



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA
MESTRADO EM LINGUÍSTICA

RAFAELLE DE FREITAS OLIVEIRA ARAÚJO

A CONSTRUÇÃO SEMIÓTICA DA MULHER QUE TRABALHA:
UMA ANÁLISE SÓCIO- HISTÓRICA E IMAGÉTICA DE CAPAS DA REVISTA *VEJA*

JOÃO PESSOA

2015

RAFAELLE DE FREITAS OLIVEIRA ARAÚJO

A CONSTRUÇÃO SEMIÓTICA DA MULHER QUE TRABALHA:
UMA ANÁLISE SÓCIO- HISTÓRICA E IMAGÉTICA DE CAPAS DA REVISTA VEJA

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING) da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Danielle Barbosa Lins de Almeida

JOÃO PESSOA

2015

A663c Araújo, Rafaelle de Freitas Oliveira.
A construção semiótica da mulher que trabalha: uma
análise sócio-histórica e imagética de capas da revista Veja /
Rafaelle de Freitas Oliveira Araújo.-- João Pessoa, 2015.
99f. : il.
Orientadora: Danielle Barbosa Lins de Almeida
Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHL
1. Linguística. 2. Multimodalidade. 3. Imagem.
4. Representação da mulher. 5. Mercado do de trabalho.

UFPB/BC

CDU: 801(043)

RAFAELLE DE FREITAS OLIVEIRA ARAÚJO

A CONSTRUÇÃO SEMIÓTICA DA MULHER QUE TRABALHA:
UMA ANÁLISE SÓCIO- HISTÓRICA E IMAGÉTICA DE CAPAS DA REVISTA *VEJA*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística (PROLING), da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Linguística, área de concentração *Linguística e Práticas Sociais* e linha de pesquisa *Discurso e Sociedade*.

.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Danielle Barbosa Lins de Almeida
Universidade Federal da Paraíba/PROLING
(Orientadora)

Prof. Dr. Fábio Alexandre Silva Bezerra
Universidade Federal da Paraíba/DLEM
(Examinador)

Prof. Dr. Pedro Farias Francelino (UFPB)
Universidade Federal da Paraíba/PROLING
(Examinador)

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me concedido a graça de desenvolver este trabalho.

À Lúcia, minha mãe, por ser a minha base, força e inspiração, sempre!

Ao meu pai, Ribamar, por ser meu exemplo diário de determinação e coragem.

Ao meu esposo, por ser o meu companheiro de vida.

Ao meu filho, que mesmo sem ter ideia, me deu exatamente os preciosos abraços e sorrisos de que eu precisava.

À Profª Drª Danielle Almeida, pela valiosa e carinhosa orientação durante toda a pesquisa.

Ao Prof. Dr. Fábio Bezerra e a Profª Drª Medianeira Souza, pelas importantes contribuições no período da qualificação.

A todos os meus familiares e amigos, pelo incentivo e torcida ao longo de todo o caminho

A Deus, que guia todos os meus passos.
Aos meus pais que, até aqui, foram os meus maiores incentivadores.
Ao meu esposo, por compreender as minhas ausências.
Ao meu filho, por ser simplesmente o melhor presente que a vida me deu.

RESUMO

De acordo com Perrot (2012) as mulheres de todos os tempos sempre trabalharam, só que, antigamente, esses afazeres eram realizados no campo da domesticidade, e acabavam sendo invisíveis aos olhos da sociedade. Hoje, no entanto, “as mulheres estão numa fase profissional sem igual na história brasileira, e o impacto disso ainda vai merecer muito estudo” (Veja, 2000, p.131). A fim de contribuir para a compreensão desse fato social que investigamos sistematicamente como a mulher que se insere no mercado de trabalho tem sido representada nas capas da revista *Veja* até o ano de 2012 e quais são os discursos subjacentes veiculados pelas imagens. Para tanto, analisamos um *corpus* de seis capas que foram selecionadas porque apresentavam verbalmente e visualmente referência à mulher e ao mercado de trabalho. A partir deste *corpus* procuramos apontar mudanças históricas no modo de representação da mulher que trabalha, assim como descrever como foi imagetivamente materializada a representação da mulher, observando como foram mobilizados os recursos semióticos a fim de produzirem [potenciais] significados. O presente trabalho, que parte da semiótica social, filia-se a uma de suas ramificações que permite o estudo sistêmico das imagens através da Gramática do *Design* Visual de Kress e van Leeuwen (2006). Por se tratar de uma pesquisa interdisciplinar, utilizamos também pesquisas de cunho histórico (PERROT, 2012; PINSKY e PEDRO, 2013) e dados econômicos sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho, também trazemos discussões sobre o papel da mídia na sociedade (CHARAUDEAU, 2013), e nos baseamos também em pesquisas importantes do campo da multimodalidade e de gênero (ALMEIDA, 2006; BEZERRA, 2012). Os resultados das análises sistêmicas das capas mostraram que há um fluxo contínuo e recursivo de mudanças discursivas, que em determinados momentos produzem representações empoderadas das mulheres que trabalham fora, porém, em outros, essas representações são construídas de modo a reforçar concepções conservadoras que insistem em lembrá-las os antigos papéis sociais que eram reservados exclusivamente para elas.

PALAVRAS- CHAVE: Multimodalidade, imagens, representação da mulher, mercado de trabalho.

ABSTRACT

According to Perrot (2012) women of all time have always worked, but in the past, these tasks were performed in the domestic sphere and ended up being invisible to the eyes of society. Today, however, women are in a unique professional stage in Brazilian history, and the impact of this is worth studying (Veja, 2000). Considering that, this research aims to contribute to the understanding of this social fact, investigating systematically how working women have been represented on *Veja* magazine covers until 2012 and the underlying discourse conveyed by the images. We analyzed a *corpus* of six covers that were selected because they had verbal and visual reference to women and the labor market. In this *corpus*, we investigated historical changes of women representation and also analyzed how women's representation were imagetically materialized by observing how the semiotic resources were mobilized in order to produce [potential] meanings. The theoretical framework used is social semiotics, more specifically the Grammar of Visual Design (KRESS and VAN LEEUWEN, 2006), that allows for a systemic investigation of images. As this is an interdisciplinary research, we also use historical studies (PERROT, 2012; PINSKY, PEDRO, 2013) and economic data about the inclusion of women in the labor market. We discussed the role of the media in society (CHARAUDEAU, 2013) and used important research in the field of multimodality and gender (ALMEIDA, 2006; BEZERRA, 2012). The results of the systemic analysis of the selected covers showed that there is a continuous and recursive flow of discursive changes, which at certain times produce empowered representations of women who work, but, in others, these representations are constructed to reinforce conservative views that insist on reminding women of the old social roles that were reserved exclusively for them.

KEY-WORDS: Multimodality, images, representation of women, labor market.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Resumo geral da pesquisa.....	18
Quadro 2: Resumo da análise da capa 1.....	61
Quadro 3: Resumo da análise da capa 3	67
Quadro 4: Resumo da análise da capa 4	70
Quadro 5: Resumo da análise da capa 6	74
Quadro 6: Resumo da análise da capa 2.....	78
Quadro 7: Resumo da análise da capa 5	84

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Capa da <i>Veja</i> , edição 1789, de 12/12/2003	15
Figura 2 – Capa da <i>Veja</i> , edição 1185, de 05/06/1991.....	15
Figura 3 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1535, de 25/02/1998.....	15
Figura 4 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1674, de 08/11/2000	16
Figura 5- Capa da <i>Veja</i> , edição 1789, de 12/02/2003.....	16
Figura 6 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2267, de 02/05/2012	16
Figura 7 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2323, de 29/05/2013	34
Figura 8 - Capa da <i>Veja</i> , edição 143, de 02/06/1970.	40
Figura 9 - Capa da <i>Veja</i> , edição 130, de 03/03/1970	40
Figura 10 - Capa da <i>Veja</i> , edição 401, de 12/05/1976.....	42
Figura 11 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2109, de 22/08/2009	42
Figura 12 - Capa da <i>Veja</i> , edição 629, de 24/09/1980	43
Figura 13 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1358, de 21/09/1994.....	43
Figura 14 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1152, de 17/10/1990	44
Figura 15 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2373, de 14/05/2014	45
Figura 16 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1205, de 23/10/1991	45
Figura 17 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1114, de 23/10/1991	47
Figura 18 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1837, de 21/01/2004	48
Figura 19 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1888, de 19/01/2005	48
Figura 20 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2100, de 18/02/2009	49
Figura 21 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1521, de 24/12/1997	49
Figura 22 - Capa da <i>Veja</i> , edição 505, de 10/05/1978	50
Figura 23 - Capa da <i>Veja</i> , edição 567 de 18/07/1979	50
Figura 24 - Capa da <i>Veja</i> , edição 73, de 28/01/1970	51
Figura 25 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2262, de 28/03/2012	51
Figura 26 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2366, de 26/03/2014	51
Figura 27 - Capa da <i>Veja</i> , edição, 2198 de 05/01/2011	51
Figura 28 - Capa 3 <i>Veja</i> edição 1535, de 25/02/1998	53
Figura 29 - Capa da <i>Veja</i> , edição 03, de 05/02/1969	53
Figura 30 - Capa da <i>Veja</i> , edição 698, de 20/01/1982	53
Figura 31 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1699, de 09/05/2001.....	53
Figura 32 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2100, de 18/02/2000.....	53

Figura 33 – Capa da <i>Veja</i> edição 2323, de 29/05/2013.....	53
Figura 34 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1513, de 17/09/1997.....	55
Figura 35 - Capa da <i>Veja</i> , edição 1527, de 26/11/1997	55
Figura 36 - Capa da <i>Veja</i> , edição 658, de 15/04/2014	56
Figura 37 - Capa da <i>Veja</i> , edição 37, de 08/09/1999	56
Figura 38 - Capa da <i>Veja</i> , edição 2121, de 15/07/2009	56
Figura 39 - Capa 1, edição 475, de 12/10/1977.....	58
Figura 40 - Capa 3, edição 1535, de 25/02/1998.....	63
Figura 41 – Representação de uma cena de duelo	65
Figura 42 - Capa 4, edição 1674, de 08/11/2000	67
Figura 43 - Capa 6, edição 2267, de 02/05/2012	71
Figura 44 - Capa 2, edição 1185, de 05/06/1991.....	76
Figura 45 - Capa 5, edição 1789, de 12/02/2003.....	79
Figura 46 - Capa 1, edição 475, de 12/10/1977.....	85
Figura 47- Capa 2, edição 1185, de 05/06/1991.....	85
Figura 48 - Capa 3, edição 1535, de 25/02/1998.....	85
Figura 49 - Capa 4, edição 1674, de 08/11/2000	85
Figura 50 - Capa 5, edição 1789, de 12/02/2003.....	85
Figura 51 - Capa 6, edição 2267, de 02/05/2012	85

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Metodologia.....	14
1.2 Como está organizada a pesquisa	18
 CAPÍTULO 2 – A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO.....	 19
2.1 As mulheres e o trabalho: uma revolução cultural em andamento	20
2.2 A inserção da mulher no mercado de trabalho: dados cronológicos	22
2.3 Os afazeres domésticos, o casamento e os filhos	25
 CAPÍTULO 3 – O LUGAR DE ONDE FALAMOS	 28
3.1 A linguagem como instrumento de poder e as teorias críticas	28
3.2 Os gêneros: artefatos multimodais	30
3.3 Caracterizando o gênero capa de revista como um artefato cultural	32
3.4 Algumas palavras sobre a mídia e sobre a revista <i>Veja</i>	35
 CAPÍTULO 4 – A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL: APORTE TEÓRICO	 38
.....	
4.1 A metafunção representacional.....	39
4.1.1 Representações narrativas.....	40
4.1.2 Representações conceituais.....	46
4.2 A metafunção interativa.....	49
4.3 A metafunção composicional	54
 CAPÍTULO 5 – A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: UMA ANÁLISE MULTIMODAL DE CAPAS DA REVISTA	 58
.....	
5.1 A construção semiótica da mulher no trabalho	58
5.1.1 A mulher no trabalho (análise da capa 1)	59
5.1.2 Os homens que se cuidem: a construção semiótica da mulher que avança no mercado de trabalho (análise da capa 3).....	62
5.1.3 Elas venceram... mas elas quem? (análise da capa 4).....	67
5.1.4 As lições das chefonas (análise da capa 6)	70
5.2 A mulher e a maternidade: a construção semiótica da mãe que trabalha fora	74
..	
5.2.1 Menos filhos, mães no trabalho (análise da capa 2)	75
5.2.2 Filhos e carreira (análise da capa 5).....	79
 CAPÍTULO 6 – CONCLUSÕES	 85
6.1 Resultados	87
6.2 Sugestões de pesquisas	90
6.3 Considerações finais	91
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	 93

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

As fábricas de material bélico oferecem outras possibilidades. O trabalho em domicílio perde terreno. E não vai mais se recuperar.

Michelle Perrot

De uma maneira geral, pode-se dizer que as mulheres de todos os tempos sempre trabalharam. Antes, no entanto, esse afazer era realizado apenas na esfera doméstica por mulheres mais pobres, ou seja, não era especializado e nem remunerado. Por muitos anos, esta situação assim permaneceu e, aos olhos da humanidade, o trabalho feminino era invisível, porém de tal ordem importante que sem ele a sociedade não teria se desenvolvido (PERROT, 2012).

A despeito de toda esta importância dos afazeres domésticos da mulher para o progresso da sociedade, Perrot (2012) considera que é somente quando ela insere-se no mercado de trabalho que o seu ato de laborar fica em evidência. Segundo Matos e Borelli (2012), é a partir de 1960 que no Brasil a presença feminina no mercado de trabalho passa a crescer de maneira sistemática e progressiva, podendo ser consideradas como causas detonadoras desse fenômeno social: o arrocho salarial dos homens, as mudanças comportamentais trazidas pelo movimento feminista¹, a possibilidade de controle de natalidade, entre outras.

Como se pode perceber através dos relatos históricos mencionados, tudo indica que a entrada das mulheres no mercado de trabalho foi fato social irreversível. Degrau por degrau, elas vêm conquistando cargos hierarquicamente prestigiados, como temos o exemplo de Dilma Rosseuf, que em 2010 tornou-se a primeira mulher a ocupar o cargo de Presidente da República Federativa do Brasil, fazendo parecer um passado remoto a proibição que existia até 1922 de a mulher exercer qualquer outra profissão que não fosse a de professora, agente

¹ O movimento feminista provocou uma profunda transformação cultural no Ocidente. Se antes era tido quase como um fato a supremacia do homem sobre a mulher, após a integração delas no mercado de trabalho isto passou a ser questionado. (ARRUDA e PILLET, 2002, p. 419).

dos correios e telégrafos, enfermeira e empregada doméstica. (REVISTA *VEJA*, edição 475, 1977).

Diante deste panorama, esta pesquisa propõe-se a apresentar como as mulheres têm sido representadas nas capas da revista *Veja* desde o momento em que o seu trabalho fora do lar começou a ficar em evidência na década de 1960 até os dias atuais. Escolhemos esta fonte para os nossos dados porque acreditamos que, sendo essa revista de maior circulação e quase contemporânea à entrada da mulher no mercado de trabalho no Brasil, constitui-se como uma importante fonte de registro histórico e de formação de opinião em relação a este fato.

O presente trabalho filia-se ao campo da semiótica social, incluindo-se dentre as atividades a serem executadas, com base nos ensinamentos de van Leeuwen (2005): (1) a coleta de documentos e de arquivos históricos dos artefatos semióticos selecionados para catalogação sistemática e a (2) a investigação analítica dos documentos utilizados em um período histórico, cultural e institucional.

Cabe ressaltar que, sendo as imagens uma interpretação da realidade e não uma representação imparcial do mundo ou das relações sociointeracionais que nele existem, interessa-nos investigar como os recursos semióticos foram mobilizados neste contexto social concreto da inserção da mulher no mercado de trabalho a fim de imagetivamente representar essa classe e estabelecer a relação dela com a sociedade.

