

Imagens de mulher nos conselhos de *Correio Feminino* de Clarice Lispector

Images of woman in the advice of Clarice Lispector's *Correio Feminino*

Leonardo Coelho Corrêa-Rosado*

RESUMO

O presente trabalho é um estudo das representações sociodiscursivas engendradas nos textos do gênero conselho no âmbito da obra *Correio Feminino* de Clarice Lispector. Nosso objetivo é descrever as principais representações sociodiscursivas em relação à mulher, a partir dos dados levantados para o modo de organização descritivo do gênero em estudo, através do instrumental teórico-metodológico da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (1983, 1992, 2004, 2008). Os nossos resultados demonstram que os textos representam um modelo tradicional de mulher que, inclusive, é utilizado pelo EUE como um ideal a ser seguido pela leitora dos textos.

Palavras-chave: Representações femininas. Clarice Lispector. Gênero Conselho. Teoria Semiolinguística.

Recebido em 13 de maio de 2021

Aceito em 2 de julho de 2021.

DOI: <http://doi.org/10.18364/rc.2022n62.514>

* Universidade Federal de Minas Gerais, leotimtimcorre@icloud.com

ABSTRACT

This work is a study of the socio-discursive representations engendered in the texts of the genre advice within the scope of *Correio Feminino*, by Clarice Lispector. Our objective is to describe the main socio-discursive representations with regard to women, based on the data collected for the descriptive organization of the genre under study, through the theoretical and methodological approaches of Semiolinguistics Theory proposed by Patrick Charaudeau (1983, 1992, 2004, 2008). Our results show that the texts represent a traditional female model, which is used by the EUE as an ideal to be followed by the reader of the texts.

Keywords: Female representations. Clarice Lispector. Advice genre Semiolinguistics Theory.

Introdução

A escritora brasileira Clarice Lispector, ao longo de sua vida, exerceu diversas atividades no meio jornalístico, trabalhando para jornais e revistas como colaboradora nas mais diversas funções. Como colunista, teve seção fixa em alguns jornais, e um tipo de seção muito comum em sua carreira jornalística foi a produção das famosas colunas femininas, objeto de estudo desse trabalho.

Três foram as colunas femininas que Clarice produziu para três diferentes jornais cariocas nas décadas de 1950 e 1960: “Entre Mulheres”, coluna do tabloide *Comício*, publicada entre maio e setembro de 1952; “Correio Feminino – Feira de Utilidades”, produzida entre agosto de 1959 e fevereiro de 1961, para o jornal *Correio da Manhã*; “Só para Mulheres”, publicada entre abril de 1960 e março de 1961, para o jornal *Diário da Noite*. Para cada uma dessas colunas, ou Clarice adotava um pseudônimo, como é o caso de *Comício*, cuja coluna era assinada com o nome de Tereza Quadros, e *Correio da Manhã*, na qual a coluna apresentava o nome de Helen Palmer; ou, como é o caso do *Diário da Noite*, Clarice era *ghostwriter* da manequim e atriz brasileira Ilka Soares.

Um estudo detalhado destas colunas é proposto por Nunes (2006) no seu livro *Clarice Lispector jornalista: páginas femininas e outras páginas*.

De acordo com essa pesquisadora, as colunas femininas de Clarice Lispector são exemplos muito interessantes de textos vinculados à imprensa feminina, visto que são textos direcionados ao público feminino, propondo assuntos “típicos” das mulheres.

Segundo Buitoni (1986), imprensa feminina é um conceito definitivamente sexuado, no qual o sexo de seu público faz parte de sua natureza conceitual. Ou seja, imprensa feminina é o tipo de veículo produzido, pensado e dirigido exclusivamente para mulheres. Desta forma, a natureza do público ao qual a imprensa feminina se dirige é o que constitui a sua característica mais básica. Buitoni (1986) também aponta que esta imprensa é ainda caracterizada por um conteúdo específico bem como por uma linguagem específica, que a distinguiria das demais imprensas, principalmente daquela dita imprensa geral.

Assim, a natureza do público constitui o elemento chave para compreendermos os conteúdos e a linguagem utilizada nesse tipo de imprensa, uma vez que, a ideia de público feminino está intrinsecamente vinculada às representações sociodiscursivas que fazemos das mulheres ao longo de nossa história. Nesse sentido, o desenvolvimento da imprensa feminina, no âmbito da história ocidental, se deu de forma a abranger os novos papéis femininos e também as novas necessidades implicadas pela evolução do capitalismo. Isso permite-nos compreender que a história da imprensa feminina é a história dos costumes: um reflexo significativo da vida cotidiana, da economia doméstica, das relações sociais e das relações morais (SULLEROT, E. apud. BUITONI: 1981, p. 9).

Diante desse contexto, o presente trabalho é um estudo das representações sociodiscursivas engendradas nos 45 textos identificados como sendo representantes do gênero conselho no âmbito da obra *Correio Feminino* de Clarice Lispector. Nosso objetivo é descrever as principais representações sociodiscursivas em relação à mulher, a partir dos dados levantados para o modo de organização descritivo do gênero em estudo, através do instrumental teórico-metodológico da Teoria Semiociológica de Patrick Charaudeau (1983, 1992, 1995, 2004, 2008).

Para a realização do exposto, dividiremos este trabalho em quatro seções: (i) *A descrição e o modo de organização descritivo: a proposta Semiolinguística*, que descreve os componentes do modo de organização descritivo; (ii) *O gênero conselho em Correio Feminino*, que introduz alguns aspectos relevantes sobre a configuração deste gênero dentro do corpus em questão; (iii) *A descrição e o modo de organização descritivo no gênero conselho: analisando o corpus*, demonstra os resultados encontrados em relação à organização descritiva do gênero estudado e (iv) *Imagens de mulher: a problemática da representação feminina no gênero analisado*, seção que discorre sobre a representação feminina considerando os resultados e o contexto sócio-histórico dos textos analisados.

Vale ressaltar que a obra *Correio Feminino*, publicada em 2006 pela editora Rocco, é uma coletânea de 178 textos jornalísticos escritos por Clarice Lispector para as colunas femininas mencionadas acima nas décadas de 1950 e 1960.

1. A descrição e o modo de organização descritivo: a proposta Semiolinguística

Conforme postula a Teoria Semiolinguística, o *modo de organização descritivo* é um *procedimento discursivo* que se utiliza de algumas categorias de língua para produzir determinados efeitos, resultando, ao seu fim, em uma descrição.

Esse modo de organização se baseia em uma atividade de linguagem, o *descrever*, que consiste em fazer existir os seres nomeando-os, localizando-os e qualificando-os de maneira singular, através de um olhar sobre o mundo.

O modo de organização descritivo constitui-se de três componentes, que são autônomos, porém indissociáveis um do outro: (i) *nomear*, (ii) *localizar-situar* e (iii) *qualificar*. Tais componentes são implementados no discurso por meio de procedimentos discursivos de *identificação* (nomear),

de *construção objetiva do mundo* (localizar-situar e qualificar) e de *construção subjetiva do mundo* (qualificar), que, por sua vez, se utilizam de procedimentos linguísticos (categorias da língua) para a concretização da construção descritiva.

1.1 Nomeação

Para Charaudeau (1992), nomear é dar existência a um ser por meio de uma dupla operação que consiste na *percepção* de uma diferença no *continuum* do universo e, concomitantemente, na *classificação* dessa diferença em uma semelhança. Tais operações, contudo, dependem estreitamente do sujeito que percebe, visto que o mundo não é um objeto pré-construído, que existe de maneira autônoma e exterior, mas construído por esse sujeito através de seu discurso (processo de transformação). Entretanto, tal sujeito não pode existir somente em razão de sua subjetividade, uma vez que ele faz parte de um determinado grupo social, que, de alguma maneira, sobredetermina, através de aspectos culturais, a sua visão de mundo. Logo, na sua encenação discursiva, o sujeito serve-se também do imaginário social de seu grupo para identificar, nomear, localizar e qualificar os seres.

