessado pelo mesmo *link* disponibilizado nas referências e neste anexo, não trazia mais os *posts* das atrizes e *influencers* aqui examinados.

redes sociais, muitas delas fazem desabafos, desmistificam o ‘padecer no paraíso’, compartilhando o sofrimento que nasce junto com o bebê, fomentando a discussão em torno da maternidade real.

No fim de abril, a atriz Samara Felippo, de 40 anos, disse em uma publicação no Instagram que ama as filhas, Alícia e Lara, mas não ama tanto ser mãe. A declaração repercutiu e houve quem se identificasse e quem achasse um absurdo, mas ela garante que recebeu muito mais apoio do que críticas negativas. “É muito culposo falar isso. [A mulher] Vai ser tachada como mãe ingrata, egoísta, cruel. É uma sociedade inteira apontando o dedo desde que você engravida”, disse Samara ao E+. Com o apoio de outras mulheres, mães ou não, ela percebeu que o que sentia era normal e buscou não se culpar por estar sendo uma “péssima mãe”.



A reação contrária a declarações como a de Samara faz parte de uma cultura que vê a mulher como predestinada à maternidade. Pelo mesmo motivo, condena aquelas que

decidem não serem mães. Mesmo quando o ambiente deveria ser de compreensão e acolhimento, de alguma forma, a mulher que se torna mãe é vista dentro de um modelo padrão. “A primeira coisa que questionei foi como as mães são marginalizadas pelo feminismo tradicional. Simone [de Beauvoir] dizia que a mulher era escrava da espécie porque gerava e criava [filhos] o tempo inteiro. Acho que é um argumento muito triste para o feminismo contemporâneo, porque rejeita a maternidade como uma condição de liberdade de realização em vez de ver a maternidade como um grande poder feminino”, comenta a escritora feminista Nana Queiroz, de 33 anos, autora dos livros Presos que Menstruam e o mais recente Eu, Travesti, sobre a vida de Luisa Marilac.

Mãe de Jorge, de oito meses, Nana usa suas redes sociais para compartilhar reflexões sobre a maternidade. Ela já falou sobre a perda de identidade da mulher que se torna mãe, a dificuldade da amamentação (ela perdeu um terço de um mamilo), o padrão de beleza no pós-parto e sobre a divisão de tarefas e carga mental com o marido.



Outra mulher que compartilha suas experiências da maternidade é a designer e ativista Thaiz Leão, de 29 anos, autora do livro O Exército de Uma Mulher Só. Sabe aquela história de “vou ter de desenhar para entenderem”? Pois é, ela foi lá e desenhou. Por meio do perfil @a_maesolo no Instagram, ela ilustra como é ser mãe solo e critica termos ‘encorajadores’ como “mãe guerreira”. “Isso é tipo um golpe e as pessoas aceitam

cair no golpe. É golpe você se submeter a dar tudo de si e mais um pouco para, no final, alguém falar: ‘é fazer o que tinha de ser feito’. E quando muito ganha um ‘guerreira’. Eu não quero viver minha vida para chegar no final aniquilada, sem autonomia social. A maternidade cobra uma conta hoje que faz você chegar aniquilada no final e ganhar um ‘parabéns’”, avalia Thaiz.



Marília Lamas, especialista em sociologia política e cultura, abordou o papel social atribuído à mulher e às mães em seu livro *De Menina e De Menino*. “A ideia de que toda mulher sonha com a maternidade está muito mais relacionada à cultura que valoriza o papel da mãe do que, de fato, a uma tendência natural e inata, a um instinto”, escreve. “Essa pressão social é apreendida e absorvida tão intensamente pelas mulheres que elas mesmas se tornam as maiores porta-vozes desse discurso da obrigação”, completa.

A antropóloga Mirian Goldenberg, professora na Universidade Federal do Rio de Janeiro, foi uma das autoras que serviu de base para o livro de Marília. Em entrevista ao E+, ela comentou o mito do instinto materno. “Quando você não compreende que a

cultura determina valores, acaba recorrendo a questões biológicas, da natureza. Mas esta também é uma construção da cultura. Se [maternidade] fosse instinto universal, não teria mulheres que não querem ter filhos”, diz a antropóloga.

Essa cultura e pressão estão tão enraizadas na nossa sociedade que as mulheres as reproduzem sem perceber. Samara Felippo acredita que, inconscientemente, a mãe dela mostrou que a base familiar era a coisa mais importante na vida de uma mulher. “Ela nunca foi uma mulher frágil, sempre trabalhou, mas traz com ela uma sociedade muito machista.” A atriz afirma que idealizou a maternidade e hoje diz que, quando decidiu ser mãe, aos 30 anos, não sabe se foi “por vontade própria ou pela criação que tive”.

Mirian, que estuda a cultura e as mulheres alemãs, conta que a decisão de ser mãe ou não é vista de forma muito mais natural na Alemanha do que no Brasil. “Ter filho continua sendo uma experiência obrigatória aqui se comparado com outros países. [Ser mãe] É uma escolha, mas não tão livre quanto em outras sociedades”, afirma.