Para tanto, realizaremos uma leitura crítica de capas da *Veja*, levando em consideração os princípios da multimodalidade, pois partimos do pressuposto de que as construções imagéticas integram naturalmente o universo multimodal, mesmo quando as concebemos como símbolos autônomos (ALMEIDA, 2011). Sendo assim, buscaremos compreender como o texto coordena os recursos dos diferentes modos semióticos a fim de veicular um todo coerente.

Partimos para a pesquisa com a hipótese de que as capas da revista *Veja* apresentadas ao longo das décadas estão imbuídas de significados e de concepções sobre o papel que a mulher ocupa no mercado de trabalho em cada momento sócio- histórico e que ditam globalmente como devemos entender e agir diante desse novo paradigma social. Prevemos também que essa representação é repleta de relações de poder e constituições de identidades, oferecendo à mulher, à medida que alcança cargos prestigiados hierarquicamente, papéis mais salientes, que sugerem, por meio da codificação visual dos discursos, um empoderamento feminino.

São pesquisas relevantes nas temáticas que abordamos: os estudos de Almeida (2006)

sobre as representações da figura feminina em anúncios de brinquedos; a pesquisa de Pimenta (2013), que se refere a uma análise multimodal da construção semiótica da masculinidade em textos midiáticos; Bezerra (2012), pela análise das representações femininas como atores sociais no texto fílmico, Fernandes (2011), que analisa o discurso do medo na trajetória política de Lula nas capas e nas matérias da revista *Veja*, e Perrot (2012), que é uma das nossas bases históricas para recontar um pouco sobre a entrada da mulher no mercado de trabalho.

Gostaríamos de destacar também e nos deter um pouco mais na pesquisa de Tavares (2012) que, na linha da Análise do Discurso Francesa, investiga os jogos discursivos sobre a mulher, o trabalho e a família. Nesta tese de doutorado, a autora tem como objetivo geral interpretar, no discurso midiático, os movimentos de memória na relação da mulher com o mercado de trabalho e a família. Seis artigos de fontes diversas foram escolhidos de acordo com as categorias de análise foucaultianas e foram analisados à luz dos postulados da Análise do Discurso de tradição francesa.

No final da pesquisa, Tavares (2012) concluiu que a inscrição da mulher no discurso midiático aponta (1) para as relações de poder que sempre permearam as diferenças entre os gêneros, (2) para a visibilidade da invisibilidade feminina que durou séculos, (3) para o surgimento de discurso sobre uma nova mulher que só foi possível após muita luta e resistência e (4) para a necessidade de se analisar os discursos da mídia que se apresentam como “verdades”.

O nosso trabalho contribui para as pesquisas que possuem uma temática semelhante a nossa porque se propõe a investigar sistematicamente no campo visual como a mulher que se insere no mercado de trabalho tem sido representada nas capas da revista *Veja* e quais são os discursos subjacentes veiculados pelas imagens. A partir desta investigação, pensamos ser possível apontar para o registro histórico feito pelas capas da revista, e, principalmente, acreditamos que há muito a ser revelado sobre como a mídia quer que a sociedade compreenda este fenômeno social ao adentrarmos na codificação visual de suas capas.

Têm-se, para tanto, algumas indagações que norteiam este trabalho sobre a representação da mulher que se insere no mercado de trabalho, quais sejam: 1) pode-se identificar um padrão visual dessas representações nas capas selecionadas? Se não, quais as diferenças que podem ser apontadas? 2) Quais são os valores sociais transmitidos por essas representações? 3) Como é construída imagetivamente a interação entre a mulher inserida no mercado de trabalho e o leitor? 4) Como os elementos multimodais concorrem para a

construção imagética dessas representações e para a construção dos significados potenciais?

Diante destas perguntas, podemos afirmar que temos como objetivo geral investigar a construção semiótica da mulher inserida no mercado do trabalho, registrada nas capas da revista *Veja*, e analisar a mudança dessa representação e dos discursos subjacentes.

São objetivos específicos que buscamos alcançar: 1) produzir um inventário das capas da Revista *Veja* que traçam um perfil da mulher que ingressa no mercado de trabalho; 2) apontar mudanças históricas no modo de representação dessa classe trabalhadora; 3) descrever como foi imageticamente materializada a representação da mulher, observando como foram mobilizados os recursos semióticos a fim de se produzirem [potenciais] significados, posicionando os leitores ideologicamente.

Acreditamos que a nossa pesquisa contribui para a academia por ser interdisciplinar (englobando as áreas da linguística, da história, da economia e da antropologia) e multimodal, demonstrando que, dentro do campo da semiótica social, a contextualização histórica e a linguagem verbal são peças também essenciais ao analisarmos sistemicamente as imagens.

1.1 Metodologia

Segundo Gil (2002), pesquisar é crer que entendendo o funcionamento do mundo ao nosso redor, a realidade pode ser melhor. Para este autor, pesquisa-se quando um objeto de análise é investigado cientificamente, por meio de procedimentos racionais e sistemáticos, visando obter respostas para as indagações formuladas.

Baseando-se nos objetivos que apresentamos na seção anterior, esta dissertação tem caráter explicativo, pois, segundo Gil (2002), este tipo de pesquisa é complexo e tem como meta primordial diagnosticar os fatores que determinam ou colaboram para a ocorrência do fenômeno estudado, procurando encontrar as razões para a realidade ser como se apresenta.

Em relação ao tipo de delineamento, ou seja, em relação ao tipo de coleta de dados, faremos uma pesquisa de natureza documental, pois trabalharemos com capas de revista que, por já terem sido amplamente difundidas em nossa sociedade, tornaram-se artefatos históricos passíveis de análise. Cabe ressaltar que o desenvolvimento de uma pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. A diferença apresenta-se apenas na constituição das fontes, que nesta é formada por material impresso localizado nas bibliotecas ou em acervos online e, na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas e dispersas (GIL, 2002).

Sobre o método que utilizaremos, é possível afirmar que no campo teórico da multimodalidade há uma série de maneiras distintas de se realizar uma análise. Van Leeuwen e Jewitt (2001), por exemplo, apresentam no livro *The handbook of visual analysis* uma série de caminhos para que investigações semióticas sejam realizadas: antropologia visual, estudos culturais, análise de conteúdo, semiótica e iconicidade, entre outras. O presente trabalho adotará o método sociossemiótico visual, fazendo descrições das imagens a partir das metafunções da Gramática do *Design Visual*, embasando sempre a análise no contexto histórico e social, pois, sendo as imagens produtos culturais, é imperativa a consideração dos elementos dos níveis microtextuais e macrotextuais.

A seleção do *corpus* analisado através deste método sociossemiótico visual foi realizada observando-se as capas da revista *Veja* disponíveis no acervo digital da editora que pode ser acessado através do link: [http:// veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx](http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx). Navegando capa por capa, percorremos todo o trajeto desde a edição inaugural da revista até a última edição de 2012.

Ao seguirmos essa trilha pela primeira vez, fomos organizando um inventário com todas as capas que apresentavam participantes femininas representadas. Assim, conseguimos coletar quase trezentas capas dos mais diversos temas e com estruturas composicionais bem diferenciadas, o que nos parece ser uma fonte representativa para pesquisas que busquem apontar padrões na utilização de recursos semióticos que veiculam determinados discursos em contextos sociais concretos.

O próximo passo foi refinarmos a seleção dos dados, visando alcançar os objetivos da pesquisa. Para tanto, estudamos o inventário que tínhamos a partir de um critério: apresentar verbal e visualmente referência à mulher e ao mercado de trabalho. Quando finalizamos esta etapa, tínhamos seis capas, que apresentaremos a seguir agrupadas em grupos de três.

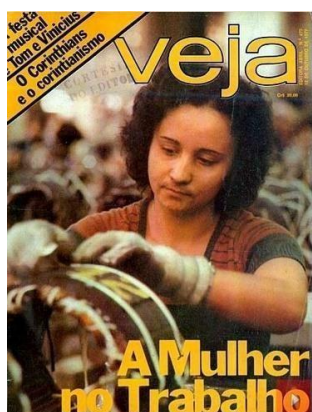


Figura 1- Capa 1



Figura 2- Capa 2



Figura 3- Capa 3

A primeira capa selecionada, figura 1, ilustra a edição nº 475 de 12 de outubro de 1977 e traz o título “A mulher no mercado de trabalho”. A segunda capa contemplada, figura 2, foi a da edição nº 1185 de 05 de junho de 1991, traz em sua chamada “Menos filhos, mães no trabalho”. Na terceira capa, edição 1535, publicada em 25 de fevereiro de 1998, podemos ler “Os homens que se cuidem, as mulheres estão avançando sobre os melhores cargos”. Agora vejamos as outras três capas:



Figura 4- Capa 4



Figura 5- Capa 5



Figura 6- Capa 6

A quarta capa, convite para a edição nº 1674 da revista *Veja*, figura 4, foi lançada em 08 de novembro de 2000 e estampa na sua parte central a chamada “Elas venceram” e, em seguida, detalha em quais posições do mercado de trabalho as mulheres estavam obtendo destaque. A penúltima capa selecionada, figura 5, edição 1789, de 12 de fevereiro de 2003, assim como a segunda, aponta para a inserção da mulher no mercado de trabalho e sua articulação com a maternidade, trazendo como chamada “Filhos e carreira”. Por fim, selecionamos a capa da edição de nº 2267, de 02 de maio de 2012, figura 6, que convida os leitores a conhecerem “As lições das chefonas”.

Ressaltamos que, na escolha do *corpus*, optamos por contemplar as capas da revista *Veja* que tinham como foco noticiar o processo gradual, contínuo e progressivo da inserção das mulheres no mercado de trabalho. Após fazermos esta delimitação, percebemos que as capas que selecionamos acabaram por narrar visualmente e registrar historicamente esse fenômeno social, sendo os produtores dessas imagens agentes jornalísticos que escrevem a

história do tempo presente, conforme define Barbosa (2003).

Agora que o *corpus* é conhecido, cabe explicar que no momento da análise agruparemos as capas em dois grupos: o primeiro que trata exclusivamente da inserção da mulher no mercado de trabalho (capa 1, edição nº 475, capa 3, edição nº 1535, capa 4, edição nº 1674 e capa 6, edição nº 2267), e um segundo grupo que traz a articulação entre o mercado de trabalho e a maternidade (capa 2, edição nº 1185, capa 5, edição nº 1789). Recapitulemos, de forma breve, como pretendemos proceder, conforme quadro de informações gerais apresentado a seguir:

Objetivo Geral	Investigar a construção semiótica da mulher que se insere no mercado de trabalho.
Objetivos Específicos	1) produzir um inventário das capas da Revista <i>Veja</i> que traçam um perfil da mulher que ingressa no mercado de trabalho; 2) apontar mudanças históricas no modo de representação dessa categoria social; 3) apresentar como é construída imagetivamente a interação da mulher inserida no mercado de trabalho e o leitor;1 4) descrever como foi imagetivamente materializada a representação da mulher, observando como foram mobilizados os recursos semióticos a fim de produzirem [potenciais] significados, posicionando os leitores ideologicamente.
Corpus	Um inventário de seis capas da revista <i>Veja</i> que foram nomeadas pela ordem cronológica. Para uma análise mais produtiva, dividimos as capas da seguinte maneira: 1) Grupo 1: A construção semiótica da mulher no mercado de trabalho (capa 1, edição nº 475, capa 3, edição nº 1535, capa 4, edição nº 1674 e capa 6, edição nº 2267). 2) Grupo 2: A construção semiótica da mãe no mercado de trabalho (capa 2, edição nº 1185, capa 5, edição nº 1789).

Fonte de Dados	Acervo digital da revista <i>Veja</i> .
Método de Análise	Descrição e interpretação sociossemiótica visual.
Aporte teórico	Gramática do <i>Design Visual</i> que oferece uma análise sistêmico-funcional da linguagem imagética.

Quadro 1: Resumo geral da pesquisa

1.2 Como está organizada a nossa pesquisa

Estruturamos esta dissertação em cinco capítulos. No primeiro, nos dedicamos à apresentação dos aspectos gerais da pesquisa, destacando o contexto sociocultural da investigação, assim como as hipóteses, os objetivos e os procedimentos metodológicos para seleção e análise dos dados.

No segundo capítulo, percorre-se o caminho histórico sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho, utilizando-se autores renomados desta área que intentaram recontar a história incluindo as mulheres como atores sociais importantes no fluxo contínuo de rearranjo da sociedade.

No terceiro capítulo, almeja-se familiarizar com os contextos nos quais está envolvida esta pesquisa. Por isso, tratamos brevemente do percurso histórico das teorias críticas da linguística, da teoria de gênero multimodal e sobre algumas questões a respeito da mídia.

No quarto capítulo, revisa-se a Gramática do *Design Visual* como ferramenta crítico-analítica para investigação sistêmica das imagens e aponta-se para necessidade de analisá-las inserindo-as dentro do universo multimodal do qual fazem parte. Para tanto, discute-se também nessa parte a importância de se perceber a imagem como discurso.

No quinto capítulo, analisa-se o *corpus* selecionado sob a luz do aporte teórico mencionado no parágrafo anterior, pretendendo-se demonstrar que há muitos discursos codificados nas imagens que podem ser revelados quando se busca encontrar regularidades na representação visual de atores sociais, regularidades em como são construídas as relações entre o participante representado (doravante PR) e o observador e/ ou na estruturação composicional das capas.

No sexto capítulo, apresentamos de maneira sistemática os resultados alcançados no capítulo de análise, apresentando sugestões de pesquisas e as considerações finais do nosso

CAPÍTULO 2

A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Minha hipótese é que a história do trabalho feminino é uma ferramenta poderosa para renovar a compreensão da evolução contemporânea das sociedades capitalistas.

Dephine Gardey

Perrot (2012), Tavares (2012) e Maruani (2008), ao iniciarem seus textos sobre a inserção feminina no mercado do trabalho, ressaltam que as mulheres sempre trabalharam em toda parte do mundo. Para Gardey (2003), essa ansiedade em ter de proclamar a importância do trabalho daquelas que nos antecederam, na verdade, revela uma fragilidade da memória coletiva sobre o trabalho feminino que, por muitos anos, ficou reclusa silenciosamente na esfera doméstica.

Atualmente, não é mais possível questionar a presença da mulher no mercado de trabalho, pois a sua participação é nítida em quase todas as atividades, e só tende a crescer cada vez mais. Segundo dados apresentados por Bruschini *et al* (2011), o crescimento da atividade feminina é intenso e contínuo, passando de 36,5 milhões, em 2002, para 44 milhões, em 2009, apenas no Brasil.

Sorj (2005) defende que esse fenômeno social é irreversível e independente de conjunturas recessivas ou expansivas que os países possam vivenciar. Assim, apresenta-se para a humanidade como uma transformação sem precedentes, uma vez que a instrução e o trabalho permitiram que elas rompessem o jugo plurissecular que as mantinha em casa e fazia delas servas do homem (BAUDELOT, 2003). Nesse sentido, a inserção das mulheres no mercado de trabalho, assim como o crescimento da escolaridade feminina, é um divisor de águas na história das mulheres, “na história da relação entre homens e mulheres”. (MARUANI; HIRATA, 2003, p. 21).

A proposta deste capítulo é fazer uma retomada histórica de como se deu essa inserção da mulher no mercado de trabalho, apontando dados cronológicos e estatísticos. Além disso, apresentaremos os avanços e os conflitos que esse fenômeno social gera, inclusive, em relação à articulação entre a esfera doméstica e o trabalho.