Com relação aos procedimentos discursivos, a nomeação só é possível através dos procedimentos de identificação, que consistem em fazer existir os seres, humanos ou não, nomeando-os. A identificação serve-se de diversas categorias linguísticas, tais como a denominação, a indeterminação, a atualização, para nomear e identificar um determinado ser. Isso equivale a dizer que a identificação pode ser do tipo *genérica* (*identificação genérica*), na qual os indivíduos são nomeados por nomes comuns que os individualizam e os fazem pertencer a uma determinada classe de seres; ou do tipo *específica* (*identificação específica*), que, através de nomes próprios, identifica os seres naquilo que lhes são específico.

1.2 Localização-Situação

Localizar-situar é determinar para um ser o seu lugar no espaço e no tempo. Porém, ao mesmo tempo em que se localiza este ser no espaço e no tempo, também se atribui a ele algumas características, visto que, por efeito de retorno, a posição espaço-temporal dá a ele a sua razão de ser.

Discursivamente, a localização-situação se realiza através de procedimentos de *construção objetiva*, que, resumidamente, consistem em construir uma visão de verdade¹ sobre o mundo, que qualifica os seres por meio de traços que podem ser verificados por qualquer outro sujeito além do sujeito falante. Assim sendo, a construção objetiva do mundo depende, para a construção de sua “objetividade”, de: (i) uma organização *sistematizada* do mundo, que resulta de um ponto de vista científico sobre o mesmo; (ii) uma *observação* do mundo que é compartilhada pelos membros de uma comunidade social na forma de um *consenso* que se constitui para esses mesmos sujeitos como a *realidade em si*.

1.3 Qualificação

O componente qualificar está correlacionado ao componente nomear, entretanto, enquanto este estrutura o mundo em “constelação de seres”, aquele atribui sentido particular aos seres, especificando-os a partir de um ponto de vista tanto objetivo quanto subjetivo.

E é através deste ponto de vista subjetivo que o sujeito descritor satisfaz seu desejo de posse do mundo, uma vez que, ao qualificar um determinado ser, ele o singulariza e o especifica não somente por meio de sua racionalidade, mas também por meio de seus sentidos e sentimentos.

1 Charaudeau (1992) aponta que essa visão de verdade não pode ser entendida como verdade do mundo, visto que se trata de um *imaginário social compartilhado* que representa e constrói o mundo segundo aquilo que o grupo social acredita ser a verdade. Para ele seria mais exato falar em *verossimilhança realista* do mundo.

Porém, pelo fato deste sujeito descritor viver em coletividade, as normas da prática social exercem coerções na qualificação dos seres em seu discurso. E isso nos possibilita entender a qualificação como uma atividade discursiva em que o sujeito falante manifesta o seu imaginário individual e/ou coletivo em um jogo de conflito entre visões normativas (impostas pelas normas sociais) e visões subjetivas (condicionadas pela sua subjetividade). Desse modo, no plano discursivo, a qualificação se realiza através de procedimentos de construção objetiva e construção subjetiva do mundo.

2. O gênero conselho em *Correio Feminino*

A coletânea de textos *Correio Feminino* reúne 178 textos de gêneros variados publicados nas colunas femininas escritas, sob a forma de pseudônimo ou *ghostwriting*, por Clarice Lispector nas décadas de 1950 e 1960 para jornais cariocas. Além dos textos para as colunas femininas em questão, a coletânea traz também 3 textos publicados na revista *Mais* na década de 1950.

Para a seleção dos textos do corpus, realizamos um levantamento prévio dos gêneros situacionais/discursivos destes textos de forma a delimitar nosso escopo de análise. O enquadramento dos textos nos gêneros identificados seguiu a proposta teórico-metodológica de Patrick Charaudeau (2004) para os gêneros situacionais.

Assim, tal levantamento demonstrou alguns dados importantes. Em primeiro lugar, os 178 textos selecionados para compor a coletânea em questão estão enquadrados em 8 gêneros situacionais: *conselho*, *comentário*, *conto*, *crônica*, *dica*, *gênero híbrido*, *reflexão* e *teste*. Em segundo lugar, desses 178 textos, 45 correspondem a conselhos, sendo o gênero mais recorrente na composição da coletânea.

O quadro a seguir apresenta os gêneros encontrados no conjunto da coletânea, considerando o jornal no qual esses gêneros aparecem, bem como a quantidade encontrada. Com relação aos jornais, percebemos que os textos publicados na coluna feminina do *Correio da Manhã* são os mais recorrentes

Já com relação aos gêneros, observamos que o gênero menos recorrente é o gênero **Teste**, pois este aparece em apenas 3 (1,68%) textos, sendo 2 do *Diário da Noite* (coluna “Só para Mulheres”) e 1 do *Correio da Manhã* (coluna “Correio Feminino – Feira de Utilidades”); enquanto o mais recorrente é Conselho, pois este aparece em 45 (25,28%) textos, sendo 2 do *Comício* (coluna “Entre Mulheres”), 25 do *Correio da Manhã* e 18 do *Diário da Noite*. Tal fato, mais uma vez, demonstra a predominância de textos vinculados ao jornal *Correio da Manhã* sobre os demais.

Quadro 1 – Relação de gêneros discursivos encontrados em *Correio Feminino*

Gêneros	Jornais				
	<i>Comício</i> “Entre Mulheres”	<i>Correio da Manhã</i> “Correio Feminino”	<i>Diário da Noite</i> “Só para Mulheres”	<i>Mais</i>	Total
Conselho	2	25	18	0	45
Comentário	0	24	13	0	37
Conto	4	0	0	2	6
Crônica	3	1	0	1	4
Dica	0	15	16	0	31
Gênero Híbrido	4	17	19	0	40
Reflexão	0	7	4	0	11
Teste	0	1	2	0	3
Total	13	90	72	3	178

Para compor o corpus desse trabalho, escolhemos, então, os 45 textos do gênero conselho, tanto pelo fato de sua recorrência, quanto pelo de sua finalidade comunicativa – como veremos em análise, tal finalidade possibilita o engendramento muitas representações femininas na *mise en scène* discursiva desses textos.

Considerando os pressupostos de Charaudeau (2004) para a descrição dos gêneros discursivos², podemos dizer que, no que tange às *restrições situacionais*, o gênero conselho está vinculado ao domínio de comunicação midiática, visto que, em um primeiro instante, tal gênero fora publicado nas páginas/colunas femininas de Clarice Lispector. Tal domínio institui uma situação de comunicação de entretenimento (contrato de entretenimento), na qual o EUc³, através de seu EUe (1), desdobra-se em um EUe (2), para com isso mascarar ou a identidade do sujeito comunicante ou a do sujeito enunciador. Além disso, tal desdobramento funciona como uma estratégia discursiva de captação e de credibilidade do discurso. Ocorre também que esse EUe (1), através do EUe (2), se dirige a um TUi, formado basicamente de mulheres, com uma *finalidade*, aconselhar (ou seja, propor ao TUD uma ação futura que o beneficiará e o retirará de uma situação atual desfavorável) este último a assumir ou não assumir algum modelo de mulher estabelecido em seu discurso, em relação a diversos propósitos: i) beleza, ii) moda, iii) casamento e família, iv) problemas diários, v) educação dos filhos, entre outros. Para isso, o sujeito enunciador (1) seleciona duas visadas: i) *visada de incitação* (fazer fazer) e ii) *visada de informação* (fazer saber), podendo, quando o propósito o permite, selecionar outras visadas, tais como a *visada de instrução* (fazer saber-fazer) e a de *demonstração*.

-
- 2 A expressão *gênero situacional* é usada por Charaudeau (2004) para tratar dos gêneros do discurso. Ancorando o discurso no social em uma perspectiva psicossociológica, Charaudeau (2004) compreende os gêneros do discurso a partir da articulação entre as restrições situacionais determinadas pelo contrato comunicacional, as restrições discursivas e as restrições formais. Assim, os gêneros estão organizados em três níveis, sendo um nível condicionante na organização do outro. Como as características discursivas são determinadas pelas condições situacionais de produção nas quais são definidas as restrições que determinam a organização tanto discursiva quanto formal, os gêneros são denominados de *gêneros situacionais*.
- 3 As siglas, EUc, EUe, TUD, TUi, correspondem, no âmbito da AD Semiolinguística, aos seguintes sujeitos: sujeito comunicante (EUc), sujeito enunciador (EUe), sujeito destinatário (TUD) e sujeito interpretante (TUi).