As diferenças também ocorrem de uma época para outra. Em seu livro, Marília Lamas cita a filósofa francesa Elisabeth Badinter, autora do livro *O Mito do Amor Materno*, que analisou as formas de maternidade comuns no século 18. Naquele tempo, a maioria das mães entregava seus filhos, logo após o nascimento, aos cuidados de uma ama. A criança viveria longe da família biológica e só encontraria a mãe novamente anos depois. Essa prática era totalmente comum e não gerava nenhum sentimento de culpa à mulher, que não era julgada por isso.

Thaiz Leão não esperava ficar grávida aos 23 anos. Demorou até cair a ficha. Ainda no hospital, após fazer o teste que comprovava a gestação, já começou a ouvir frases do tipo: “você é muito jovem, vai estragar sua vida”. No seu círculo social, havia apoios e críticas por decidir seguir com a gravidez sozinha. “A partir do momento que o mundo descobriu que eu estava grávida, estava constantemente num lugar de ausência, de não cumprimento social, que é casar, morar junto. Desde o começo, eu estava num não lugar: nem de autonomia nem de escolha”, conta a designer.



Samara, que tinha idealizado a maternidade, diz que não sabe exatamente quando começou a questionar esse papel social, mas a separação do ex-marido foi um fator importante. “Quando me separei, percebi que aquela estrutura familiar que a sociedade impõe não era o que eu tinha esperado, não deu certo. É um sentimento de frustração muito grande e a sociedade não ensina a lidar com a frustração.”

A maternidade também quebra com o mundo da mulher que sempre existiu antes de ser mãe. “Ser mãe é uma proposta de aniquilação da mulher. Quando a mãe vem, a sociedade mata a mulher, mas como ela não morre, a gente caminha com depressão, angústia, que alimenta depressão pós-parto”, diz Samara. Nana e Thaiz relatam que, desde a gravidez, eram excluídas de forma sutil de seus círculos sociais, como se a maternidade não pudesse fazer parte do mundo. A postura é contraditória, uma vez que existe a pressão para a maternidade.

“Amo ser mãe, mas nos dois primeiros meses odiei. Acordava a cada duas horas, meu peito doía, empedrou. Foi a época mais infeliz da minha vida, eu estava exausta”, conta Nana Queiroz. “Nunca imaginei que me sentiria culpada por não estar amando amamentar, gritando de dor. Tive crise de pânico e tomei antidepressivos.”

A culpa também vem da sociedade que, além do mito do instinto materno, “vem com o mito do que é ser mãe, que ninguém sabe direito o que é, mas é um pacote pesado”, diz a antropóloga Mirian. “Quando tentam colocar essas regras, você fica perdida, porque é contraditório: ‘deixe seu filho independente, mas o proteja do perigo’. É uma sensação de fracasso e inadequação permanente, culpa por estar errando independente do que fizer.”

Nana, Thaiz e Samara compactuam com o fato de que uma rede de apoio é essencial para as mães. “Só de poder trocar com outras mulheres, no grupo de amamentação, eu pude refazer minha estabilidade emocional. Aprendi que isso é transitório, que é normal sentir medo e culpa”, diz a escritora.

Pensando nisso também, Thaiz criou o projeto A Casa Mãe, que busca financiamento virtual a fim de proporcionar um espaço em que as mães dividam experiências. “Temos de sair da perspectiva de sonho e começar a ver a realidade [das mães] sem agredir. Porque a realidade de uma mãe é a de milhares de mulheres”, diz a designer.

Samara considera que a rede de apoio é essencial também para os dias em que a mulher quer dedicar tempo para si, sem os filhos. Mais do que oferecer apoio, as mães também precisam reconhecer esse apoio. “A rede é muito importante para mães que, às vezes, se colocam em posto de mulher maravilha e não aceitam ajuda.”

“A vida é muito difícil para todo mundo, com ou sem filho”, diz Mirian. “O filho pode ser fonte de conforto e pode ser o oposto disso. O ideal é pensar que, apesar de existir idealização e pressão social para as mulheres serem mães, quando se mostra a realidade do País e de outras culturas, elas podem ter mais liberdade de escolher e lidar com os problemas”, afirma a antropóloga.

ANEXO B

Composição: **Maria, Maria**

Compositores: Milton Nascimento e Fernando Brant (1978)

Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/milton-nascimento/maria-maria.html>. Acesso em: 3 out. 2020.

Maria, Maria,
É um dom,
Uma certa magia
Uma força que nos alerta
Uma mulher que merece
Viver e amar
Como outra qualquer
Do planeta

Maria, Maria,
É o som, é a cor, é o suor
É a dose mais forte e lenta
De uma gente que ri
Quando deve chorar
E não vive, apenas aguenta

Mas é preciso ter força,
É preciso ter raça
É preciso ter gana sempre
Quem traz no corpo a marca

Maria, Maria,
Mistura a dor e a alegria
Mas é preciso ter manha,
É preciso ter graça
É preciso ter sonho sempre
Quem traz na pele essa marca
Possui a estranha mania
De ter fé na vida...