2.1 As mulheres e o trabalho: uma revolução cultural em andamento

A inserção das mulheres no mercado de trabalho, para Bruschini e Ricoldi (2008), é uma reviravolta cultural que alterou a identidade feminina, alterando também a percepção do papel social da mulher, que passou a buscar desde a década de 1980 cada vez mais qualificação e novas oportunidades de emprego. No Brasil, o resultado é que hoje em dia a escolaridade feminina já é superior a dos homens. Para exemplificar, estas autoras apresentam que 32% das trabalhadoras em 2005 tinham mais de 11 anos de estudos; entre os homens, a taxa era de apenas 25%. Essa taxa de escolaridade elevada constitui-se em uma variável importante na empregabilidade das mulheres, pois é entre as que apresentam um bom nível de estudos que aparecem as maiores taxas de atividade. Novamente, Bruschini e Ricoldi (2008) trazem dados que comprovam esse quadro. Enquanto, em 2005, 53% das brasileiras em geral trabalhavam, quando se observa o grupo das que tinha 15 anos ou mais de estudo, essa cifra chegava a 83%. E todas as sondagens feitas a partir de pesquisas revelam que essa certificação escolar continuará a se expandir, indicando, a partir da constatação dos elevados níveis escolares, que a vida profissional passa a ser um valor também para as mulheres, sendo poucas as candidatas ao status exclusivo de mãe e/ou dona-de-casa (BAUDELOT, 2003).

Entretanto, não se pode concluir apressadamente que, ao ingressar continuamente no mercado de trabalho, as mulheres tenham vencido todas as barreiras e preconceitos. Aliás, “nessa matéria, nenhuma constatação simples é séria” (MARUANI; HIRATA, 2003, p. 21). Apesar de nos últimos anos verdadeiras mudanças terem acontecido, essas alterações não foram rupturas completas em relação à antiga posição da mulher na sociedade. Assim, precisa-se relembrar que a presença feminina no mercado do trabalho é real, mas foi edificada sobre o terreno da desigualdade e da precariedade (MARUANI; HIRATA, 2003).

O quadro geral, ainda hoje, é de uma injustiça latente quando se comparam os salários e as condições de trabalho das mulheres com a dos homens, em todos os níveis de escolaridade, pois “elas permanecem submetidas a uma desigualdade de gênero² presente em todos os escalões do mercado de trabalho no que tange aos rendimentos” (BRUSCHINI e LOMBARDI, 2003, p. 350). Se o rendimento dos brasileiros é notadamente baixo, as

² O termo gênero é utilizado para indicar diferenças socialmente construídas entre homens e mulheres que não guardam relações com aspectos biológicos. Assim, “gênero deve ser compreendido como uma categoria socialmente construída” (Herbele, 2000 *apud* Bezerra, 2012, p. 57).

brasileiras - como todas as mulheres do mundo- recebem menos ainda do que os homens para exercer as mesmas funções (BRUSCHINI *et al*, 2008), além disso, em relação ao desemprego, são sempre elas também as mais afetadas, conforme podemos verificar na citação abaixo:

Todas as contribuições desta obra convergem para o seguinte ponto: não há avanço que não seja de um modo ou de outro, contrariado pela instauração de novas diferenças ou neutralizado pela manutenção de desigualdades herdadas da ordem antiga. Muito mais ativas hoje do que ontem, as mulheres são de longe as primeiras vítimas do desemprego. Amplamente subempregadas, elas também são superqualificadas nos empregos que ocupam. (BAUDELOT, 2003, p. 316).

A partir da constatação dessa realidade desigual, surgiu uma série de estudos das ciências sociais que visavam evidenciar que a divisão de tarefas que destinava aos homens as funções “prometeicas” e às mulheres as funções relacionais, em outros termos, para os homens as funções dominantes e para as mulheres as funções dominadas (BAUDELOT, 2003), era totalmente arbitrária e socialmente construída, sendo assim, passível de questionamentos.

O movimento feminista do século XX, particularmente nas suas três últimas décadas, também teve um papel importante ao questionar a legitimidade do modelo tradicional da divisão sexual do trabalho que reservava ao homem o espaço da produção econômica e à mulher os cuidados com o lar. Este discurso, na década de 1970, podia ser lido nas reportagens da revista *Veja*: “Culturalmente, ainda é o homem quem deve assegurar a economia da família. E ele acaba tendo prioridade no mercado”. (Edição 475, 1977, p. 94). A partir desse movimento, desigualdades aceitas com naturalidade, como no trecho da reportagem citado acima, passaram a ser socialmente deslegitimadas.

Como já dito aqui, apesar dos avanços, não há rupturas, existe um processo em relação ao posicionamento da mulher no mercado de trabalho, por isso o entendimento de que aos homens e às mulheres estão reservadas esferas de atuação diferentes ainda vigora com certa legitimidade. Em pesquisa recente, por exemplo, 52,4% dos homens e 45,1% das mulheres responderam afirmativamente para a proposição “o trabalho do homem é ganhar dinheiro e o trabalho da mulher é cuidar da casa e da família” (SORJ, 2005, p. 81).

É baseando-se neste entendimento que ressurgem discursos que exaltam “sem pudor as qualidades do eterno feminino e consideram todos esses valores socialmente construídos

como qualidades naturais a serem preservadas acima de tudo” (BAUDELOT, 2005, p. 321). Percebe-se, então, que as características ditas femininas (como a aptidão para cuidar da casa e dos filhos) são mais socialmente reconhecidas do que as suas qualificações, mas a despeito de todas as adversidades e dos discursos que tentam restringi-las à esfera doméstica, a progressão da atividade delas tem se mostrado cada vez mais forte, assim como a vontade de fazer com que suas qualificações sejam valorizadas (BAUDELOT, 2003).

Para Scalón e Araújo (2005), o significado do trabalho pode ser pensado a partir de três ângulos não necessariamente antagônicos: (1) como fonte de realização pessoal que confere *status* e é considerado elemento de afirmação econômica; (2) em caráter instrumental, no qual a necessidade econômica é imperativa, sendo o objetivo apenas a apropriação da autonomia dos indivíduos; (3) como central na constituição da identidade dos indivíduos. A partir dessas perspectivas, pode-se concluir que, por muito tempo, foi negada às mulheres a possibilidade de realização pessoal a partir do seu ofício, pois o trabalho pago aparecia como uma dimensão exterior às suas vidas, já para os homens, a realização por meio da profissão sempre foi um discurso naturalizado. O que se observa atualmente, porém, é que em todas as profissões que as mulheres alcançaram a massa crítica, elas conseguiram transformar o espírito e as condições de trabalho (BAUDELOT, 2005).

A seguir, apresentamos uma breve trajetória cronológica de como aconteceu a inserção das mulheres no mercado de trabalho na modernidade tardia³ e de como, passo a passo, elas foram comprovando que, assim como os homens, são também merecedoras de realizar-se profissionalmente (SCALON; ARAÚJO, 2005).

2.2 A inserção das mulheres no mercado de trabalho: dados cronológicos

A participação crescente das mulheres no mercado de trabalho é um dos fenômenos econômicos e sociais mais importantes da segunda metade do século XX, e pode ser observado em graus diversos em muitos países (MEULDERS *et al*, 2008). No entanto, as barreiras enfrentadas (no Brasil) pelas mulheres para participar do mercado de trabalho eram

³ Segundo Scalón e Araújo (2005), vivemos na era que pode ser denominada de alta modernidade, modernidade tardia ou pós-industrial. Para Chouliaraki e Fairclough (1999), uma importante característica da modernidade tardia é que as mudanças sociais, culturais e econômicas existem como discursos e os processos que estão acontecendo fora desses discursos são substancialmente afetados por eles. Diante disso, os autores entendem que, neste período, a linguagem é o centro do modo de produção do capitalismo.

sempre grandes, pois “elas tiveram sempre de lutar contra inúmeros obstáculos para ingressar em um campo definido – pelos homens- como naturalmente masculino” (RAGO, 2008, p. 582).

Como já apresentamos, aqui no Brasil, foi a partir da década de 1960 que a presença feminina no mercado de trabalho cresceu de maneira sistemática e progressiva. Para relembrarmos, segundo Matos e Borelli (2013), são as mudanças comportamentais trazidas pelo movimento feminista e o arrocho salarial dos homens as principais causas para esse fenômeno social aliadas à possibilidade de exercer o controle da natalidade.

Na década de 1970, uma das razões para que este fluxo de inserção da mulher no mercado de trabalho tenha permanecido contínuo e intenso aqui, no nosso país, foi a existência de linhas de montagem mais modernas das indústrias de eletrônicos, farmacêuticas e de brinquedos, que encontraram nas mulheres a mão de obra ideal para executar funções que requeriam habilidades manuais, concentração e agilidade (MATOS; BORELI, 2013).

Já na década de 1980, boa parte das mulheres ingressou nos setores de serviços, sendo um exemplo ilustrativo deste fato histórico a incorporação massiva das mulheres na rede bancária. Matos e Boreli (2013) explicam que isso aconteceu devido ao processo inflacionário que o Brasil vivenciava naquela época, que acarretou em um rebaixamento geral nos salários e então coube às mulheres substituírem os homens, a princípio, em cargos secundários.

Perrot (2012) constata que a partir da década de 1980 e, ainda hoje, a maioria das mulheres estão inseridas no setor terciário. No entanto, para esta historiadora, pelo menos até a década de 90, a maioria dos empregos das mulheres neste setor ainda carregavam marcas de um caráter doméstico e supostamente feminino, por isso, predominava a questão das aparências do corpo, da prestimosidade e até mesmo do sorriso.

De um modo geral, a estrutura ocupacional do mercado de trabalho no Brasil exhibe tendências recursivas que se alteraram pouco nos últimos anos. No setor formal, há a elevada presença feminina em setores tradicionais da indústria, como é o caso das costureiras do ramo da confecção, assim como nos serviços temos as lavadeiras, tintureiras, cozinheiras, faxineiras, arrumadeiras em domicílios, entre outras (BRUSCHINI *et al*, 2008). O emprego doméstico remunerado é inclusive o maior nicho ocupacional, segundo estes autores, absorvendo 17% da força de trabalho feminina do país até 2005 e no qual mais de 90% dos trabalhadores são mulheres. Destaque-se também que, no Brasil, até aquele ano, 36% das trabalhadoras recebiam menos de um salário mínimo.

Os dados apontados sobre os baixos salários, se comparados com o avanço da qualificação que mencionamos anteriormente, revelam que o capítulo brasileiro sobre a progressão da atividade feminina apresenta-se atualmente bipolarizado. De um lado, temos profissionais muito bem qualificadas, ocupando posições de prestígio e, do outro lado, uma imensa maioria, ocupando funções mal remuneradas (MARUANI; HIRATA, 2003). Bruschini *et al* (2008), nesse mesmo sentido, reforçam que se de um lado as mulheres estão ocupando bons postos de trabalho quando muito escolarizadas, na outra ponta há o predomínio de atividades precárias e informais.

Cabe ressaltar que percebendo uma remuneração alta ou apenas um salário mínimo, a renda da mulher tornou-se essencial para o orçamento familiar. Bruschini *et al* (2011) afirmam que os proventos da população economicamente ativa feminina correspondem a cerca de 41% do orçamento total de um lar, sendo 65% a proporção dos cônjuges que auxiliavam financeiramente a família até 2009. Esse total era de apenas 39% em 1992, tendo crescido de maneira muito rápida em menos de vinte anos.

Uma outra característica sobre essa trajetória da mulher no mercado de trabalho é a perpetuação de alguns postos de trabalho, ou seja, de algumas profissões cujos espaços, pelo menos até estudos de 2008, elas ocupam majoritariamente: “enfermagem (89% de participação feminina), nutrição (93%), assistência social (91%), psicologia (89%) e magistério nos níveis pré-escolar (95%), fundamental (88%) e médio (74%) e secretárias (85%)” (BRUSCHINI, RICOLDI *et al*, 2008, p. 28). Apesar dos dados apresentados, na maior parte das profissões é a diversidade de gêneros que predomina no mundo do trabalho atual, tornando assim grupos ostensivamente masculinos verdadeiros ranços arcaicos como, por exemplo, assembleias do Conselho Europeu e conselhos de administração de grandes empresas (BAUDELOT, 2003).

Vale chamar a atenção também para outra realidade que nos parece igualmente arcaica: a discriminação existente em todo país contra as trabalhadoras negras. Até 2009, 57% das mulheres empregadas eram brancas e 43% eram negras. No entanto, o problema maior não são esses números, a maior discriminação está no fato de que, entre essas mulheres empregadas, majoritariamente para as brancas estão destinadas as melhores posições, os salários mais elevados e as melhores condições de trabalho (BRUSCHINI, LOMBARDI *et al*, 2011).

O envelhecimento da população economicamente ativa feminina é um outro fato relevante, pois se até 1970 as empregadas eram jovens, solteiras e sem filhos, a partir da

década seguinte eram casadas e mães. Nessa época, observa-se também uma drástica redução da taxa de fecundidade, uma vez que a média de filhos que era de 5,8 em 1970, reduziu-se para 2,3 filhos em 1999 (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2003). Para Perrot (2012) esses dados sinalizam uma revolução de costumes, pois se a função materna é compreendida como um fato natural e social, mas as mulheres optam por entrar no mercado de trabalho e conceber menos filhos (ou não os ter), rompe-se um paradigma pré-estabelecido. O aumento do número de divórcios e as alterações jurídicas que normatizam as relações maritais são outras consequências desse processo de transformação da sociedade pós-industrial (SCALON; ARAÚJO, 2005).

É justamente a articulação entre o trabalho externo e a esfera doméstica que será o foco de interesse do nosso próximo tópico.

2.3 Os afazeres domésticos, o casamento e os filhos

As primeiras pesquisas no Brasil sobre a mulher no mercado de trabalho, iniciadas ainda na década de 1970, visavam simplesmente discutir as questões relacionadas à produção, sem considerar a prerrogativa de que o espaço que a presença feminina ocupa na sociedade está vinculado a sua posição no seio familiar (BRUSCHINI *et al*, 2011). A partir de 1980, as investigações sobre a condição do seu papel na força de trabalho e o impacto que esse fato traz para as unidades familiares começaram a surgir, pois “para as mulheres, a vivência do trabalho implica sempre a combinação dessas duas esferas, seja pelo entrosamento, seja pela superposição (BRUSCHINI *et al*, 2011, p. 151).

Foi nesta década também que, como já dissemos, a visão de identidade feminina foi alterada: a maioria das mulheres que trabalhavam fora passaram a ser casadas e mães, tendo assim de experimentar a divisão entre o trabalho e a família. Para Bruschini e Lombardi (2003), o crescimento do trabalho dessa classe de mulheres foi inicialmente resultado da pressão econômica que ocasionou o empobrecimento da classe média, a necessidade de arcar com os gastos com educação e saúde devido à precarização dos sistemas públicos de atendimento e à diversificação da pauta de consumo. Independentemente das causas, se, por um lado as mães continuaram trabalhando marca uma ruptura com normas sociais anteriores, por outro lado, o fato de as mulheres continuarem quase como únicas responsáveis pelos cuidados da casa e dos filhos sinaliza a permanência de modelos familiares tradicionais (BRUSCHINI *et al*, 2008).

É por esta razão que, até o momento, conciliar essas duas esferas não é tarefa fácil, pois embora “a igualdade profissional e a salarial estejam na agenda política das democracias ocidentais como uma das dimensões fundamentais da cidadania das mulheres” (LAUFER, 2005, p. 130), a igualdade na divisão das tarefas domésticas ainda não é uma realidade para a maioria dos casais.

A divisão das tarefas domésticas entre os casais quase não evoluiu nos últimos trinta anos, e ainda cabe à mulher o grosso da carga de trabalho exigido pela educação das crianças, pela economia do lar, pela assistência aos pais. Uma carreira profissional com alto nível de competência ou de responsabilidade muitas vezes condena ao celibato aquelas que se aventuraram. A escolha entre trabalho e família nunca foi colocada aos homens nesses termos. Muito pelo contrário, já que esposa representa para o executivo um trunfo suplementar para o sucesso. (BAUDELOT, 2003, p. 318)

Assim, percebe-se que para a população feminina que se insere no mercado de trabalho há ganhos e perdas. Se por uma via, as mulheres tornam-se mais independentes, na outra mão, tendem a acumular sobrecargas emocionais e físicas produzidas pelo desafio diário de serem eficientes na profissão que escolheram e, ao mesmo tempo, de cumprir de modo satisfatório as cobranças do lar, exigências essas que são socialmente estimuladas (SCALON; ARAÚJO, 2005).