Essas restrições situacionais condicionam as restrições formais, via *restrições discursivas*. Essas últimas, no gênero em questão, mostram que, em relação aos *modos enoncivos* (ou *modos de organização do discurso*), ele se caracteriza, predominantemente, pela utilização do argumentativo e do descritivo. Já em relação aos *modos enunciativos*, ou seja, aos *comportamentos alocutivo, elocutivo e delocutivo*, o gênero conselho faz uso dos comportamentos alocutivo e delocutivo, podendo, em alguns casos, utilizar-se do elocutivo (principalmente quando o EUE (1) assim o desejar). Os *modos de tematização* revelam que no conselho os propósitos maiores (beleza, por exemplo) são divididos em vários subtemas, segundo a finalidade do texto.

Em termos de *restrições formais*, o gênero situacional conselho se configura em termos de *mise en scène textual* por meio de um paratexto que dispõe um *título* (este com função de resumir o conteúdo do texto, estabelecendo, com isso, uma ligação catafórica com o mesmo) e um *texto* ou *corpo textual* abaixo do título. Em relação à *composição textual interna*, os textos do gênero conselho não apresentam nenhuma seção delimitada, porém pode-se encontrar momentos diferentes no texto: i) *momento introdutório* (organizado discursivamente pelo comportamento delocutivo) evidencia, de forma genérica, qual é a situação desfavorável que EUE (1) não quer que o TUD esteja; e ii) *momento de aconselhamento* (organizado discursivamente pelo comportamento alocutivo), momento em que de fato o EUE (1) aconselha o TUD sobre algum propósito. A *fraseologia* do gênero Conselho emprega algumas expressões, tais como “minhas amigas” “minhas leitoras”, “minhas caras”, “minha amiga”, aproximando locutor e interlocutor nesta situação de comunicação. Já a *construção gramatical* deste gênero mostra que o EUE (1) utiliza, predominantemente, dois tipos de construção para concretizar sua finalidade: (i) *construção com frases em modo imperativo* e (ii) *construção com frases com verbos modais*, tais como os verbos *dever* e *ter*; bem como faz uso da *pronominalização do “você”* e correspondentes.

3. A descrição e o modo de organização descritivo no gênero conselho: analisando o corpus

A organização descritiva de um texto se constrói a partir dos componentes *nomear*, *localizar-situar* e *qualificar*. Para apresentarmos os resultados obtidos para esse modo de organização, levaremos em conta esses mesmos componentes, bem como a configuração do gênero apresentada anteriormente.

3.1 Nomeação

A identificação dos seres no gênero escolhido para esse trabalho se faz em dois planos, que estão relacionados com a encenação enunciativa, bem como com a finalidade do gênero em estudo. No primeiro plano, que vamos denominar de plano *real*, visto que é plano da interação entre locutor e interlocutor, observamos que há a identificação do ser ao qual o EUE se dirige: a *mulher-leitora*. Essa mulher-leitora, em termos linguísticos, é frequentemente identificada de forma indireta, visto que sua presença no discurso se dá por meio de marcas que caracterizam o comportamento alocutivo do modo enunciativo do gênero, tais como os pronomes de tratamento “você”, juntamente com os seus correspondentes; os possessivos “seu(s)”, “sua(s)”; os pronomes pessoais oblíquos “lhe”, “a você”; os pronomes reflexivos “se”; e as desinências número-pessoais, principalmente do modo imperativo, dos verbos:

(1) Com essas qualidades, **você** será **você mesma**, adquirirá autoconfiança, e, para **sua** própria surpresa, as vitórias se tornarão muito mais fáceis.
(CONST)

Podemos encontrar, também, casos em que o EUE se utiliza de procedimentos linguísticos de *identificação genérica*, através de substantivos comuns como *leitoras* e *amiga*.

(2) Pois, minhas **amigas**, o que acontece é que elas esqueceram a sua condição de mulher. (CONS19)

A identificação dessa mulher-leitora está, na maioria dos casos, relacionada com o propósito temático do texto. Esta relação possibilita que o procedimento discursivo de identificação ocorra em função dos *status* sociais das mulheres e também da faixa etária delas. Assim, se o propósito do texto é o casamento, a mulher-leitora será identificada em seu *status* social de *esposa*; se o propósito for referente à educação dos filhos, a mulher-leitora será identificada como *mãe*; se o propósito do texto for trabalho, a mulher-leitora será identificada como *trabalhadora*; se o propósito for beleza, moda, comportamento, a mulher-leitora será identificada como *mulher-mulher*⁴; se o propósito relacionar alguns desses temas com a idade, a mulher-leitora será identificada em função de sua faixa etária⁵. Vejamos alguns exemplos:

(3) Minha amiga, a primeira qualidade para uma mulher ser Mulher é saber ser **Mãe**. Não se descuide desse dever. Não seja o monstro responsável pelas futuras falhas do seu filho, deixando-o levemente crescer longe de seus olhos e de seus carinhos.(*mulher-mãe*) (CONS 6)

(4) Cuidado, portanto, na maneira como trata seu marido, minha amiga leitora! Pense no que será perdê-lo...e faça-lhes as vontades. Quando não, use de diplomacia e delicadeza. Garanto que é o melhor meio de domá-los (*mulher-esposa*) (CONS5)

(5) Primeiramente, deve mostrar-lhe por diversos meios que tem confiança nele: ao mesmo tempo deve tomar interesse por seu trabalho,

4 Quando utilizamos a expressão *mulher-mulher* para remeter à identificação da mulher-leitora estamos utilizando-a em contraste com as outras *mulher-esposa* e *mulher-mãe*, dos outros conselhos. Essa expressão, dentro desse contexto de identificação, é somente uma forma geral de tratar a mulher-leitora identificada, pois há alguns conselhos em que ela não é categorizada em nenhum *status* social específico. Não fazemos, desta forma, nenhum tipo de julgamento que leve em conta os aspectos e as condições sociais do gênero feminino.

5 Este tipo de identificação, conforme o exemplo (9), sempre representa uma mulher mais velha, entre a faixa dos 25 e 40 anos.

ouvir suas longas dissertações sobre os acontecimentos do dia, e procurar manter sempre a casa limpa, apresentar refeições gostosas e agradáveis à vista. (*mulher-dona-de-casa e mulher-esposa*) (CONS45)

(6) Em segundo lugar, sua voz deve sair naturalmente, rica em entonações discretas, apenas, e não exageradas. (*mulher-mulher*) (CONS30)

Portanto, nesse primeiro plano da identificação (plano *real*), concluímos que a identificação da mulher-leitora pode se dar pelos seguintes *status* sociais: *mulher-mãe, mulher-trabalhadora, mulher-dona-de-casa, mulher-esposa/noiva/namorada e mulher-mulher*..

Já no segundo plano, denominado de plano *ideal*, uma vez que se trata do plano em que o EUE enuncia o modelo (ou anti-modelo) de mulher que ele deseja que o TUD adote para se afastar de uma situação desfavorável (situação essa que depende dos imaginários sociodiscursivos vigentes), a identificação dos seres ocorre de forma a encenar o modelo proposto, para, dessa forma, permitir a adesão do sujeito-destinatário a ele. Assim, enquanto no primeiro plano identifica-se o destinatário do texto, no segundo plano procura-se identificar os seres que são os modelos ideais, principalmente de mulher, em relação às circunstâncias discursivas em que as colunas “Entre Mulheres”, “Correio Feminino – Feira de Utilidades” e “Só para Mulheres” foram produzidas.

Na maioria dos casos, o ser identificado nesse plano ideal é o ser *mulher*, que, dependendo do propósito particular de cada texto, pode ser identificado tanto por um *status* social: *mulher-trabalhadora (1), mulher-mãe (1), mulher-esposa/noiva/namorada (1), mulher-mulher (1)*⁶; quanto pela faixa etária: *mulher-adulta (1)*. Como podemos notar, as identificações desta mulher-modelo, enunciadas de forma delocutiva, se assemelham, ponto por ponto, às identificações da mulher-leitora, enunciadas pelo modo alocutivo.

6 Utilizamos o símbolo “(1)” à frente dos termos para distinguir esses daqueles usados na identificação da mulher-leitora.