Uma dessas tarefas socialmente estimuladas aparece no discurso que atribui quase que exclusivamente às mulheres o cuidado com os filhos quando, na verdade, “excluindo-se os limites biológicos com a função da gestação todos os outros aspectos podem ser efetivamente desempenhados por homens ou mulheres” (SCALON; ARAÚJO, 2005, p. 48), e cada vez mais os especialistas aconselham que todos os passos na educação de um filho sejam compartilhados e decididos conjuntamente. Nesse sentido, nota-se pela observação da imagem do homem da pós-modernidade que vem se firmando lentamente um avanço em questões de afetividade e de maior envolvimento com os filhos, mas ainda há um longo caminho a percorrer (SCALON; ARAÚJO, 2005).

Registre-se que, mesmo com essa cobrança social pelo cuidado que as mulheres deveriam ter exclusivamente com os filhos, a mais alta taxa de atividade feminina (75%) é observada na faixa etária de 30 a 39 anos, ou seja, elas permanecem ativas no mercado de trabalho na idade reprodutiva (BRUSCHINI *et al*, 2011). No entanto, a taxa de ocupação das

mães com crianças menores de dois anos é de apenas 47% (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2003). Bruschini *et al* (2008) apontam que, após retornarem ao trabalho, quando os filhos completam quatro anos, a porcentagem das mães que trabalham volta a cair quando os filhos completam catorze anos, devido a preocupações com o consumo de álcool, drogas e sujeição a más influências. Por essas razões, a maternidade continua tendo impacto negativo para as mulheres em relação à vida profissional.

Esse impacto negativo que a maternidade, aparentemente, traz para as mulheres e o impacto positivo que a paternidade traz para os homens em relação ao mercado de trabalho reforçam o que vínhamos discutindo sobre as representações de gênero existentes no imaginário social que para elas reservam a função reprodutiva e para os homens a função de prover financeiramente o lar.

Porém, deve-se insistir no fato de que trabalhar em casa antigamente não era sinônimo de ter disponibilidade para cuidar dos filhos ou das tarefas domésticas, “que se pense no trabalho incessante das camponesas ou na extrema precariedade da remuneração dos trabalhos de agulha, obrigando geralmente a oito ou nove horas de trabalho contínuo” (GARDEY, 2003, p. 43). Afora essa situação, existia bem menos elementos de automação, o que fazia com que algumas tarefas domésticas levassem horas, como, por exemplo, a lavagem de roupas nos rios. A grande quantidade de crianças nas casas acarretava também aumento da demanda de afazeres domésticos e, conseqüentemente, o tempo reservado individualmente para cada um dos filhos era reduzido.

Percebe-se, então, que a exigência da mulher em casa para cuidar dos filhos é uma preocupação recente que surge junto com a invenção, por parte das elites, do discurso do “anjo do lar” e do discurso médico sobre a educação das crianças (GARDEY, 2003). No entanto, inegavelmente, as escolhas das mulheres aumentaram e optar entre ter filhos ou não, entre se casar ou não, deve ser uma escolha só delas, sem que isso seja relacionado com uma negação do seu papel social.

Nesse contexto, auxiliar a mulheres a permanecer no mercado de trabalho, rompendo as barreiras do preconceito, torna-se crucial para a independência delas e para o desenvolvimento de uma sociedade menos desigual.

No capítulo seguinte, iremos expor os aportes teóricos utilizados nesta pesquisa, para que junto com os conhecimentos históricos e sociológicos aqui apresentados, possamos partir para a análise do nosso corpus.

CAPÍTULO 3

O LUGAR DE ONDE FALAMOS

Qualquer que seja a pergunta que se faça a respeito da informação, volta-se sempre para a questão da linguagem.

Patrick Charadeau

3.1 A linguagem como instrumento de poder e as teorias críticas

Segundo Fairclough (2001), o uso do sistema linguístico cumpre um papel importante como meio de produção e de controle social. Essa utilização da linguagem como ferramenta simbólica capaz de regular a sociedade é potencializada quando observamos o fenômeno humano e social da informação, definido por Charadeau (2013, p. 33) como “a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo”. Este autor destaca que quando essa transmissão é executada no âmbito de uma atividade socioprofissional, o ato de informar constitui-se em um dos meios de produção de discurso em eventos de comunicação.

Segundo adverte Charadeau (2013, p. 39), “comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir (...), mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolhas de estratégias discursivas”. Sendo assim, a informação não existe em si; ela é simplesmente uma enunciação construída pelo homem a partir da sua visão de mundo. Perceber que, em especial, o universo da informação midiática é um universo construído é reconhecer que a mídia manipula o conhecimento através da seleção restritiva de assuntos e por meio de reconstruções específicas das realidades sociais (VAN DIJK, 2012).

A partir dessa constatação da linguagem como instrumento de poder utilizado pela mídia e por diversas outras instâncias da sociedade, surge no Reino Unido e na Austrália no final da década de 1970 a “linguística crítica” (VAN DIJK, 2012). Fairclough (2003, p. 47) explica que os precursores dessa teoria articularam “um método de análise textual com uma teoria social do funcionamento da linguagem (...), recorrendo à teoria linguística funcionalista de Halliday (1978, 1985) e conhecida como sistêmica”.

Na linguística crítica, porém, havia uma exagerada tendência a apontar o texto como produto e a preterir os processos de produção e interpretação de textos. Dessa forma, o escopo residia apenas na percepção de ideologias nos construtos textuais (FAIRCLOUGH, 2003). Alguns linguistas críticos, ao perceberem esses problemas, revisaram as suas postulações anteriores e desenvolveram a abordagem à qual nos filiamos que foi denominada de semiótica social. Nesta abordagem, criada inicialmente por Hodge e Kress (1988) e Kress e Threadgold (1988), há a consideração de diferentes “sistemas semióticos, como a linguagem, e com a inter-relação entre a linguagem e semiose visual” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 51).

Hodge e Kress (1988, p. 261) *apud* Araújo (2011, p.14) explicam que semiótica é “o estudo geral da semiose, isto é, dos processos e efeitos da produção e reprodução, recepção e circulação de significados de todas as formas usadas por todos os tipos de comunicação”. O termo “social”, segundo Halliday (1989) *apud* Heberle e Abreu (2011, p. 79), foi incluído pela primeira vez por Halliday (1978) para indicar que a linguagem integra um sistema social, sendo um componente na construção da sociedade.

Foi a partir desses estudos que consideravam os diferentes modos semióticos como meios independentes para produção de sentidos, porém passíveis de serem articulados para que um todo coerente fosse produzido, que surgiu a Gramática do *Design* Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006) “como resposta à necessidade de desenvolver métodos de análise textual” (ARAÚJO, 2011) que contemplassem as imagens, fornecendo assim o aparato crítico-analítico para o estudo sistêmico desse campo.

Araújo (2011, p. 15) explica que Kress e van Leeuwen (1996) propõem, na Gramática do *Design* Visual, uma análise sistêmica a partir das três funções básicas, advindas da linguística sistêmico-funcional de Halliday, “que operam simultaneamente via padrões de experiências, interação social e posições ideológicas codificadas tanto em representações linguísticas como em representações não linguísticas denominadas de metafunções”. São a essas três metafunções visuais que dedicaremos o capítulo teórico a seguir, visto que são elas que nos fornecem os dispositivos analíticos que utilizaremos para estudar o nosso *corpus*.

Por ora, o que é imperativo observar é que foi a partir dos estudos da Gramática do *Design* Visual que o termo *multimodalidade* ganhou notoriedade nos estudos linguísticos (ARAÚJO, 2011). Segundo van Leeuwen (2011), este termo foi utilizado pela primeira vez por volta de 1920 para se referir a um campo da psicologia que estudava o efeito que diferentes percepções sensoriais causavam ao serem combinadas. Para este autor, isto indica

que empregar o termo multimodalidade significa que a percepção humana é multimodal, ou seja, surge a partir das informações captadas pelos diversos sentidos.

Atualmente, o termo multimodalidade também refere-se ao uso concomitante de diferentes recursos semióticos como a linguagem verbal, musical e imagética em construções multimodais nas mais diversas situações comunicativas. Neste sentido, Iedema (2003) defende que a multimodalidade fornece os meios para descrever a prática ou a representação dentro de toda riqueza e complexidade da semiótica. O autor destaca ainda que *a priori* uma abordagem multimodal não privilegia nenhum modo semiótico em particular, no entanto, a prática de uma análise em si evidentemente destaca um dos modos a depender do que os dados selecionados irá apresentar.

A teoria da multimodalidade está gradativamente galgando mais notoriedade, pois os textos pós-modernos de uma maneira geral estão sendo vistos como construções inerentemente multimodais. Para Kress e van Leeuwen (2006), os linguistas simplesmente despertaram para o fato de que a comunicação é multimodal, ou seja, a linguagem é realizada através e acompanhada de meios semióticos. Ser indiferente a este fato, na nossa sociedade, não é mais possível, uma vez que estamos inseridos em um grande mosaico multissemiótico estruturado a partir da combinação de “palavras, imagens, sons, cores, músicas, aromas, movimentos variados, texturas e formas diversas” (DIONÍSIO, 2013, p. 19).

Na verdade, os textos hoje em dia estão sendo produzidos “para serem lidos pelos nossos sentidos” (DIONÍSIO, 2013, p.19) o que retoma aquela primeira acepção do termo multimodalidade que explicamos anteriormente. Dessa maneira, as nossas interações sociais são moldadas em gêneros textuais nos quais o sistema linguístico é apenas um dos modos semióticos utilizados para materializarmos nossas ações sociais (DIONÍSIO, 2013, p. 19).

No próximo tópico, estudaremos alguns aspectos dos gêneros textuais, para que possamos a seguir caracterizar o gênero capa de revista. Ressalte-se de antemão que nas nossas investigações não encontramos uma padronização terminológica no campo da multimodalidade quando se trata dos gêneros, pois os autores ora utilizam a nomenclatura gêneros textuais, ora gêneros discursivos, ora gêneros retóricos. Optamos por utilizar o termo gêneros multimodais, sabendo que nesta nomenclatura estão implícitas as características textuais, discursivas e retóricas dos gêneros textuais, com o acréscimo da ideia da consideração de como os diferentes recursos semióticos “se integram através das modalidades sensoriais na construção de eventos e textos” (DIONÍSIO, 2013, p. 21).

3.2 Os gêneros textuais: artefatos multimodais

Souza (2006, p. 66) explica que Marcuschi (2002), para tratar dos gêneros textuais, parte de dois pressupostos: 1) “a linguagem é um processo de interação entre os indivíduos”; 2) “é impossível comunicar-se verbalmente a não ser por algum gênero, assim como é impossível comunicar-se verbalmente a não ser por algum texto”. Percebe-se a partir desses pressupostos a importância dos gêneros no nosso cotidiano e a necessidade de levarmos em consideração os aspectos dos gêneros quando nos propomos a estudar a linguagem, uma vez que, se por um lado, a linguagem precisa de um gênero para materializar-se, os gêneros precisam da linguagem para realizá-lo. Assim, um estará necessariamente envolto no outro (MARCUSCHI, 2005).

Segundo Marcuschi (2008) *apud* Dionísio (2013, p. 22) “temos uma competência textual-discursiva relativamente desenvolvida e não há muito o que ensinar. Nosso papel é compreender como funciona e como podemos fazer funcionar ainda melhor”. A partir deste entendimento, a preocupação com a identificação de categorias taxionômicas foi reduzida, passando-se a adotar uma concepção de gênero situado (MARCUSCHI, 2002; SOUZA, 2006). Os gêneros situados, para os estudos críticos da linguagem estão profundamente ligados à vida cultural e social, sendo fenômenos históricos que se caracterizam muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas peculiaridades linguísticas estruturais (RAMALHO ; RESENDE, 2011).

Gêneros não são apenas formas. Gêneros são formas de vida, são modos de ser. São *frames* para a ação social. São lugares nos quais o sentido é construído. São ambientes para a aprendizagem. Os gêneros moldam os pensamentos e as comunicações através das quais interagimos. (BAZERMAN, 1997, p. 19 *apud* SOUZA, 2006, p. 65).

Bazerman (2011), na série bate-papo acadêmico organizada por Dionísio *et al*, explica que, dessa maneira, a definição do gênero não está no texto em si “mas na percepção do criador e do receptor, como eles percebem o que está acontecendo”. Esta característica, segundo o autor, faz do gênero uma categoria de reconhecimento psicológico, bem como de reconhecimento social, pois ele emerge ao longo da história e precisa ser socialmente distribuído. Por isso, para Bazerman (2005, p. 29) *apud* Dionísio (2011, p. 23), ao mobilizarmos um gênero estamos escolhendo não apenas uma estrutura, mas, sim, “múltiplos

fatores psicológicos com os quais nossos enunciados precisam dialogar para serem mais eficazes”.

Destaque-se que qualquer objeto ou texto que articule mais de um modo semiótico para produzir sentido é um artefato multimodal (JEWITT, 2009, *apud* DIONÍSIO, 2011). O gênero capa de revista (doravante CR) que escolhemos trabalhar nesta pesquisa reconhecidamente articula linguagem verbal e visual na produção de seus textos, por isso são facilmente enquadrados como artefatos multimodais.

No próximo tópico, iremos apresentar algumas características recorrentes desse gênero, mas, principalmente, procuraremos convidá-los a enxergá-lo como artefato cultural (MILLER, 2012), assim como o concebemos.

3.3 Caracterizando o gênero capa de revista como um artefato cultural

Para Miller (2012, p. 47) entender os gêneros textuais como artefatos culturais é um convite a vê-los “da forma como um antropólogo vê a um artefato material de uma civilização antiga, como um produto que tem funções particulares, que se encaixa em um sistema de funções e de outros artefatos”. A autora continua explicando que:

(...) como portadores de cultura, esses artefatos literalmente incorporam conhecimento sobre estética, economia, política, crenças religiosas e todas as várias dimensões daquilo que conhecemos por cultura humana. Como intérpretes, devemos tentar reconstruir o conhecimento necessário para ver esses padrões como significativos e inter-relacionados. Fazemos inferências a partir de artefatos específicos, ou de ações específicas, sobre a cultura como um todo.

Acreditamos que as CR se prestam naturalmente a ser o que Miller (2012) denomina de índice de padrões culturais⁴, pois servem de chave para se compreender determinada comunidade ao incorporar em seus textos aspectos de racionalidade cultural, uma vez que “circulam interpretando fatos, divulgando discursos e ideologias, vendendo tendências e levantando polêmicas” (PEREIRA, 2013, p. 70).

Fonseca e Silva (2007, p. 19) *apud* Pereira (2013, p. 19) explicitam que, como artefatos culturais que circulam no cotidiano, as revistas, no geral, funcionam como um

⁴ Cultura é aqui compreendida como um modo particular de vida em um certo tempo e lugar, experienciado em toda sua complexidade por um grupo que compreende a si mesmo como um grupo identificável (Willians (1976) *apud* Miller, p. 45).

campo discursivo composto por diversificados discursos de como são os homens e mulheres constituídos historicamente. É assim “um dispositivo de construção de identidades, porque serve à recriação de uma identidade que caracteriza uma experiência de alteridade para os leitores” (MILANEZ, 2004, *apud* PEREIRA, 2013).

Nascimento (2010) defende que os gêneros jornalísticos são produzidos a fim de desempenhar o seu papel que, para além de divulgar fatos sociais, transformando- os em notícias, também pretende interferir na opinião pública e na própria organização social. Percebe-se, então, que a mídia ambiciona através dos mais diversos recursos semióticos exercer um poder explicativo e impositivo de um discurso, mesmo que, na verdade, o que predomine no campo exterior seja uma multiplicidade deles (CHARAUDEAU, 2013).