A identificação dessa mulher-modelo ocorre por meio dos mesmos procedimentos linguísticos dos exemplos anteriores, tais como os procedimentos de *denominação genérica* e os procedimentos de *denominação específica*⁷. Vejamos os fragmentos que se seguem:

(7) Existem muitas e muitas também são as **mulheres** que as cultivam, sem pensar que com isso estão se prejudicando. (denominação genérica com o substantivo “mulher”) (CONS16)

(8) Não vou afirmar que qualquer uma poderá ter um rostinho de **Elizabeth Taylor** ou o corpo de uma **Gina Lollobrigida**, mas um bonito sorriso, uma pele macia, uns cabelos sedosos, uns olhos brilhantes, isso todas nós podemos obter. (denominação específica) (CONS8)

Outros seres que mantêm alguma relação social com a mulher-modelo podem ser identificados na construção discursiva do gênero conselho no corpus selecionado, como o ser *marido* (ou *homem*) e o ser *filho/filha* (ou *criança*). A identificação desses seres ocorre através de procedimentos linguísticos de *denominação genérica*, e a função deles no discurso é trazer mais aspectos para a identificação e qualificação da mulher-modelo e, conseqüentemente, da mulher-leitora.

(9) As **meninas** que já são **mocinhas** precisam muito de conselhos de beleza pra se sentirem aparadas; não sabem muito bem o que são, não sabem propriamente o que querem ser. E ainda por cima, desconfiam da vontade de “mandar” dos outros. (CONS25)

(10) Sem consciência disso, ela continua o seu “show”, alheia ao constrangimento do **companheiro** e ristinho maldoso dos estranhos...Os **homens** costumam fugir apavorados deste tipo de mulher. (CONS16)

7 Procedimento que ocorre em casos bastante específicos, como podemos notar no exemplo (11). Nele, há a identificação dos seres Gina Lollobrigida e Elizabeth Taylor – famosas atrizes americanas das décadas de 1950, 1960 e 1970 – como anti-modelos para a mulher leitora. A referência a esses seres mostra, como apontou Buitoni (1981), a influência da cultura americana no Brasil.

Portanto, o ser mulher-modelo (ou anti-modelo) pode manter relações diversas com outros seres discursivos para assim concretizar a construção descritiva do EUE dentro da situação de comunicação midiática conselho nas colunas femininas de Clarice Lispector.

3.2 Localização / Situação

No gênero conselho, dentro de nosso corpus, constatamos que a localização / situação dos seres ocorre em ambientes físicos e sociais e em situações sociais, havendo uma predominância do último em relação ao primeiro, principalmente no que diz respeito à situação de casamento. Na verdade, em termos de ambientes físicos, há a localização da mulher no ambiente casa (CONS13, CONS45), no ambiente universidade (CONS10) e no ambiente social lar (CONS5, CONS14, CONS45). Tais localizações, embora de menor incidência, revelam alguns aspectos interessantes sobre a representação sociodiscursiva da mulher no contexto em estudo. Sobre esses aspectos iremos tecer maiores considerações na seção ° abaixo.

Todavia, nem todos os textos do gênero conselho necessitam localizar / situar os seres em situações ou ambientes sociais, pois a temática predominante deste gênero é a da beleza (14 textos – 31,11%), seguida da de feminilidade (8 textos – 17,78%), casamento e relacionamentos amorosos (5 textos – 11,11%) e educação dos filhos (4 textos – 8,88%). Assim, quando o propósito do texto permite determinadas localizações, observamos a ocorrência desse componente do modo descritivo do gênero. Dentre as situações sociais descritas, há a predominância das seguintes: *casamento* (10 textos – CONS5, CONS6, CONS10, CONS11, CONS13, CONS14, CONS21, CONS38, CONS40, CONS45), *trabalho feminino* – entendido aqui como o trabalho não doméstico, isto é, o trabalho realizado fora do âmbito do lar – (1 texto – CONS19) e *almoço/jantar* (1 texto – CONS24). Vejamos alguns exemplos em que o ser mulher aparece situado nessas situações sociais:

(11) Se você **trabalha fora**, comanda ou dirige equipes, trata de assuntos comerciais com homens, interessa-se, por força da profissão, pela cotação do mercado, pela contabilidade mecanizada, enfim, se você é obrigada a deixar de lado as maneiras delicadas e muito femininas, muito cuidado. O grande perigo que a ameaça é a masculinização de seus gestos, de sua palestra, de seus pensamentos.(CONS19)

(12) A mulher, pelo seu temperamento mais afetivo e predisposto ao perdão, esquece com facilidade as más palavras surgidas numa discussão. Com o homem não acontece o mesmo. Conheço alguns que tiveram seus **casamentos** arrasados por uma palavra ou uma frase impensada de sua mulher. Um desses, habitando a mesma casa que a esposa durante doze anos sem dar-lhe uma palavra, contou-me que se casara por amor, mas todo esse amor desaparecera no dia em que ela maldisse o seu casamento, e no auge de uma discussão exclamou: “Maldito o dia em que me fizeram casar com você.” “Fizeram-na casar.” E ela respondera que era uma criança, na época do casamento e que os outros adultos eram responsáveis pela tolice. (CONS5)

O exemplo (11) é um fragmento extraído do texto *Para as que trabalham fora...*(CONS19), publicado na coluna “Correio Feminino – Feira de Utilidades” em 25 de março de 1960. Nele, observamos que a mulher é identificada em seu *status* social de *trabalhadora* e situada no ambiente social de *trabalho não doméstico*. A descrição feita pelo sujeito enunciator nesse texto mostra que o trabalho feminino, embora possa ser exercido pela mulher, é uma situação própria para o homem, visto que se a mulher trabalhar fora ela é “obrigada a deixar de lado as maneiras delicadas e muito femininas”. Ou seja, o trabalho feminino é descrito como uma situação social masculina, uma situação que quando é exercida pela mulher pode lhe trazer sérios problemas (principalmente em relação à conquista de um homem).

A situação social *casamento* é descrita no exemplo (12). Essa situação é caracterizada como uma situação social na qual a mulher deve realizar suas práticas em função do homem: a mulher deve estar bonita para o marido, deve agradá-lo, não deve aborrecê-lo com um “rosário de lamúrias sobre seus problemas caseiros, brigas com as empregadas e as malcriações dos

filhos”. Assim, há, na descrição feita pelo EUE, uma série de “deves” e “não deves” exercidos pela mulher, todos eles realizados em função das vontades do homem. Até mesmo a sedução deve ser uma prática constante na vida da mulher casada, pois “a rua está fervilhando de mulheres bonitas, mais bonitas porque têm a atração do desconhecido e do proibido”.

Os procedimentos linguísticos mostram que o movimento do texto vai da *mulher para o homem*, ou seja, o texto se movimenta no sentido de abrigar as práticas que a mulher deve ou não deve fazer para o homem; o contrário, entretanto, não é contemplado. Mesmo nos casos em que o EUE afirma que é a mulher quem sempre decide (CONS43), trazendo argumentos tais como “por trás de todo grande homem, há uma grande mulher”, percebemos ainda que as práticas de submissão aos desejos do homem prevalecem, uma vez que, para conquistá-lo, a mulher deve primeiramente agradá-lo, agindo com bondade e ternura. Portanto, podemos dizer que as práticas realizadas no casamento estão sempre relacionadas à submissão da mulher ao marido, visto que o homem, nessa situação, é descrito e qualificado como o chefe do lar e, conseqüentemente, dono da casa.