Dentre os gêneros textuais dos quais a mídia dispõe para difundir as suas posturas, concepções e ideologias, a CR cumpre um papel essencial, pois em sua composição apresenta sempre elementos pictoriais, que, para Barbosa (2003), são verdadeiros operadores de memórias que ligam uma rede de produção de significação.

Silva (2012) define que a CR é considerada um gênero, pois caracteriza-se como uma unidade comunicativa que está presente em diversas esferas da sociedade e possui um tipo relativamente estável de enunciado formado por três elementos básicos, sendo eles: conteúdo temático, estilo e construção composicional. É um gênero discursivo situado, pois está profundamente vinculado à vida cultural e histórica de determinada sociedade.

A CR demanda um elaborado processo de construção, vários elementos de composição “fotos ou imagens, letras em tamanho variáveis, títulos, subtítulos, além dos componentes que caracterizam o gênero, tais como assinatura e outras informações pontuais: data, número de edição, logotipo da empresa” (PEREIRA, 2013, p. 68). Todas essas características tipográficas podem ser observadas na figura 07.



Figura 07: edição 2323, de 29/05/2013

Ao tentarmos visualizar mentalmente uma CR, é um modelo semelhante à figura 07 que a nossa memória irá resgatar. Descrevendo esse modelo, já inferimos que a CR apresentará um assunto em evidência, uma imagem, demais títulos de matéria ao redor com tamanho e localização de acordo com a hierarquia de importância e o nome da revista em destaque. Quase todas as capas de revista que encontramos no mercado trazem essa mesma configuração. Ressalte-se que “o conjunto desses elementos dispersos constitui uma unidade temática trabalhada em vários níveis – linguístico e plástico –. (...) Nada é aleatório para essa organização interna significativa” (PUZZO, 2009, p. 66), pois uma CR objetiva impactar e ser atraente para o leitor de modo a provocar o seu interesse pela aquisição da revista (PEREIRA, 2013).

Diante de tudo que foi exposto, constata-se que a CR é um construto multimodal-discursivo, no qual a cor da letra, a imagem, a própria distribuição do texto, em síntese, tudo é planejado, a fim de causar o maior impacto possível no leitor. Assim sendo, desconstrói-se a concepção de imagens serem apenas ilustrações de textos verbais. Por isso, concordamos com Nascimento (2010, p. 82), quando este afirma que no domínio jornalístico “o leitor de uma foto não está diante da realidade, mas diante da construção da realidade”. Isso se dá porque a foto é mediada pelo olho humano e pela seleção que é feita pelo fotógrafo, a partir de suas intenções, valores, ideologias ou da ideologia do veículo a que pertence.

Em suma, depreende-se que as imagens, pela maneira como são usadas, também são instrumentos ideológicos na esfera jornalística e, assim sendo, cooperam discursivamente para veicular valores e pontos de vistas parciais. No entanto, as imagens não operam sozinhas, pois como ressalta Dionísio (2005), há uma dinamicidade entre imagens e palavras que compõe o estilo de determinado gênero que evidenciam os propósitos comunicativos dos textos. Tal fato é potencializado no gênero CR e é na conjugação entre o verbal e o imagético que pretendemos analisar o *corpus* selecionado para esta pesquisa. No próximo tópico, falaremos um pouco sobre a mídia e sobre a revista *Veja*, pois todas as CRs selecionadas foram de edições deste periódico.

3.4 Algumas palavras sobre a mídia e sobre a revista *Veja*

Fairclough (1999) alerta que o discurso tem um papel substancial na reestruturação do modelo capitalista em larga escala, pois se trata de uma era em que a economia pauta-se pela informação. Sendo assim, não podemos perder de vista que a mídia pauta-se pelos ditames do poder econômico e político (GUEDES, 2010).

Aliás, “a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista (SODRÉ, 1998, *apud* CASIMIRO, 2006, p. 30). No Brasil, por exemplo, as revistas surgiram na década de 1950, a partir da consolidação de uma sociedade industrial e urbana. Nas revistas brasileiras, é marcante a mistura de jornalismo e entretenimento a fim de alcançar um público amplo para se manterem como empresas (SCALZO, 2004 *apud* CASIMIRO 2006, p. 31).

É notório que, no campo midiático, o mercado desse modelo de revista que une informação e entretenimento é um dos que mais se expandiu, tornando suas tiragens cada vez mais acessíveis, seja por assinaturas ou por acesso gratuito pela internet. Isso indica que o alcance em relação à formação de opinião e à formação de identidades é quase imensurável, já que sendo cada vez mais difundidas, cumprem um papel significativo de informação e de construção de realidades.

No Brasil, a Revista *Veja* é a líder neste segmento, estando no mercado há mais de quarenta anos. No seu site, descobrimos que a empresa postula como missão:

ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade,

competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil.⁵

A partir do texto de sua missão, percebemos que a *Veja* enquanto empresa não dissimula os seus propósitos econômicos nem sua pretensão de ser fonte de conhecimento para compreensão do mundo: “ela existe para que os leitores entendam o mundo em que vivemos”⁶, diz Roberto Civita, ex-diretor editorial do grupo Abril. No entanto, apesar do discurso em tom ameno, sabe-se que a revista *Veja* faz parte do grupo da elite que se apodera dos discursos a fim de usá-los de acordo com os seus interesses. Assim, “em sociedades de discurso como a nossa, o papel da revista é conservar ou produzir discursos para fazê-los circular entre seus leitores” (PEREIRA, 2013, p.71), a partir dos interesses ideológicos das empresas.

Diante desta característica, podem ser consideradas artefatos culturais e pedagógicos que exercem ações como a produção e a veiculação de saberes que, devido às estratégias usadas, parecem ser para a população a única verdade possível (ROCHA, 2005 *apud* PEREIRA, 2013). Uma das estratégias bem comum no *corpus* que selecionamos, é, por exemplo, abordar uma realidade particular totalizando-a, sugerindo para os leitores que aquela identidade é a única possível e eles devem a todo custo se reconhecer naquela representação. Isso é relevante, pois, na pós-modernidade, sabemos que há concepções de mundo marcadas por visões multifacetadas das identidades (HALL, 2005 *apud* DIAS, 2009).

À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar- ao menos temporariamente (HALL, 2005, p. 13 *apud* DIAS, 2009, p. 25).

Esse é um fenômeno que merece atenção devido à sua complexidade, pois ao mesmo tempo em que parece haver uma tentativa de homogeneizar as identidades existentes no mundo, “colabora para que percebamos a diferença de que somos feitos e as desigualdades e contradições sociais sob as quais vivemos (LOPES, 2003, *apud* DIAS, 2009). É como se percebêssemos o mundo e a nossa própria identidade através da mídia, residindo aí a

⁵ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/revista/informações-gerais>

⁶ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/revista/informações-gerais>

importância de haver sempre estudos que investiguem como essa instituição está executando o seu papel histórico.

Selecionamos a *Veja* porque acreditamos que ela é uma das publicações nacionais que mais possui representatividade perante a população para veicular representações e enraizar ideias devido à sua posição de destaque no cenário nacional. Segundo dados divulgados no próprio site da revista, atualmente a publicação possui 907.886 assinantes, e vende por mês 120.634 revistas avulsas de acordo com o Índice Verificador de Circulação (IVC). Além disso, já se somam a esse montante mais de 3 milhões de seguidores no *Twitter*, afora os incontáveis leitores que acessam a edição gratuitamente apenas uma semana depois por meio do acervo digital.

Por fim, em relação ao perfil dos leitores, o site da editora abril divulga que 55% são mulheres e 45% do público são homens. No que tange à idade, a maioria dos leitores está na faixa etária dos 25 aos 44 anos. Destes, 58% estão concentrados na região sudeste e, em seguida, estão concentrados em 14% na região Nordeste e 14% na região sul. A maioria pertence à classe B (50%), em seguida, à classe C (27%) e à classe A (20%).

Todos esses dados são importantes para o estudo das capas sob investigação, pois nos revelam para qual público se destina a revista, em outras palavras, nos esclarecem quais seriam os leitores ideias imaginados no momento da produção das capas.

No capítulo seguinte, apresentaremos mais detalhadamente as metafunções da Gramática do *Design* Visual, que são os dispositivos analíticos que mobilizaremos no último capítulo.

CAPÍTULO 4

A GRAMÁTICA DO *DESIGN* VISUAL: APORTE TEÓRICO

Expressar algo verbalmente ou visualmente,
faz a diferença.

Kress e van Leeuwen

Quando se fala da Gramática do *Design* Visual, o primeiro aspecto que se deve ressaltar é que o termo “gramática”, neste caso, não é sinônimo de regras, como muitos podem apressadamente associar. Deve-se compreender por Gramática Visual a tentativa de descrever como os elementos que compõem as imagens articulam-se a fim de construir um todo comunicativo (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Dessa maneira, avança-se da análise do “léxico” da imagem, ou seja, da análise de cada item isoladamente, para o exame da sintaxe. Em outras palavras, busca-se observar como se dá a interação entre os recursos semióticos da imagem.

Cabe observar que, conforme alerta Souza (2001, p. 06), isto não significa que seja possível simplesmente descrever uma imagem pelo verbal, uma vez que seria um mero reducionismo que de forma alguma corresponderia à matéria visual na sua integralidade. Então, o que se pode afirmar apenas é que, assim como temos a gramática descrevendo o uso da língua para o texto verbal, temos a Gramática do *Design* Visual, que no campo das imagens, descreve uma série de elementos dos quais o produtor da mensagem lança mão a fim de produzir o discurso desejado. Como exemplo, podemos apresentar a noção de vetores de Kress e van Leeuwen (2006), a qual é análoga à noção de verbos de ação para a linguagem verbal.

Para Almeida (2011), um dos avanços que a Gramática do *Design* Visual proporciona é que, a partir desta teoria sistemática de análise das imagens oferecida por Kress e van Leeuwen (2006) é possível “refinar” o letramento visual, pois as imagens passam a ser entendidas a partir de uma perspectiva crítico-social, ou seja, percebe-se que uma rede de significados político e socialmente embasados existe subjacente a elas.

Dentre os fundamentos oferecidos para análise sistemática das imagens estão as metafunções representacional, interativa e composicional, que foram formuladas por Kress e

van Leeuwen (2006), a partir das metafunções ideacional, interpessoal e textual, propostas por Halliday (1978) em sua teoria da Linguística Sistêmico-Funcional.

A seguir, detalharemos cada uma das metafunções e buscaremos ilustrar as categorias de análise com exemplos retirados do universo desta pesquisa.

4.1 A metafunção representacional

A metafunção representacional, de maneira ampla, refere-se aos modos como representam o mundo. Em outras palavras, investiga os participantes representados internamente em uma imagem. A metafunção representacional indica, assim, o que está sendo mostrado, o que está acontecendo ou quais seriam as relações existentes entre os elementos presentes na imagem (ALMEIDA, 2008). Kress e van Leeuwen (2006) defendem que a nomenclatura “participante representado” (PR) é a mais adequada, pois fica claro que se alguém é um participante, encontra-se inserido em alguma situação.

Segundo Unsworth (2001) *apud* Silva (2011), cada participante é identificado pelo papel funcional em dado contexto. Podendo ser esse papel de movimento ou de estado, surgem dois tipos de representações: as narrativas e as conceituais. Sobre as representações narrativas, Nascimento, Bezerra e Herbele (2011, p. 532) detalham que:

a) há a presença de participantes (humanos ou não) envolvidos em um evento; b) presença de vetores indicando ação ou reação (setas propriamente ditas ou vetores formados pela linha do olhar, braços, orientação corporal ou ainda instrumentos sugerindo movimento e/ou direção); c) inserção dos participantes em um pano de fundo que indique as circunstâncias de tempo e espaço nas quais o evento se desenvolve.

Almeida e Fernandes (2008, p. 13) resumem da seguinte forma a diferença entre processo narrativo e o processo conceitual: “o primeiro apresenta ações e eventos, enquanto o segundo representa participantes em termos de suas particularidades: de sua classe, estrutura ou significado”.



Figura 8⁷ - Representação narrativa



Figura 9- Representação conceitual

Observando a figura 8, capa da edição 143 de 02 de junho de 1970, percebe-se que há três participantes representados: duas jogadoras e a bola. Todas estão envolvidas no jogo, sugerindo que o foco da imagem é apresentar um processo em andamento, característica do tipo de representação narrativa. Já a figura 9, que ilustrou a edição 130 em 03 de março de 1970, não apresenta vetores, o que temos é uma participante representada que, estereotipadamente, porta os atributos da classe das professoras, já que a chamada da matéria, “A minha professora, ela é boazinha mas”, vincula essa representação a essa categoria profissional.

4.1.1 Representações Narrativas

Neste tipo de proposição imagética, os vetores são, na verdade, os responsáveis por engendrar o processo interacional entre dois participantes representados e caracteriza-se por ser um elemento que indica direcionalidade. Na figura 8, por exemplo, os vetores são os braços que ligam as jogadoras à bola, indicando assim a meta do movimento de ambas. A depender do tipo de vetor e da quantidade de participantes de uma imagem, os processos

⁷ Todos os exemplos desta seção foram retirados do acervo digital da revista *Veja* disponível no site: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/>

narrativos subdividem-se em: processo acional, processo reacional, processo verbal e processo mental. (ALMEIDA; FERNANDES, 2008).

Nos processos de ação, o ator é o participante do qual o vetor se origina ou é aquele que, no todo ou em parte, forma o vetor (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Quando há dúvidas sobre quem é o ator em determinada imagem, ressalta-se que ele será o participante mais saliente, seja em tamanho, posição dentro da imagem, contraste, saturação de cor e entre outros. Na figura 8, não há dúvidas que as duas jogadoras podem ser classificadas como atores, pois os vetores partem delas. Além disso, estão em posição saliente e o contraste do fundo preto com o brilho aplicado na representação delas deixam-nas ainda mais em evidência em relação à toda estrutura composicional.

A figura 8 pode, ainda, ser classificada como uma estrutura imagética transacional, pois, de acordo com Unsworth (2001) apud Silva (2011), as estruturas imagéticas transacionais são aquelas nas quais facilmente identificamos ator e a meta (alvo para o qual se direciona o vetor). Na figura 8, assim como os atores, a meta também é rapidamente reconhecida, pois, ao se analisar para onde os vetores se direcionam, imediatamente percebe-se que eles têm como alvo a bola. Sendo a ação direcionada apenas no sentido jogadoras-bola, sem a mesma ação no sentido contrário, podemos dizer que estamos diante de uma estrutura unidirecional.

As estruturas pictóricas transacionais podem ser também bidirecionais, ou seja, “cada participante pode representar ora o papel de ator, ora o de meta” (ALMEIDA e FERNANDES, p. 14). Dessa forma, há ações semelhantes que ocorrem simultaneamente e sequencialmente partindo de ambos os participantes que, neste caso, são denominados interatores.



Figura 10- Estrutura transacional: bidirecional: interatores.

Na capa da *Veja* de edição 401, de 12 de maio de 1976, exposta acima, a rainha Elizabeth e o ex-presidente Geisel representam ora o papel de ator e ora o papel de meta. Como a ação do aperto de mão parte simultaneamente de ambos, eles são chamados de interatores.

Kress e van Leeuwen (2006), citados por Almeida e Fernandes (2008) acrescentam que nas imagens onde há apenas um ator, de modo que a ação não é direcionada a nada, temos uma proposição narrativa visual não- transacional. Assim, concluem que as estruturas não-transacionais são análogas aos verbos intransitivos da linguagem verbal, ou seja, não requerem um objeto. No caso das imagens, acreditamos, todavia, que não se trata de não precisar do objeto (meta), mas, sim, de tornar a ausência dele mais significativa e polissêmica, levando o observador a forçosamente preencher esta lacuna, como é possível notar na figura 11.



Figura 11- Processo acional não- transacional.

A figura 11, capa da edição 2109, de 22 de agosto de 2009, apresenta como chamada “Genética não é destino” e, aparentemente, três participantes representados: as irmãs gêmeas, Natália e Bianca, famosas por disputarem competições pelo Brasil nas competições de nado sincronizado, e a ilustração de uma molécula de DNA.

Observando-se mais detidamente a figura 11, podemos concluir, no entanto, que a proposição imagética sugere que os três participantes formam um todo, uma vez que as gêmeas do nado sincronizado estão envoltas na partícula de DNA. Tal composição é significativa, pois a partir daí passamos a enxergá-las não como atores, mas como vetores que partem do mesmo ponto, ou seja, que possuem a mesma herança genética, mas que se direcionam para lugares distintos. Assim, temos a representação pictórica da ideia de que ter o mesmo DNA não significa ter o mesmo destino. A ação dos vetores que supostamente “mergulham” para lados opostos sem especificar qual seria a meta de cada vetor, na verdade, denota que o futuro delas dependerá das escolhas de cada uma, e não da genética.

A ausência das metas faz com que possamos classificar esta imagem como não-transacional, mas, para além disso, permite que o observador infira que esse futuro para o qual elas “mergulham” ainda não existe, não é determinado pela genética, e, provavelmente, serão diferentes, como sugere a imagem.

Já o processo reacional acontece quando a ação realizada pelo participante envolve o seu olhar em direção a algo ou a outro participante. O participante que olha é chamado de reator e é necessariamente um ser humano ou uma criatura semelhante. Em outras palavras, o

participante reator deve ser capaz de realizar expressões faciais identificáveis e seus olhos precisam ser visíveis, conforme delimitam Kress e Theo van Leeuwen (2006).

O objeto do olhar do reator é denominado fenômeno e pode ser constituído por outro participante ou por uma estrutura transacional. Ressalte-se que quando não é possível conhecer o fenômeno, ou seja, o objeto para o qual o reator olha, estamos diante de uma reação não- transacional.



Figura 12- Reacional- transacional.



Figura 13- Reacional- não transacional

A capa da edição 629 (figura 12), de 24 de setembro de 1980, é significativa, pois se a princípio poder-se-ia pensar que estaríamos diante de uma imagem não- transacional, ao se analisar com cuidado, percebe-se que essa mulher representada tem como alvo a ascensão, ou seja, a busca por fugir dos limites pré-estabelecidos que até pouco tempo a engessava.

No exemplo 13, capa da edição 1358, de 21 de setembro de 1994, o processo reacional não- transacional está evidente, pois a participante representada, Ruth Cardoso, olha em direção a algo ou alguém que não é possível ser identificado através da imagem. Tal composição imagética, sugere a interpretação da mensagem expressa pelo texto verbal: “Ruth Cardoso sai do casulo; quem é, como vive e o que pensa a antropóloga casada com o candidato tucano”; uma vez que a parte da cabeça dela onde fica localizado o cérebro está envolta em uma atmosfera negra- ou seja, no escuro nada é possível identificar, assim como não é possível conhecer o que pensa Ruth Cardoso- e o fenômeno para o qual se direciona o seu olhar também é desconhecido, pois não aparece na composição pictórica. Assim, parece

que ela está saindo da sombra do marido para se afirmar pelo que ela é, por isso, parte do seu rosto está iluminado.

Destaque-se que há uma série de manipulações que podem ser feitas simplesmente ao se lançar mão desse recurso semiótico. Kress e Leeuwen (2006) explicam que muitas vezes os reatores são apresentados entediados ou animados, mas suprimem da imagem o fenômeno que estava sendo observado ao esboçarem aquela reação.



Figura 14- Reacional: não- transacional; transacional: bidirecional.

A figura 14, capa da *Veja* de 17 de outubro de 1990, da edição 1152, é um exemplo pertinente para se demonstrar como os produtores podem manipular esse recurso a fim de obter o efeito que se deseja, pois quando os participantes representados são analisados separadamente em cada enquadramento, o que se observa é uma estrutura não- transacional, pois dentro das unidades individuais, os fenômenos não são conhecidos. No entanto, o produtor queria representar o envolvimento entre Bernardo Cabral e Zélia Cardoso e, para tanto, manipulou as imagens, dispondo-as lado a lado, a fim de que os participantes representados aparecessem ora como reator, ora como fenômeno, sequencialmente e simultaneamente.

Além dos processos de ação e de reação que acabamos de apresentar, de Kress e van Leeuwen (2006), temos ainda dois outros tipos: o processo mental e o processo verbal. Nascimento, Bezerra *et al* (2011) explicam que para identificarmos o primeiro, precisamos

constatar a presença de um balão de pensamento (figura 15), já para identificarmos um processo verbal, é necessário existir um balão de fala (figura 16).



Figura 15- Processo mental



Figura 16- Processo verbal

Quando temos a presença de um processo mental, Silva (2011) aclara que há um experienciador, que é um sujeito animado, e o fenômeno, representação verbal dentro da nuvem de pensamento. Na figura 15, capa da *Veja* da edição 2373, de 14 de maio de 2014, aparece um PR que, pelo cabelo e sobrancelhas delineadas, inferimos ser uma mulher. Ela apresenta-se nessa imagem como a experienciadora, já que o balão de pensamento está bem próximo de sua cabeça. No entanto, apenas a estrutura de um processo mental foi utilizada, pois o fenômeno, na verdade, não se refere a um pensamento da mulher, mas, sim, apontam dados sobre os benefícios da leitura para o cérebro que servem de chamada para a reportagem.

Em relação às narrativas verbais, pode-se afirmar que são bem típicas das histórias em quadrinhos, tendo em vista que toda a narrativa é construída em cima da relação entre texto visual e texto verbal (SILVA, 2011). Neste tipo de processo, aparecem: o dizente (sujeito animado) e o enunciado (representação verbal dentro de um balão), conforme é possível observar na figura 16, capa da edição 1205 da revista *Veja*, de 23 de outubro de 1991, na qual Zélia e Bernardo Cabral são os dizentes e o enunciado por eles, respectivamente, foram: “Este homem está vivendo só para mim”; “Está sua saia curta está deliciosa”. Explicadas as características das representações narrativas, passemos agora para o estudo das representações conceituais que, como dito na introdução desse tópico, também integram a metafunção representacional.

4.1.2 Representações conceituais

Uma característica marcante para diferenciar o processo narrativo do processo conceitual consiste no fato de este último não apresentar vetores. Isto ocorre porque as representações conceituais definem os participantes a partir de sua estrutura, significação ou classe. Segundo Kress e Leeuwen (2006) as representações conceituais podem ser realizadas por meio de processos classificatórios, processos simbólicos ou processos analíticos.

Nascimento, Bezerra *et al* (2011, p. 537) ensinam que os processos classificatórios “representam participantes arranjados de forma relativamente simétrica, destacando suas características em comum, que os definem como pertencentes a uma determinada categoria”. Almeida e Fernandes (2008) acrescentam que nessa categoria a interação entre os participantes é realizada por meio da taxonomia, assim pelo menos um grupo atua como subordinado e há pelo menos um participante superordinado, mesmo que este nem sempre seja explícito.



Figura 17- Processo conceitual classificatório.

As classificações podem ser explícitas ou implícitas. Por exemplo, quando há legendas verbais, como no caso da figura 17 onde notamos a presença do léxico “modelo”, obtém-se um processo classificatório explícito, “visto que a categoria à qual os participantes pertencem está identificada de modo inequívoco no texto”, conforme orientam Nascimento, Bezerra *et al* (2011, p. 537). Estes autores advertem ainda que, independentemente do tipo de

processo classificatório, o escopo reside sempre na tentativa de agrupar participantes enquanto integrantes de um grupo a partir de suas características, sejam elas efêmeras ou imutáveis.

Em relação ao processo analítico, Fernandes (2011) explica que uma das primeiras diferenças em comparação aos processos classificatórios reside no fato de a estrutura composicional analítica não apresentar os elementos articulados simetricamente. Assim, pode-se afirmar que inexistente o escopo de integrar um participante a um grupo, buscando-se, por outro lado, representar “os elementos na imagem em uma relação parte/ todo” (NASCIMENTO, BEZERRA *et al*, 2011, p. 538). São dois os participantes reconhecidos no processo analítico: o portador, que se relaciona com o todo, e o atributo possessivo, que se relaciona com a parte. Almeida e Fernandes (2008) ensinam também que este tipo de processo pode ser estruturado (apresentando rótulos ou descrições) ou desestruturados (não especificando a relação parte/ todo).



Figura 18- Processo analítico



Figura 19- Processo analítico

Na figura 18, edição da *Veja* 1837, de 21 de janeiro de 2004, e na figura 19, edição 1888, de 19 de janeiro de 2005, temos exemplos de processos analíticos nos quais são selecionadas partes do corpo feminino para representar a sexualidade. Analisando-se as capas da revista *Veja*, percebe-se que essa é uma estratégia recorrente quando o foco é discutir questões como sexualidade e traição. Kress e van Leeuwen (2006) *apud* Fernandes (2011) advertem que o processo é ideológico, pois selecionar atributos implica naturalizar algumas características e excluir outras. Assim, é possível afirmar que tais capas ajudam a reforçar o discurso que já deveria estar ultrapassado da mulher como objeto de sexualidade.

Por fim, temos os processos simbólicos que se referem ao que o participante representa ou ao que o participante de fato é (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Para Almeida e Fernandes (2008, p. 17), “estabelecem a identidade do participante por meio de atributos que chamam a atenção através do tamanho, da escolha de cores, do posicionamento, do uso de iluminação, entre outros”. Em outros termos, Nascimento, Bezerra *et al* (2011) aclaram que este processo introduz elementos que agregam valor adicional à composição pictórica, pois não são características inerentes a elas, desempenhando no modo visual o mesmo papel exercido pelas metáforas e analogias na linguagem verbal.

Os processos simbólicos são: atributivos ou sugestivos. No primeiro, Fernandes e Almeida (2008) ressaltam que o participante é destacado a partir do seu posicionamento dentro da imagem. Já no segundo, o simbolismo é realizado por meio de mistura de cores, da acentuação da luminosidade, entre outros recursos semióticos.



Figura 20- Simbólico- atributivo



Figura 21- Simbólico- sugestivo

No exemplo da figura 20, edição 2100, de 18 de fevereiro de 2009, o filho foi representado exageradamente grande e os pais bem pequenos. Isto ocorre para metaforicamente representar que pais e filhos estão invertendo posições, não no sentido dos filhos cuidarem dos pais, mas significando que os filhos estão querendo mandar nos pais. Na figura 21, é o processo sugestivo que aparece pela iluminação excessiva utilizada, fornecendo uma áurea pura à princesa Diana, ressaltando assim a boa fama que possuía pelos seus trabalhos solidários, dando um tom celestial à composição.

4.2 A metafunção interativa

Nascimento, Bezerra *et al* (2011) explicam que as imagens, além de construírem estruturas narrativas e conceituais, também realizam interações entre os participantes representados e o leitor. Assim, Almeida e Fernandes (2008) afirmam que é essa função a responsável por estabelecer maneiras de aproximação ou afastamento dos participantes que mencionamos, por meio de quatro recursos: contato, distância social, perspectiva e modalidade.

O contato é estabelecido pelo vetor formado entre a linha imaginária surgida entre olhos do PR e do participante interativo. Assim, quando o PR olha diretamente para o leitor, surge o que chamamos de demanda, ou seja, um convite para interagirmos com aquela imagem.

É pertinente apontar, uma vez que a teoria busca apresentar regularidades na utilização de padrões dos recursos semióticos para gerarem-se potenciais significados, que encontramos por meio da análise das capas da revista *Veja* um constante uso do recurso de demanda ao representarem mulheres famosas.



Figura 22- Contato de demanda

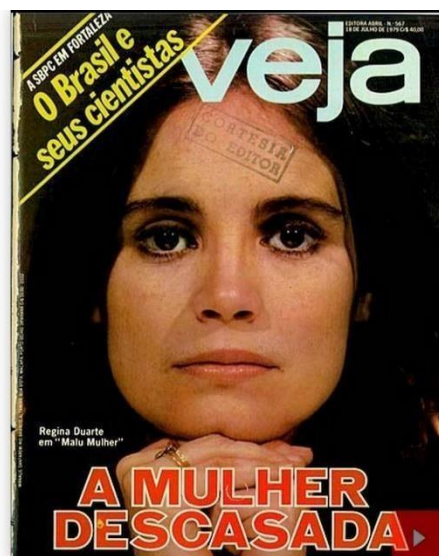


Figura 23- Contato de demanda

Selecionamos a figura 22 e a figura 23, respectivamente de 10 de maio de 1978 e 18/07/1979, para demonstrar que uma estrutura imagética muito semelhante foi utilizada com intervalo de apenas dois meses, apontando-se assim para a frequência do recurso da demanda

para construir a interação entre personalidades e o público em geral. Van Leeuwen (2008), no seu capítulo sobre a representação visual dos atores sociais, chama de demanda simbólica essa construção pictórica que sugere ao leitor que a interação com o PR é possível.

Há situações, por outro lado, nas quais o PR não olha diretamente para o leitor. Nesses casos, podemos asseverar que não há demanda, mas oferta. Em outros termos, o PR, ao invés de um sujeito da interação, torna-se um objeto a ser analisado (ou o objeto por ser o que o PR está olhando, e ofertando ao olhar do leitor), conforme é possível observar na figura 24, capa da edição 73, de 28 de janeiro de 1970, da revista *Veja* que pode ser visualizada a seguir.

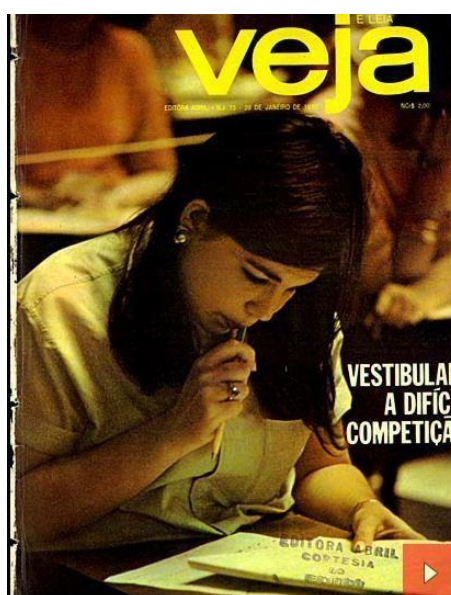


Figura 24- Oferta

Outra categoria que para Leeuwen (2008) auxilia a responder o questionamento de como é realizada a interação entre o PR e o leitor é a distância social. Para este autor a seleção do plano da foto a ser utilizado pelo produtor é capaz de expressar proximidade de um amigo ou o desejo de manter-se afastado de desconhecidos. Assim, postula-se que a distância é uma variável simbólica, “pessoas mostradas a distância em plano aberto, são representadas como se fossem desconhecidas; pessoas mostradas em plano fechado são apresentadas como se fossem uma de nós” (VAN LEEUWEN 2008, p. 138- tradução minha). Há também além desses planos o plano médio no qual o PR é mostrado da cabeça ao joelho, já indicando uma certa distância entre o PR e o leitor.



Figura 25- plano fechado



Figura 26- plano médio



Figura 27- plano aberto

Antes de comentarmos a figura 25, edição 2262, de 28 de março de 2012, a figura 26, capa da edição 2366, de 26 de março de 2014, e a figura 27, 05 de janeiro de 2011, julgamos ser pertinente apontar a concepção de Fernandes (2011) sobre o caráter ideológico das seleções dos recursos manipulados pela mídia, pois ao analisar os discursos subjacentes à representação do ex-presidente Lula nas capas das revistas *Veja*, a autora concluiu que, em se tratando de artefatos midiáticos, dificilmente as escolhas são feitas de modo aleatório.