Entretanto, vale ressaltar que o texto *Arranjar marido* (CONS10), publicado na coluna “Correio Feminino – Feira de Utilidade”, em 30 de outubro de 1959, não coloca o casamento como o único destino da mulher. O texto é bastante claro quanto à posição de que a mulher, para ser feliz, não precisa se casar, podendo arrumar outros meios, como a universidade, por exemplo:

(13) Nós não estamos mais no tempo em que a única finalidade de uma jovem era arranjar um marido. Não importava de que qualidade fosse. Um marido era o objetivo. Felizmente, isso passou. Hoje, frequentando Universidades, libertando-se dos falsos tabus que faziam da mulher um ser inferior e eternamente submisso, o problema casamento passou a ser encarado de forma muito mais acertada e serena. Se uma jovem não encontra o seu ideal, não casa, pronto. Nada de mal lhe advém daí. A sociedade esqueceu o antigo preconceito contra a solteironas, e a mulher

passou a ser respeitada pelo seu valor próprio, sem precisar de uma presença masculina a seu lado para se impor. (CONS10)

Contudo, o enunciador alerta as “mocinhas antiquadas que vivem esse drama ridículo do ‘caçar marido’”, que o casamento é uma situação social para a eternidade; situação que exige práticas de submissão, respeito e compreensão:

(14) Que queiram casar-se, ter seus lares e filhos, é natural. Naturalíssimo. Mas escolham seu marido como o companheiro de sua vida, o homem que hão de amar e respeitar até o fim de seus dias. Nada de precipitação. Se o homem ideal não aparece hoje, aparecerá amanhã. Um erro na escolha de seu marido pode ser a causa de todo um futuro estragado. Não apenas do seu futuro. Mas também o de seus filhos. (CONS10)

Assim, observamos que o casamento é descrito pelo sujeito enunciador do gênero conselho como uma situação de práticas sociais que localiza a mulher por trás dos desejos do homem, porém não como o objetivo de vida, ou destino sagrado, da mulher. Tal fato revela, desse modo, uma evolução em termos de representação feminina.

3.3 Qualificação

Para compreendermos melhor a análise desse componente da organização descritiva do gênero conselho, em nosso corpus, é preciso levar em conta o fato de que, no componente nomear, a mulher foi identificada a partir de dois planos: (i) plano *real* e (ii) plano *ideal*. No plano real, identificamos, em todos os 45 textos de nosso corpus, a mulher-leitora, enquanto no plano ideal, identificamos a mulher-modelo. Desse modo, a qualificação da mulher-leitora se dá no aspecto do *deve ser*; em outras palavras, a mulher-modelo encena as qualidades ideais que a mulher-leitora deve ter para ser tida como mulher no contexto sócio-histórico considerado. Assim, o ponto de vista que predomina não é o da mulher-modelo (ela é somente um modelo), mas o da

mulher-leitora: é este ser que irá realizar uma ação futura em seu próprio benefício.

Dentre as qualificações que a mulher-modelo recebe nos textos, há uma predominância dos atributos ligados aos seguintes aspectos: (i) *beleza* (17 textos – CONS2, CONS4, CONS8, CONS12, CONS13, CONS14, CONS15, CONS16, CONS17, CONS26, CONS28, CONS29, CONS31, CONS36, CONS41, CONS42, CONS44), (ii) *feminilidade*, (iii) *elegância* e (iv) *inteligência* (2 textos – CONS3, CONS13). A beleza é a qualidade predominante e corresponde aos atributos que torna a mulher bela: a pele bonita, o cabelo sedoso, o sorriso alegre, o rosto jovial, os olhos brilhantes. A beleza é também o cuidado interior em busca do otimismo e da alegria da vida (isso mostra um posicionamento muito interessante do EUE, pois, em vários textos, ele afirma que para ser bela é preciso cultivar “uma atitude otimista para com a vida”), além de ser um atributo que não tem idade, visto que, em qualquer idade a mulher pode fazer algo em prol de sua beleza; contudo, essa beleza não pode estar fora dos padrões exigidos pela idade: o penteado, o andar, o tom de voz, a maquiagem tem que corresponder à idade do sujeito. Mesmo nos casos em que a beleza não é um privilégio dado pela natureza, há soluções que podem ser recorridas: cirurgias plásticas, diferentes tipos de cosméticos que “melhoram o que a natureza deu à mulher”. Ela é também o resultado de uma vida saudável em termos de alimentação e hábitos saudáveis e está relacionada com a juventude, isto é, uma mulher bela precisa “lutar pela sua juventude”. Assim, no gênero conselho, a beleza é contemplada pelo EUE como um dos atributos que mais qualifica a mulher: *a mulher tem que ser bela*; e está, em muitos casos, relacionada à juventude: *a mulher bela é jovial*. Vejamos alguns exemplos:

(15) Há muitos conselhos para aumentar a beleza. Uns dizem respeito à pele seca, outros aos cuidados com o cabelo, mas nenhum fala, ou pelo menos poucos falam das grandes vantagens de uma atitude otimista para com a vida. **O otimismo, a alegria, o riso franco são os melhores auxiliares de beleza sem sobra de dúvida.** (CONS26)

(16) A **beleza não tem idade**. A mulher inteligente sabe disso..(CONS15)

(17) **Não existem mulheres feias**. Não é uma afirmação leviana, digo-a baseada na experiência, que adquiri sobre a arte de embelezar a mulher e atrair a atenção masculina. Com a variedade de cosméticos e artificialismo que os laboratórios atualmente criam para melhorar o que a natureza deu à mulher, só é feia quem quer. (CONS8)

Entretanto, a qualidade beleza, qualidade essa ligada ao externo (mesmo no caso dos textos que trabalham com a temática da beleza interior, como é o caso do texto *Ser feliz...para ser bonita* (CONS17), há um foco na beleza exterior: cuida-se do interior para melhorar o exterior) é considerada pelo EUE como um meio de ser atraente, isto é, como um atributo que a mulher cultiva para atrair a atenção e os olhares masculinos. A beleza, além de estar associada à juventude, é também um símbolo de sedução. O exemplo (25), extraído do texto *O dever da faceirice*, nos dá uma visão do exposto:

(18) A mulher moderna sabe que, apesar da evolução das ciências e das artes, o homem continua o mesmo, e o principal atrativo que encontra na mulher é a sua aparência física. Julgar que porque se casou com ele está dispensada de seduzi-lo é outro grave erro. O homem é volúvel. Sua busca da “mulher ideal” é apenas a forma romântica com que encobre essa volubilidade, e geralmente envelhecem sem descobrir realmente o que querem da mulher. Só sabem que a querem. Sempre bonita e renovada, se possível. (CONS13)

Nesse exemplo, percebemos que a mulher-modelo sabe que o homem necessita ser sempre conquistado. Isso implica que esta mulher sempre procura meios de seduzi-lo, de atrair-lhe a atenção e também admiração, pois é este homem que ela objetiva “agarrar”. O homem, mesmo casado, requer que *sua* mulher esteja sempre bela e renovada para, com isso, concretizar seus objetivos, sejam eles sexuais ou afetivos.

A *feminilidade*, para o nosso sujeito-enunciador, é o atributo que faz uma mulher ser feminina, correspondendo a aspectos como o *instinto materno*,

isto é, o *ser boa mãe*, a *compreensão*, a *resignação*, a *doçura*, a *sobriedade*, a *benevolência*, a *afetividade*, a *devoção* (sobretudo na educação dos filhos), a *amabilidade*, a *bondade*, a *condescendência*, a *ternura*, a *delicadeza*, a *graciosidade*, a *coqueteria* e o *ato de ser boa esposa*. O ser mãe é a qualidade que mais caracteriza a feminilidade, visto que o EUE afirma que “a primeira qualidade para uma mulher ser Mulher é saber ser Mãe”. O ser boa esposa está no mesmo plano do ser boa mãe: é também uma das qualidades que mais faz a mulher ser feminina, visto que tratar bem o marido e cuidar da casa é a fórmula pregada pelo EUE para manter o casamento e ser feliz. Já as demais, como a resignação, a compreensão, a doçura, a benevolência etc. são qualidades que reforçam as duas primeiras. Nesse sentido, a mulher para ser boa mãe e esposa tem que, por um lado, cuidar e educar seus filhos com amor, não os deixando nas mãos de estranhos e os acompanhando em suas dúvidas e conflitos, por outro lado, se adequar aos papéis sociais que lhe são impostos pelo casamento e procurar realizar seus afazeres de maneira doce e gentil. Consideremos os exemplos abaixo:

(19) Ela cultiva, especialmente, a sua capacidade de ser **compreensiva e humana. Tem coração**. Despoja-se do sentimentalismo barato e inútil, e aplica sabidamente a sua **bondade e a sua ternura**. É mulher. (CONS3)

(20) Uma verdadeira **mulher e mãe** sabe que seus deveres vão além de alimentar, enfeitar e agasalhar o seu filho. Antes de tudo, deve dar-lhe amor. Amor que é devoção, cuidado, orientação e, sobretudo participação em seus problemas e dificuldades. (CONS6)

(21) Não é tão difícil como parece, desde que tratado com carinho, um pouco de mimos raramente contrariado, todo homem é um anjo. Carinho não nos é difícil dar-lhe, se o amamos. Mimos...afinal, penso que é esse o destino das mulheres, não acham? Não contrariá-lo...aí está o problema. Nem sempre isso é fácil, e nem sempre também é possível. Contudo, devemos ter cautela, tato e inteligência, quando decididamente não podemos concordar com ele. Nunca fazê-lo como sobranceira e severidade. (CONS5)

O exemplo (26) reúne várias das qualidades da feminilidade: compreensão, amabilidade, benevolência, ternura e bondade. O exemplo (27) lida com a qualidade de ser boa mãe. Nele, os procedimentos linguísticos colocam os substantivos *mulher* e *mãe* em relação de equivalência semântica, levando-nos a entender que ser mulher é o mesmo que ser mãe, e ser mãe é o mesmo que ser mulher. Além disso, esses dois nomes aparecem qualificados pelo adjetivo verdadeiro, reforçando ainda mais a relação entre os dois nomes.