Partilhamos desta concepção e percebemos que o caráter ideológico das escolhas pode ser observado nos exemplos quando avaliamos os planos apresentados nas imagens das representações da presidenta Dilma. Percebe-se que o plano escolhido indica a distância social e é manipulado nas representações a fim de sugerir, por exemplo, qual era o momento que ela vivenciava, em relação à opinião pública. Por exemplo, na figura 27, que é de 2011, temos o momento da posse; nessa representação temos o plano aberto, que visa apresentar a presidente como um todo ao Brasil. Na figura 25, a ideia é insinuar que a revista *Veja* conseguiu uma entrevista exclusiva com Dilma, e o plano fechado traz essa ideia de proximidade, por isso, consequentemente, os leitores passariam a conhecer mais a Dilma após lerem a entrevista. Por fim, na figura 26, temos o início dos escândalos da corrupção da Petrobrás e o fato de ela estar se afundando no Petróleo, aparecendo em plano médio sugere que devido aos indícios de corrupção ela está gradativamente se afastando do leitor (eleitor).

A variável da perspectiva, segundo van Leeuwen (2008), indica a relação social entre os participantes representados e interativos. Visualmente, refere-se ao ângulo selecionado na produção da imagem que revelará dois aspectos fundamentais: poder e envolvimento (atitude). Este autor elucida em relação ao primeiro que:

Olhar de um ângulo alto alguém que está mais abaixo é exercer um poder simbólico sobre aquela pessoa. Este tipo de posição mais alta é criada na vida real pelos púlpitos, palcos, balcões e demais maneiras que literalmente elevam as pessoas, a fim de demonstrar a sua posição social superior. Olhar para cima a fim de fitar alguém expressa que aquela pessoa que está mais alta tem um poder simbólico em relação ao observador, seja como uma autoridade, um modelo a ser seguido e entre outros. Quando o olhar dos participantes estão no mesmo nível isso demonstra igualdade. (VAN LEEUWEN: 2008, p. 139- tradução minha).



Figura 28: ângulo baixo
(poder do participante
representado)



Figura 29: ângulo alto
(poder do observador)

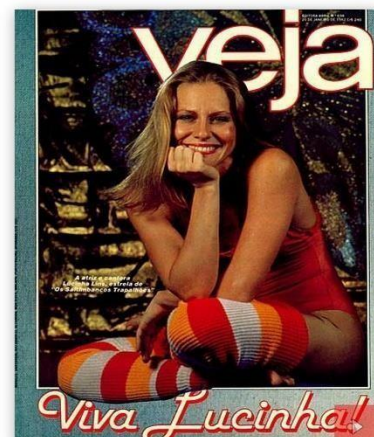


Figura 30: ângulo
nivelado
(igualdade)

Em relação à atitude, Nascimento, Bezerra *et al* (2011, p. 540) esclarecem que a posição do corpo do PR sinaliza o grau de distanciamento ou de aproximação com o observador da imagem. Segundo os autores, é como se o PR pudesse ser girado em torno de um eixo vertical, e, a partir daí, surgissem três posicionamentos de referência: de costas, de frente ou de lado, assim, a variável da atitude “é realizada através do ângulo em que o participante é captado na imagem”.



Figura 31- PR de Costas
indiferença



Figura 32- Ângulo frontal:
envolvimento



Figura 33- Ângulo oblíquo:
afastamento

No que concerne à modalidade, Almeida e Fernandes (2008) esclarecem que esta categoria refere-se aos diversos mecanismos utilizados para ajustarmos o nível de realidade que a imagem representa. Fernandes (2011) informa, ainda, que o termo modalidade tem origem na teoria da argumentação e refere-se ao valor de verdade ou credibilidade de enunciados linguisticamente materializados acerca do mundo. Por analogia, cada imagem, a depender de sua configuração, apresenta-se com um maior ou menor valor de verdade, assim como os modalizadores fazem com as afirmações verbais.

São parâmetros para asseverar a modalidade de uma imagem, de acordo com Fernandes (2011): 1) a saturação das cores; 2) a diferenciação das cores; 3) a modulação de cores; 4) a contextualização: da ausência de background a um background detalhado; 5) representação numa escala que vai da abstração à produção de detalhes; 6) profundidade ou ausência de profundidade; 7) iluminação; e o 8) brilho.

Diante de tantos parâmetros possíveis para refinar o grau de modalidade de uma imagem, Fernandes (2011, p.160), baseando-se em Kress e van Leeuwen (2006), sustenta que “a realização da modalidade nas imagens é muito mais complexa e sutilmente graduada do que a realização da modalidade na linguagem verbal”.



Figura 34- Imagem pouco saturada:
alto valor de verdade.



Figura 35- Imagem muito saturada:
baixo valor de verdade.

Expostos os tópicos mais importantes da metafunção interativa para a nossa pesquisa, passemos agora para a apresentação da metafunção composicional, última seção teórica antes de partimos para o nosso capítulo analítico.

4.3 A metafunção composicional

Kress e van Leeuwen (2006) ensinam que esta metafunção refere-se ao modo como os elementos composicionais de uma dada imagem se articulam entre si para formar um todo coerente, expressando ideias específicas, sendo três os recursos básicos utilizados: valor de informação, saliência e estruturação.

O valor de informação diz respeito à posição dos elementos dentro de uma proposição imagética, pois dependendo da colocação dos mesmos, os valores das informações são diferentes. São três as dicotomias da zona pictórica: topo/ base, esquerda/direita e centro/margem. Cabe ressaltar antes de explicarmos cada uma dessas dicotomias que as observações feitas são relevantes para os estudos da cultura ocidental.

Nascimento, Bezerra e *et al* (2011) explicam que as posições complementares topo/base expressam respectivamente os valores de informação ideal/real. Sendo a informação do topo considerada ideal, porque apresenta algo genérico ou idealizado e a informação da base real, porque especifica o que foi apresentado acima ou porque descreve os elementos da

proposta.

Já a dicotomia esquerda/ direita, usualmente apresenta a informação dada do lado esquerdo e a informação nova do lado direito. Fernandes e Almeida (2008) orientam ainda que essa informação trazida do lado direito, mesmo que não seja algo totalmente novo, deve ser algum dado ao qual o leitor deva observar de maneira especial. Percebe-se uma certa regularidade na utilização desta estrutura composicional quando se procura sugerir o antes e o depois de tratamentos estéticos, conforme é possível observar a seguir.

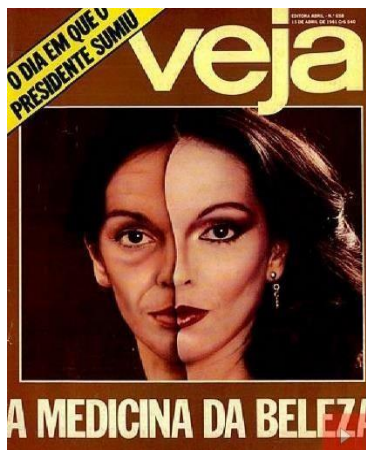


Figura 36: dado/ novo



Figura 37: dado/novo



Figura 38: configuração tríplica

A figura 38 apresenta ainda uma outra particularidade. Além de não apresentar a mesma mulher no padrão dado/ novo, mas, sim, de um lado a mãe, e do outro a filha, a fim de sugerir que há atualmente uma geração na qual a diferença de idade é pouco percebida, temos também nesta imagem a presença de um mediador na parte central, formando um tríptico polarizado. Assim, serão as informações presentes nesta coluna que farão a articulação entre o dado/novo, tornando a mensagem mais significativa.

Devemos ressaltar que a disposição das informações na estrutura centro/margem apresentam as seguintes características: o conteúdo informacional do centro é geralmente o dado mais relevante a ser observado e a informação trazida nas margens é de menor valor ou subordinada à informação central.

Um outro recurso da metafunção composicional é a saliência, que é definida por Almeida e Fernandes (2008, p. 24) como a “ênfase maior ou menor que certos elementos recebem em relação a outros na imagem, ou importância hierárquica. Faz com que eles chamem mais a atenção do observador”. Para Nascimento, Bezerra e *et al* (2011) são

maneiras de se denotar a saliência: 1) variações de tamanho de elementos em relação aos demais; 2) a coordenação de cores e 3) a visualização em primeiro plano em relação aos demais componentes da imagem.

Por fim, gostaríamos de enfatizar que, de forma resumida, procuramos, nesta seção, apresentar e ilustrar a teoria que utilizaremos na análise do nosso *corpus*. Buscamos demonstrar que há uma série de recursos dos quais se pode lançar mão ao se produzir uma imagem e que existe também uma certa regularidade na utilização destes recursos quando se almeja gerar potenciais significados. É na expectativa de traçarmos um caminho pertinente ao decodificarmos os discursos veiculados imagneticamente pelas capas da revista *Veja* que tratam da inserção da mulher no mercado de trabalho que partimos agora para análise dos dados.

CAPÍTULO 5

A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: UMA ANÁLISE MULTIMODAL DE CAPAS DA REVISTA VEJA

Discursos e imagens cobrem as mulheres com uma vasta e
espessa capa.

Michelle Perrot

Neste capítulo, analisamos seis capas da revista *Veja* que apresentam verbalmente e visualmente referência à mulher e ao mercado de trabalho. A partir das imagens, investigamos como é realizada a construção semiótica da mulher que exerce alguma atividade remunerada. Nas nossas análises, procuramos apontar mudanças históricas no modo de representação, bem como descrever como os recursos semióticos foram mobilizados a fim de produzir potenciais significados.

A teoria que utilizamos é a da sociossemiótica visual. Assim, a partir dos ensinamentos de Kress e van Leeuwen (2006), fizemos a descrição estética das capas selecionadas. Cabe ressaltar que não selecionamos nenhuma lente específica entre as disponíveis na GV, pois os artefatos do nosso inventário possuem estruturas distintas e complexas e caso selecionássemos apenas uma metafunção, por exemplo, poderíamos perder de vista aspectos muito relevantes para o entendimento da codificação imagética da mulher. Para esse tipo de pesquisa, a consideração dos aspectos históricos e culturais é imperativa, por isso, os estudos dessa ordem sempre são mobilizados durante as análises.

5.1 A construção semiótica da mulher no trabalho

Para uma melhor compreensão das representações que encobrem as mulheres que ingressam no mercado de trabalho, como já explicamos, decidimos dividir o nosso *corpus* em dois grupos: o primeiro traz mais detidamente a narração visual da inserção da mulher no mercado de trabalho (capa 1, edição nº 475, capa 3, edição nº 1535, capa 4, edição nº 1674 e capa 6, edição nº 2267), e um outro grupo que apresenta a articulação entre o mercado de trabalho e a maternidade (capa 2, edição nº 1185, capa 5, edição nº 1789). Isto posto,

passamos agora para o estudo de cada capa dentro dos seus grupos, para em seguida, no capítulo conclusivo, traçarmos uma comparação entre todas.

5.1.1 A mulher no trabalho

A figura 39, capa da edição nº 475, de 12 de outubro de 1977, apresenta uma mulher ao centro, o nome da revista em amarelo, assim como a chamada “A mulher no Trabalho”, também nessa mesma cor. No alto do canto esquerdo, as chamadas adicionais para outras reportagens “Festa musical Tom e Vinícius” e “O Corinthians e o corintianismo”, estão escritas na cor preta e o fundo em harmonia com o restante da capa é amarelo.

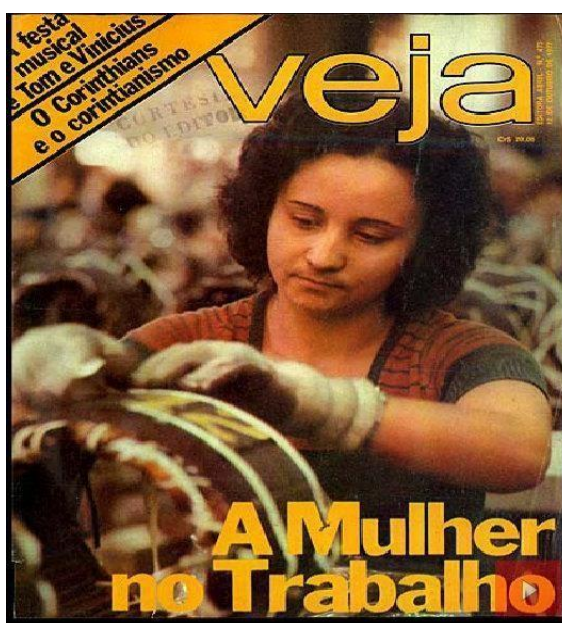


Figura 39- Capa 1

Em relação às representações, estamos diante de uma imagem complexa, uma vez que, ao mesmo tempo, a PR está executando uma ação por meio de vetores (processo acional), também realiza uma ação por meio do olhar (processo reacional) e ainda representa uma classe através de suas particularidades (processo classificacional). No primeiro caso, a PR está direcionando os seus braços, que se apresentam como vetores, em direção a uma máquina da fábrica, materializando visualmente a interação entre o ator e a meta, pois trata-se de uma estrutura imagética transacional. Esta mesma proposição imagética temos em relação

ao olhar da PR (nesse caso, reator) que mira firmemente a mesma máquina (nesse caso, fenômeno, alvo do olhar). A nosso ver, essa composição pictórica sugere o foco que as mulheres daquela década tinham em relação à entrada no mercado de trabalho que, até aquele momento, como apresentamos no capítulo anterior, aconteceu primeiramente no universo operário.

Já o processo classificacional ocorre porque a PR representado está subordinado à categoria “A mulher no trabalho” e simultaneamente apresentando as características desta categoria, tentando vincular a população economicamente ativa feminina a essa representação. Dessa forma, se às palavras reserva-se a função de relatar os fatos e às imagens reserva-se o papel de interpretá-los (VAN LEEUWEN, 2011), logo percebe-se que o fato dado pelo título é “A mulher no mercado de trabalho” (texto verbal) e a imagem (interpretação deste fato) apresenta uma figura humilde, laborando mecanicamente dentro de uma fábrica.

No que se refere à distância social, temos uma estrutura bastante sugestiva, e, para Leeuwen (2008, p.138), essa variável é mesmo muito simbólica para ilustrar a interação entre a PR e o leitor. Assim, percebemos que a mulher representada, apesar de não interagir conosco, foi retratada em um plano médio, como se fosse próxima de nós. Uma interpretação possível é que isso ilustra a concentração que ela dedica a seu afazer, ou, mais do que isso, a determinação que ostenta para permanecer no trabalho, independentemente das opiniões e julgamentos dos leitores (da sociedade), que naquela época eram muitos: “Cássio Gonçalves, advogado trabalhista, teme que a expansão do trabalho feminino até o horário noturno acabe se transformando num grave fator de desagregação familiar” (*Veja*, edição 475, 1977, p. 96). Um outro traço que nos permite inferir que a PR não se intimida diante das dificuldades que enfrenta para permanecer no trabalho foi o ângulo da câmera utilizado, pois percebemos que o PR está no mesmo nível que o nosso, sugerindo, assim, igualdade.

A impressão que passa é de um registro de um dia comum dessa operária que talvez, devido à concentração com o seu trabalho mecânico, nem tenha se dado conta de que a fotografia foi tirada. A PR apresenta um semblante sério e notadamente está inserida num universo fabril que se encontra um pouco embaçado. A nosso ver, este plano de fundo pouco detalhado não diminui a modalidade, pois conseguimos perceber facilmente o ambiente, a impressão que passa é que foi utilizado esse recurso semiótico apenas para que a PR ficasse mais saliente (recurso da metafunção composicional).

A análise desta capa, articulando-se o texto verbal “A mulher no trabalho” e a imagem da operária na fábrica, demonstra o quanto é significativo o discurso veiculado quando se analisam diferentes signos mobilizados num mesmo momento comunicativo, uma vez que, se por um lado, os produtores podem sustentar que não pretendiam criar nenhum estereótipo da mulher que trabalha fora e que simplesmente uma seleção era necessária, por outro lado, podemos afirmar que, ao eleger aquela representação, apresentaram um padrão e silenciaram as demais possibilidades.

A produção da imagem com o silenciamento total das outras possibilidades de postos de trabalho para as mulheres é significativa, uma vez que se constitui em uma forma de exclusão simbólica (VAN LEEUWEN, 2008), sugerindo que apenas na fábrica era possível para elas encontrarem oportunidades. Assim, pela leitura dessa capa, pode-se depreender que, segundo a interpretação da revista *Veja*, “A mulher que trabalha” é a mulher no universo operário.