Já o exemplo (28) apresenta a qualidade de ser boa esposa associada às qualidades de doçura e resignação. Os procedimentos linguísticos desse exemplo definem a mulher em relação de oposição ao marido. Isso comprova o que dissemos no componente localizar / situar em relação ao casamento: a mulher precisa adaptar-se às exigências do marido – se deseja mantê-lo ao seu lado – para assim ser considerada uma boa esposa. Nesse sentido, para que a mulher-leitora receba a qualificação de boa esposa é preciso que ela realize certas práticas, utilizando suas qualidades femininas (compreensão, resignação, ternura, afetividade) para satisfazer as vontades do seu marido e conseqüentemente não o contrariar.

A elegância é a qualidade que diz respeito à maneira de se vestir, de falar, de andar, de se maquiar e de se comportar nas mais diversas situações sociais. Ela não está presente na maneira extravagante de se vestir, de usar jóias, de falar; mas sim na simplicidade, no equilíbrio, na sobriedade, na “graça dos gestos”, na naturalidade dos movimentos, na “voz calma, segura e com boas inflexões”. Dessa forma, a elegância está associada com a beleza e com a feminilidade, visto que, por um lado, quanto mais feminina a mulher for, isto é, quanto mais doce, mais resignada, mais sóbria ela for, mais elegante ela vai estar; por outro lado, quanto mais elegante a mulher for, mais bela e atraente ela estará. A elegância não pode estar desvinculada da idade, pois uma mulher elegante anda, fala e se veste nos modelos, cores e padrões próprios de sua idade. Nesse sentido, a elegância é, juntamente com a beleza, um atributo que reforça a sedução. O exemplo (29) descreve essa qualidade da mulher-modelo:

(22) A verdadeira arte de ser elegante não está em usar as últimas extravagâncias da moda, exagerar nos enfeites e na pintura, arriscando-se a fazer um triste papel. A mulher verdadeiramente elegante não é nem extravagante nem “sofisticada”. (CONS4)

A inteligência é a qualidade que torna a mulher mais feminina na medida em que ela a usa como um meio de se fazer mais sóbria, mais compreensiva, mais amável, mais bondosa, uma melhor mãe e esposa. Ademais, ela é a qualidade que pode tornar esta mulher mais bela, uma vez que, a mulher inteligente “sabe que, apesar da evolução das ciências e das artes, o homem continua o mesmo, e o principal atrativo que encontra na mulher é a sua aparência física”. É também a qualidade que faz a mulher escapar-se da futilidade e procurar coisas “além de seu tricô, dos seus quitutes e dos seus ‘bate-papos’ com as vizinhas”. Está associada ainda à sedução e à idade, pois uma mulher inteligente não procura esconder a sua idade “sob camadas de ‘maquillage’, modas juvenis, visitas prolongadas aos institutos de beleza ou operações plásticas”; ao contrário, ela aceita a sua realidade e dentro dela procura a beleza.

Todavia, essa inteligência não “implica que ela [a mulher] deva libertar-se (...) dos liames de moral e pudor”, visto que, por fazer parte de um grupo social, a mulher deve seguir as normas que regem esse grupo. Nesse sentido, para o EUE, a inteligência não é a qualidade que permite a mulher obter conhecimentos e progredir socialmente; na verdade, a inteligência é somente uma artimanha para reforçar as suas qualidades femininas e para torná-la mais consciente dos seus deveres como mulher, esposa e mãe:

(23) Digo-lhes que “esclarecida” é a mulher que se instrui, que procura acompanhar o ritmo da vida atual, sendo útil dentro de seu campo de ação, fazendo-se respeitar pelo seu valor próprio, que é **companheira do homem e não sua escrava, que é mãe e educadora e não boneca minada a criar outros bonequinhos mimados.** (CONS3)

Portanto, o componente qualificar do gênero conselho, no corpus em estudo, encena, através da mulher-modelo, diversos atributos e qualidades

que a mulher-leitora deve assumir. A beleza e a elegância, a feminilidade, a resignação e a doçura, o ser mãe e o ser esposa, a inteligência são as propriedades descritas pelo sujeito enunciador como qualidades de mulher. Neste sentido, não podemos nos esquecer que toda essa qualificação é condicionada pelos imaginários sociodiscursivos construídos em torno da mulher, no contexto histórico da produção das colunas femininas de Clarice Lispector. Sobre a relação entre a descrição e o contexto histórico, vamos tecer algumas considerações na seção abaixo, lembrando que é através da descrição que regatamos as imagens de mulher deste tipo de discurso.

4. Imagens de mulher: a problemática da representação feminina no gênero analisado

Os textos de imprensa feminina, através de seus conteúdos e de sua linguagem, projetam imagens, principalmente de mulher, que estão relacionadas aos imaginários sociodiscursivos. Esses imaginários, segundo Charaudeau (2006), são construídos por meio das práticas discursivas de representação e têm por função orientar as expectativas psicossociais dos agentes sociais. Nesse sentido, as imagens de mulher projetadas pelos textos da imprensa feminina são constructos discursivos, concebidos pelo consenso social, que orientam as mulheres em relação ao que elas devem ser e fazer em termos de atitudes, comportamentos, escolhas e crenças. Assim, esses textos não apresentam a realidade em si da mulher, mas ditam o que se espera que essa mulher seja em um contexto sócio-histórico considerado.

Os 45 textos de nosso corpus são exemplares de textos de imprensa feminina, visto que foram publicados em colunas femininas –“Entre Mulheres”, “Correio Feminino – Feira de Utilidades”, “Só para Mulheres” – de jornais cariocas, e estão relacionados com o contexto comumente denominado de *Anos Dourados* (1945-1964). Na interpretação da historiadora Ângela Castro Gomes (1991), a expressão *Anos Dourados*, surgida na época, refere-se ao mito de que o Brasil passava por uma fase áurea em termos de

desenvolvimento, seja ele econômico, político, social e tecnológico. Eram os tempos de JK (presidente que governou o Brasil entre 1956 e 1961, tendo como lema a expressão “avançar 50 anos em 5” (cf.: Fausto 2006: 19-256), do desenvolvimentismo, do crescimento econômico acelerado, da internacionalização da economia, do progresso científico e tecnológico. Eram os tempos da “era do rádio”, da implementação e consolidação da TV, do desenvolvimento da imprensa. A guerra havia acabado e as pessoas acreditavam que o progresso melhoraria as suas vidas e limparia as marcas da guerra.

Em função desse desenvolvimentismo, ampliam-se as possibilidades de acesso à informação, ao lazer e ao consumo, bem como diminuem as distâncias entre homens e mulheres, uma vez que a mulher assume novos papéis sociais, principalmente em relação ao consumo e ao trabalho fora de casa. Entretanto, é ainda esperado que essa mulher esteja em casa, cuidando da educação dos filhos e do marido (Bassanezi, 2008).

Em nossa análise, percebemos que os componentes do modo descritivo do gênero conselho identificam a mulher em seu *status* social de trabalhadora, situando-a na situação social de trabalho não doméstico. Entretanto, os resultados mostram que esse trabalho adquire traços masculinos, sugerindo que ele é uma realidade mais própria para os homens. Bassanezi (2008) aponta que na década de 1950, a participação da mulher no mercado de trabalho cresceu, principalmente no setor de prestação de serviços. Assim, encontramos, a partir de 1950, mulheres nos escritórios, no comércio e no serviço público. Contudo, o trabalho fora de casa era visto de forma preconceituosa pelo consenso social, sobretudo pelos homens, que se viam ameaçados em sua hegemonia. A autora frisa que:

Um dos principais argumentos dos que viam com ressalvas o trabalho feminino era o de que, trabalhando, a mulher deixaria de lado seus *afazeres domésticos* e suas atenções e cuidados para com o marido: ameaças não só à organização doméstica como também à estabilidade do matrimônio

[...]

Outro perigo alegado era o da perda da *feminilidade* e dos *privilégios do sexo feminino* – *respeito, proteção e sustentos garantidos pelos homens* –, praticamente fatal a partir do momento em que a mulher entra no mundo competitivo das ocupações antes destinadas aos homens. (grifos do autor) (BASSANEZI, 2008, p. 624)

Em nosso corpus, esse segundo argumento é mais nítido do que o primeiro. No texto *Para as que trabalham fora...*(CONS19), percebemos que o sujeito enunciativo argumenta que o trabalho fora põe em risco as “maneiras delicadas e muito femininas” da mulher, corroborando com a representação então vigente de que o trabalho masculiniza a mulher.

Também observamos, pelos resultados, que a mulher é identificada em seu *status* social de esposa e mãe. Esses dois *status* estão relacionados à situação social de casamento e com o atributo de feminilidade, levantados pelos componentes localização / situação e qualificação do modo de organização descritivo do gênero conselho. O casamento é descrito como uma situação social de práticas, no qual a mulher se submete aos desejos e vontades do homem, pois este é qualificado como o chefe do lar, além de ser a situação que proporcionará a felicidade do casal e consequentemente da mulher. Existe, assim, um mito de felicidade conjugal por trás dessa situação social, mito esse que privilegia o homem em detrimento da mulher.

A nossa análise mostra que, no casamento, a mulher está sempre posicionada atrás do homem, uma vez que o bem estar do marido é o ponto de referência para a estabilidade do lar, do casal e da família. Um marido insatisfeito abandona o lar, a esposa e os filhos e, dessa forma, toda a felicidade da mulher “vai por água abaixo”. A nenhum momento os textos analisados descrevem o que a mulher deseja do casamento; só é possível perceber que ela deve usar a doçura, a delicadeza, a compreensão e a resignação (atributos que caracterizam a feminilidade) como forma de manter a harmonia do lar e a felicidade do marido. Resumindo em uma simples fórmula, os textos do gênero conselho de *Correio Feminino* revelam que *a felicidade da mulher, no casamento, depende exclusivamente dela.*

O amor conjugal, embora discutido nos textos CONS38 e CONS40, não é, em termos de representação, um aspecto relevante para a estabilidade da união conjugal e conseqüentemente da felicidade da mulher. Ao contrário, observamos um desequilíbrio entre o afeto do casal e a dedicação exigida da mulher.

Tais representações levantadas vão, desse modo, ao encontro dos apontamentos de Bassanezi (1991; 2008) sobre felicidade conjugal. A autora afirma que:

A mulher casada deveria ter o marido e os filhos como centro de suas preocupações. De maneira não muito explícita, mas contundente, o bem-estar do marido era tomado como ponto de referência para a medida da *felicidade conjugal*, a felicidade da esposa viria como consequência de um *marido satisfeito*. [grifos da autora] (BASSANEZI, 2008, p. 627)

Além disso, para Bassanezi (2008), o casamento-modelo:

(...) definia atribuições e direitos distintos para os homens e mulheres. Tarefas domésticas como cozinhar, passar, cuidar dos filhos e limpar a casa eram consideradas deveres exclusivamente femininos. Dentro de casa, os homens deveriam ser solicitados apenas a fazer pequenos reparos. (BASSANEZI, 2008, p. 626)

Ao realizar as suas práticas no casamento, a mulher poderia receber, de acordo com a sua desenvoltura, o estigma social de *boa esposa*. Em nosso corpus, notamos que essa qualificação vem atrelada a qualidades como doçura, paciência, resignação e compreensão, que, por seu turno, definem a feminilidade. Assim, o modelo ideal encenado no âmbito discursivo do gênero conselho, em relação à boa esposa, é aquele que representa a mulher como responsável pela paz doméstica, pela harmonia conjugal e também como aquela que não discute, que não se queixa, que não exige atenção, que não aborrece o marido com “seus problemas caseiros, brigas com as empregadas e as malcriações dos filhos”. Enfim, *a boa esposa é a companheira perfeita do seu marido; dedica-se ao bem-estar dele e evita discordar de suas opiniões*.

Entretanto, o casamento não é representado como o objetivo único da vida da mulher. Isso indica que ela pode procurar outros meios para alcançar a sua felicidade, como as universidades, por exemplo. Há, assim, um duplo progresso em termos de imagem de mulher: o primeiro, em relação ao casamento, pois, até mais ou menos a década de 1930, este era tido como o propósito de vida da mulher, uma vez que era somente através do casamento que a maternidade poderia ser exercida bem como o sustento da mulher ser garantido (cf.: Bassanezi 2008: 619); o outro, em relação à instrução, pois, em décadas anteriores, a instrução da mulher, de qualquer classe social, não era incentivada, visto que, uma mulher instruída poderia deixar de exercer as suas funções naturais (maternidade e feminilidade) e questionar a ordem social vigente.

Contudo, mesmo havendo essa localização da mulher em universidades, não há uma representação da instrução (a que chamamos de inteligência no componente qualificação) como um meio de ascensão social. Ao contrário, a imagem que o EUE projeta é a de que a instrução das mulheres deve se restringir a leituras de coisas leves, variadas, que dê a mulher uma visão rápida do mundo, no campo das ciências, das artes, da política e do “disse me disse”. Isso nos leva a entender que o acesso à cultura e à informação, por parte da mulher, se dava até o ponto em que ela compreendesse melhor suas obrigações sociais, seja como esposa, como mãe, como dona de casa. Além disso, a mulher inteligente é representada como aquela que procura usar sua inteligência para aumentar a sedução, a beleza e a feminilidade.

É também dentro do casamento que a mulher adquire sua qualidade de boa mãe. A maternidade é representada como um procedimento próprio (em termos biológicos) da mulher que deve ser realizada no interior de um casamento legítimo, isto é, de um casamento realizado segundo as leis civis e religiosas. Em nosso corpus, não encontramos nenhuma descrição da maternidade fora dos laços do matrimônio. Assim, não existe no gênero conselho nenhuma representação da mulher como mãe-solteira, o que revela, por sua vez, um imaginário da época. Bassanezi (2008, p. 634) aponta que:

A mãe solteira, mesmo que fosse reconhecida por sua coragem em arcar sozinha com as responsabilidades de um erro sem ter procurado uma solução mais fácil e imediata – o aborto –, ainda que monstruosa do ponto de vista moral, sofria fortes discriminações. Sua redenção poderia vir se passasse a viver respeitavelmente e em função do filho, tentando, com isso, minimizar seu grave erro (BASSANEZI, 2008, p. 634).

A maternidade é tida como uma missão sagrada da mulher, visto que é a qualidade que faz uma mulher, Mulher. Além disso, ela está associada à educação dos filhos: uma mulher que é boa mãe não deixa seus filhos entregues aos cuidados de uma estranha; está sempre pronta a ouvi-los e aconselhá-los; não os enche com mimos excessivos; sabe a hora de dizer “sim” e de dizer “não”. Enfim, a *boa mãe ama os seus filhos e educa-os com amor*. Essa representação é bastante visível em nosso corpus. Porém, quando se fala de educação dos filhos, percebemos que ela é tida como uma responsabilidade própria da mulher, pois, como diz o nosso EUE: “se o seu filho é ‘problema’...a culpa, minha amiga, é do método de educação que você está empregando”. Há um momento, no entanto, em que o sujeito enunciador parece dividir as responsabilidades de educar os filhos entre o pai e a mãe. O EUE enuncia que “cada criança é um mundo novo, e cabe aos pais descobri-lo para conquistá-lo e fazê-lo frutificar”. Ao incluir os pais como agentes da ação de descobrir o mundo da criança e, por conseguinte, conquistá-lo, percebemos a divisão de responsabilidades entre o casal. Contudo, tal fato, em termos quantitativos é irrelevante, visto que é somente o CONS11 que a descreve como deveres do pai e da mãe. Talvez, isso revele uma ideia mais do sujeito enunciador do que do próprio contexto.

Há também em nosso corpus, a localização / situação da mulher em situações como almoço e jantar. Embora, como já apontamos, tal localização seja irrelevante, do ponto de vista quantitativo (1 exemplo), ela, do ponto de vista qualitativo, traz uma imagem interessante de mulher na medida em que nos permite associar a mulher com as chamadas situações de amenidades. Assim, em

termos de imagem, a mulher é representada como aquela que se preocupa com trivialidades e superficialidades, como o perfume próprio para uma determinada ocasião, sem ser representada como engajada em questões de melhoria das condições femininas, por exemplo. Esse tipo de fato pode ser aplicado ao corpus como um todo, visto que, todas as temáticas, bem como todos os textos, em um certo nível, representam a mulher como descrevemos acima.

As principais representações femininas de nosso trabalho, contudo, estão associadas aos atributos de beleza, elegância e feminilidade levantados pelo componente qualificação. A beleza foi apontada como a qualidade mais descrita em nosso corpus, e isso, por razões óbvias. A qualificação da mulher como bela, elegante e feminina traz, para o campo da representação social, imagens de mulher que fazem eco com o contexto sócio-histórico ao qual os textos analisados estão vinculados.

De acordo com Buitoni (1981), o Brasil dos anos de 1940, 1950 e 1960 viu expandir a influência americana em nossa sociedade e cultura, principalmente através do cinema. Era comum que as revistas, sejam elas femininas ou de interesse geral (como *O Cruzeiro*, por exemplo), publicassem matérias, fotos e informações sobre os artistas de *Hollywood*. A autora aponta que até as revistas mais tradicionais, como a *Revista da Semana*, não deixavam de publicar alguma nota sobre as estrelas do cinema. Havia, desse modo, toda uma cultura sendo transmitida e projetada pelas grandes telas do cinema, o que, por sua vez, influenciou os costumes, os comportamentos dos indivíduos, sobretudo das mulheres.

Com essa “americanização” via cinema, as artistas de *Hollywood*, tais como Gina Lollobrigida, Marilyn Monroe, Paulette Godard, Sophia Loren, entre outras, tornaram-se padrões de moda, beleza, elegância, sedução e feminilidade para as mulheres brasileiras. Tal fato acarretou mudanças nos imaginários sociodiscursivos construídos em torno da mulher, visto que essas passaram a procurar meios de se adequarem, de alguma forma, ao padrão transmitido pelas estrelas hollywoodianas. Havia, assim, uma busca por um ideal de beleza e feminilidade por parte das mulheres brasileiras.

A construção descritiva da beleza em nosso corpus toca diversos pontos como hábitos saudáveis (sobretudo em relação à alimentação), otimismo (culto da beleza interior), admiração masculina, juventude, atração, sedução do homem amado e felicidade. Nesse sentido, a imagem que se constrói é a de que a mulher bela deve procurar manter uma rotina saudável, em termos de alimentação, e uma postura otimista perante a vida, para, com isso, atrair a atenção masculina e seduzir o homem desejado. Observamos que o mito de juventude, tão forte nos dias de hoje, já se encontra presente nas imagens projetadas pelos textos das colunas femininas de Clarice Lispector, o que nos permite concluir que beleza e juventude, no contexto dos Anos Dourados, são praticamente sinônimos. Assim, outra imagem que apreendemos é a da *mulher bela e jovem que utiliza sua beleza como uma maneira de seduzir o homem*.

A elegância e a feminilidade, também descritas pelo nosso sujeito enunciativo, projetam imagens sob diversos matizes. A imagem que apreendemos para a primeira é a da mulher sóbria, delicada em seus gestos, atitudes e falas, simples e natural; para a segunda, é a da mulher paciente, resignada, compreensiva, terna, sentimental, coquete, graciosa, amável, bondosa, doce, boa mãe e boa esposa. A feminilidade é tão indispensável para a mulher descrita nos textos de nosso corpus que mesmo se ela for bonita e elegante, sem a feminilidade não se consegue a atração e admiração masculinas, como pudemos observar no texto *Para as que trabalham fora...* (CONS19).

Desse modo, a beleza, juntamente com a feminilidade e a elegância, são elementos imprescindíveis para o *sex-appeal*, ou seja, para a habilidade de atrair o interesse de outra pessoa. Nem a mulher casada está dispensada de usá-lo visto que, como aponta o sujeito enunciativo, “a rua está fervilhando de mulheres bonitas, mais bonitas porque têm a atração do desconhecido e do proibido”. Nesse sentido, a mulher, em nosso corpus, é representada como estando em concorrência com as demais; por isso, é preciso ser bela, elegante e, sobretudo, feminina. Não há uma representação de nenhum desses atributos

voltados para o erótico, o sensual, o sexual. Mesmo falando de *sex-appeal* (que denota um aspecto mais sexual), o enunciador sempre procura enaltecer a simplicidade, a elegância, os cuidados essenciais com o corpo e o espírito como fatores da beleza e feminilidade.

Esses atributos também são representados sob a óptica masculina; não há, dessa maneira, nenhuma busca da beleza e da feminilidade como um meio de auto-satisfação; sempre existe um objetivo: o homem (marido ou pretendente).

Considerações finais

Esse trabalho mostrou, em linhas bem gerais, os resultados de um projeto de pesquisa que procura apreender a representação feminina na obra *Correio Feminino*, de Clarice Lispector, a partir dos pressupostos teórico-metodológicos fornecidos pela AD Semiociolinguística.

A partir dos resultados encontrados quanto à organização descritiva do gênero conselho em *Correio Feminino*, percebemos, portanto, que a imagem de mulher encenada nos textos analisados revela diversos matizes que ecoam com os imaginários sociodiscursivos construídos pela ordem capitalista, machista e burguesa vigente nos Anos Dourados. Embora haja, em alguns momentos um horizonte de prospecção, como é o caso das imagens da mulher nas universidades, da não necessidade do casamento, da divisão de responsabilidades na educação dos filhos, o que predomina é um horizonte de retrospectiva, ou seja, o enunciador projeta imagens tradicionais da mulher. Assim, o nosso corpus revela as seguintes imagens: a *mulher bela e atraente*, que atrai com o seu *sex-appeal* o homem amado; a *mulher mãe e educadora* que cuida dos filhos e os educa com o amor; a *mulher esposa e dona de casa* que se dedica ao bem estar do marido e à harmonia do lar; a *mulher trabalhadora* que se vê sempre ameaçada pela masculinização de seus hábitos, a *mulher inteligente* que busca meios de estar sempre jovem e sedutora; e a *mulher feminina* que, mesmo estando diante dos avanços da

sociedade, não se esquece de seus deveres como mãe, esposa, dona de casa e, sobretudo, como mulher.

Assim, se partimos do pressuposto de que é *no e pelo* discurso que constituímos o mundo, tais representações podem evidenciar que a mulher, nesse tipo de discurso, é alvo de certos julgamentos e preconceitos por parte dos demais seres sociais.

Referências bibliográficas

BASSANEZI, Carla. Revistas femininas e o ideal de felicidade conjugal. De trajetórias a sentimentos. **Cadernos Pagu**, n. 1, Campinas: Unicamp, 1993.

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In. DEL PRIORE, Mary. org. **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. pp. 607-639.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.

CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours** – éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1993.

CHARAUDEAU, Patrick. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris: Hachette, 1992.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. Tradução de Renato de Melo. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (Org.). **Gêneros**: reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFGM, 2004. p. 13-41.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

FAUSTO, Boris. A experiência democrática. In. _____. **História concisa do Brasil**. São Paulo: Edusp, 2006.

GOMES, Ângela Castro (Org.). **O Brasil de JK**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, 1991.