Vejamos agora um quadro-resumo da análise em relação às características mais relevantes da imagem, percebidas através das lentes das metafunções.

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Mulher, máquina
1.2 Processos narrativos	Processo acional: os vetores partem da mulher (ator), em direção à máquina (meta).
	Processo reacional: os vetores que partem do olhar do reator (operária) se voltam diretamente para a máquina (fenômeno).
2 Metafunção Interativa	
2.1 Contato	Oferta, não há interação.
2.2 Distância Social	Plano médio, relativa proximidade.
2.3 Perspectiva	Câmera no mesmo nível, igualdade.
2.4 Modalidade	Alta modalidade
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	PR localizado ao centro, em posição saliente.

Quadro 2: Resumo da análise da capa 1

Na próxima seção, analisaremos uma capa de 1998 na qual o protagonismo da mulher no mercado de trabalho é representado na capa em relação ao avanço da figura feminina em cargos hierarquicamente prestigiados. O lapso temporal entre a Capa 1 e a Capa 2 é de mais de 20 anos, o que se torna bastante significativo, pois percebemos que, apesar de durante esse período existirem outras capas que tratam de assuntos ligados ao aspecto profissional de homens e mulheres, só na edição 1535 o foco volta a ser a entrada da mulher no mercado de trabalho.

5.1.2 Os homens que se cuidem: a construção semiótica da mulher que avança no mercado de trabalho

A figura 40, capa da edição nº 1535, publicada em 25 de fevereiro de 1998, traz como chamada de reportagem uma afirmação que se assemelha a um aviso para a população masculina: “Os homens que se cuidem: as mulheres estão avançando sobre os melhores cargos”. Esta capa serve como um exemplo ilustrativo para o que Goldenberg (2003) denomina de “guerra dos sexos às avessas”. Para esta pesquisadora, a mídia estimula a disputa entre homens e mulheres nas suas matérias, apagando a figura da companheira a ser conquistada, e propagando a ideia de que a mulher é uma inimiga a ser vencida. O conflito de poder e a atmosfera de tensão entre os gêneros foram codificados imagetivamente, através da mobilização de recursos semióticos que passaremos a expor.



Figura 40- Capa 3

Percebe-se que a capa apresenta um fundo branco e traz o nome da revista preenchido em vermelho, localizado no canto alto à direita. A chamada da reportagem, “Os homens que se cuidem”, está escrita na cor preta, já a segunda parte, “As mulheres estão avançando sobre os melhores cargos”, está escrita também na cor vermelha. Temos em destaque dois PRs: uma mulher, com características agigantadas no *foregrounded*, e um homem, com tamanho bem reduzido quando comparado a ela.

Feita essa breve descrição, devemos apontar que novamente estamos diante de uma estrutura pictórica complexa em relação à metafunção representacional, uma vez que temos processos bem marcantes e significativos na imagem: o processo narrativo reacional e processos conceituais. O processo narrativo reacional aparece no olhar do homem (reator), observando de baixo para cima o agigantamento da mulher (fenômeno). Portanto, é uma estrutura transacional quando se analisa a direção do olhar dele. Essa é uma das características que de imediato sugere, de acordo com a capa, a hierarquia da figura feminina sobre a masculina, pois “olhar para cima a fim de encarar alguém expressa que aquela pessoa que está mais alta tem um poder simbólico em relação ao observador” (VAN LEEUWEN, 2008, p. 139). Em relação à PR feminina, não é possível afirmar que observa o homem, pois está

representada de costas e apenas a metade inferior do seu corpo é mostrada, sendo desconhecida, portanto, a direção que está posicionada a sua cabeça e, conseqüentemente, para onde se projeta o seu olhar. Kress e van Leeuwen (2006) ensinam que, muitas vezes, os fenômenos das imagens são suprimidos para que interpretações equivocadas sejam geradas. Neste caso, temos uma manipulação distinta, pois, na verdade, o PR masculino poderia ser naturalmente o fenômeno da PR feminina, mas o seu olhar foi suprimido, o que para nós pode indicar que simplesmente ela ignora a presença do homem ou, pelo menos, sugere que ela não se intimida com a presença dele.

No que tange aos processos conceituais, acreditamos que, até mesmo se considerarmos apenas esse aspecto, a figura 40 já é uma imagem complexa, pois o processo classificatório, simbólico e analítico ocorrem simultaneamente sem que seja possível privilegiar um em relação ao outro em termos de importância para construção de potenciais significados da composição pictórica.

Observamos que o processo classificatório é explícito, pois há legendas que fazem referência às mulheres e aos homens. Dessa maneira, pretende-se que as pessoas inseridas no mercado de trabalho e que buscam cargos socialmente prestigiados se identifiquem com essas representações. Assim, esse processo classificatório tem mão dupla: além de pretender integrar esses PRs ao grupo da elite dos trabalhadores, almeja também torná-los os representantes desse grupo.

Já o processo analítico pode ser percebido em dois elementos: na parte do corpo da mulher e na pasta que ambos seguram. No primeiro elemento, foram selecionados atributos possessivos sugestivos de sensualidade como saia, pernas à mostra, meia-calça e salto alto para se relacionar com o portador dessas características que estereotipadamente seria a mulher profissionalmente bem sucedida. Já no que se refere à pasta, percebemos um processo analítico repleto de simbolismos, pois ambos ostentam o mesmo modelo de bolsa que é tradicionalmente um modelo masculino. A nosso ver, existe um processo analítico no qual a pasta seria um atributo possessivo e o portador, nesse caso, é a pessoa que conseguiu o emprego ou os melhores cargos, como a chamada da reportagem destaca. Assim, simbolicamente a mulher ostentar este objeto significa que agora ela detém também a posse de algo que antes era exclusivamente deles.

Nesta capa, o processo simbólico atributivo é percebido tanto pela representação agigantada da PR feminina quanto pela redução do tamanho do PR masculino. Como o uso desse recurso semiótico no campo visual é equivalente ao uso de metáforas e de analogias no

campo verbal (BEZERRA *et al*, 2011), podemos afirmar que metaforicamente a *Veja* queria sugerir quais eram os papéis que estariam sendo desempenhados respectivamente pelas mulheres e pelos homens na sociedade. Dessa maneira, estaríamos observando a ascensão das mulheres e um aparente recuamento dos homens. Quando lemos a reportagem, percebemos que há um discurso sendo veiculado que contradiz a própria capa “O homem não foi derrotado. A mulher é que está encontrando seu espaço. Sozinha, sem proteção, nem briga” (*Veja*, edição 1674, p. 131).

O discurso da reportagem e o discurso imagético da capa tornam-se ainda mais contraditórios quando analisamos a imagem a partir dos dispositivos analíticos da metafunção interativa, uma vez que, diante da situação de oferta que a não interação deles conosco nos proporciona, a impressão que surge é que presenciamos uma cena de duelo entre os PRs. A mulher é assim apresentada não mais como uma potencial companheira, mas como uma inimiga a ser vencida (GOLDENBERG, 2000). A posição de combate é perceptível quando se constata que ambos estão frente a frente com as pernas afastadas em posição de base e seguram as pastas de trabalho que simbolizam as suas armas para a luta. Interessante destacar que quando observada à variável desta perspectiva, neste momento, a mulher detém mais poder. Essa configuração é bem semelhante a imagens que retratam os famosos duelos do faroeste, conforme é possível observar na figura 41:

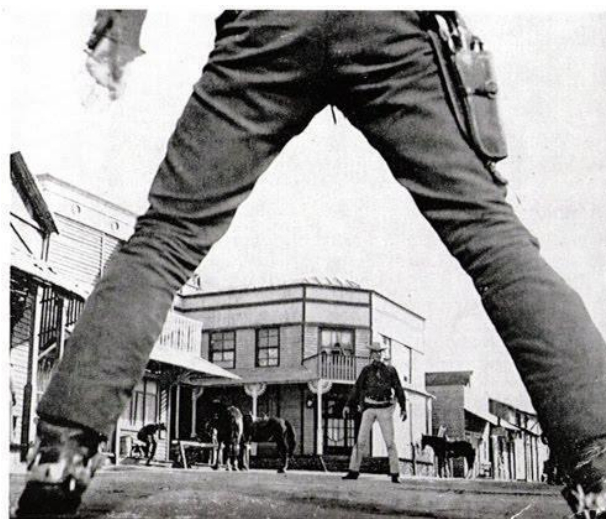


Figura 41⁸ - Representação de um duelo

⁸ Imagem retirada do site: http://wconnolly.blogspot.com.br/2010_06_01_archive.html, acesso em: 08 de julho de 2014.

Em relação à função composicional, destacamos as posições que ocupam os PRs feminino e masculino na capa, pois isso é importante para a apreensão dos discursos veiculados. Analisando a imagem, logo se percebe que a figura da mulher ocupa $\frac{3}{4}$ de todo o espaço, uma vez que, pelo seu agigantamento, preenche a margem esquerda, toda a parte central e ainda uma boa faixa do topo. Já ao homem é reservado apenas o canto inferior direito. Pela dicotomia pictórica esquerda/ direita, que é a mais claramente delineada, percebe-se como dado o destaque que a mulher vem paulatinamente galgando na sociedade e como novo esse recuo da figura masculina.

Por fim, ao analisarmos a saliência, devemos reiterar que o tamanho dos PRs é essencial para veicular o discurso pretendido. Além disso, a coordenação das cores utilizadas merece destaque, visto que 1) as vestimentas de ambos são pretas e típicas de trabalhadores executivos, o que lhes confere uma identidade mútua; 2) todo o texto verbal relacionado as mulheres foi escrito em vermelho, inclusive o nome da revista *Veja*, dando destaque a elas, 3) já o que é referente a eles é escrito na cor preta. Uma interpretação possível a partir dessa coordenação de cores é que para elas o que é vibrante, já que o vermelho é associado ao sangue, à vida. Assim parece que o produtor da capa queria sinalizar que as mulheres estavam levando mais “vida” e cores para o mercado de trabalho. Vejamos o quadro-resumo da análise da figura 40 em relação às características mais relevantes da imagem, percebidas através a partir das metafunções propostas por Kress e van Leeuwen (2006):

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Mulher, homem.
1.2 Processos narrativos	Processo reacional: os vetores que partem do olhar do reator (homem) em direção à mulher (fenômeno).
1.2 Processos conceituais	Processo classificatório: representação explícita de homens e mulheres do alto escalão do mercado de trabalho. Processo simbólico atributivo: agigantamento da mulher e redução na escala do tamanho do homem, o que faz com que a mulher pareça superior a ele. Processo analítico: o atributo possessivo é a pasta executiva e o portador é aquele que a segura, simbolizando que é aquele que detém o emprego.
2 Metafunção Interativa	

2.1 Contato	Oferta, não há interação dos PRs com o observador.
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	Esquerda/ direita: participante feminina ocupa a maior parte do espaço, localizada na parte esquerda e central, já o PR masculino ocupa apenas o canto inferior direito.
3.2 Saliência	- A mulher ocupa a maior parte da página e é apresentada com características agigantadas. O homem é representado em tamanho reduzido. - A coordenação de cores é realizada de modo que tudo que é positivo é escrito em tom vermelho, inclusive o nome da revista, para dar destaque à mulher. Já o texto verbal que menciona algo em relação aos homens é escrito na cor preta, o que confere um tom sombrio às informações sobre os homens.

Quadro 3: Resumo da análise da capa 3

Gostaríamos de ressaltar, por fim, que esta capa silencia a bipolarização em que se encontra a progressão da atividade feminina no Brasil, desde a década de 1990 até os dias atuais. Se por um lado, existem algumas mulheres ocupando posições de prestígio em seus empregos, do outro lado a imensa maioria exercem funções mal remuneradas e desvalorizadas socialmente (MARUANI; HIRATA, 2003), conforme apontamos no capítulo 2. Da forma que a *Veja* expõe a situação, totaliza a realidade que, de fato, é específica, pois sabemos que essa guerra em busca dos melhores empregos não acontece em todos os grupos, mas, sim, apenas nas classes mais elevadas. Talvez tenhamos como razão para que esse fato tenha sido relatado com tanta evidência, o próprio perfil do leitor da revista que há um bom tempo é formado principalmente por pessoas da classe B e por mulheres.

Na capa seguinte, de quase uma década depois, veremos as mulheres alcançarem posições sociais antes inimagináveis. Assistiremos elas saírem “do lugar subalterno que lhes era reservado para ocuparem posições significativas no mundo do trabalho e atuar em profissões antes tidas como exclusivamente masculinas” (NEPOMUCENO, 2013). No entanto, uma das questões que discutiremos é se esse avanço alcançou a todas e como a revista representou semioticamente essa questão.

5.1.3 ELAS VENCERAM... Mas elas quem?

A capa da edição 1674, de 08 de novembro de 2000, é dedicada às mulheres, especialmente, às mulheres que, segundo a revista *Veja*, venceram! Na capa deste exemplar, vemos uma estruturação bastante singular, pois a imagem é formada por um mosaico de rostos femininos conhecidos, em boa parte, pelo público, pois são mulheres do meio artístico, do meio jornalístico, do campo político ou profissionais de destaque de outras áreas.

Na parte central do mosaico, temos um retângulo com fundo negro, onde se lê em letras garrafais: “ELAS VENCERAM”, seguido da exposição das áreas onde as mulheres estariam dominando: “No Brasil já há mais mulheres médicas e advogadas do que homens” e entre outras. Devemos destacar também que, sendo a intenção abordar a temática da mulher no mercado profissional, o nome *Veja* está em vermelho, como observamos na capa anterior. Complementam a capa ainda as informações acessórias, como endereço do site, número da edição, preço e código de barra, além de uma manchete secundária, apresentada na diagonal do quadrante superior esquerdo sobre “A caixa-preta do PT: o país gaúcho”, conforme é possível visualizarmos a seguir:

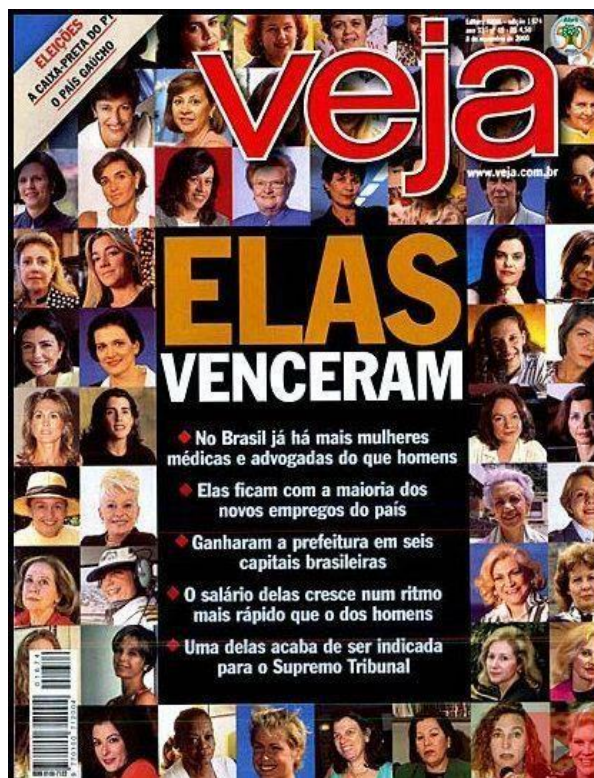


Figura 42- Capa 4

Nesta capa que passaremos a analisar, acreditamos que temos uma imagem classificacional, que, como já vimos, ocorre quando os participantes estão posicionados de forma relativamente simétrica, com ênfase para as características em comum.

Outro aspecto interessante refere-se ao fato de Kress e van Leeuwen (2005) apontarem que as estruturas classificacionais apresentam os participantes representados de modo mais generalizado, em termos de sua essência mais ou menos estável e atemporal. Essa definição nos faz refletir, uma vez que, ao analisarmos cuidadosamente a capa, encontramos apenas a imagem de uma mulher negra na última fileira (e reforçamos que, especialmente na mídia, as escolhas dificilmente são aleatórias).

De fato, a trajetória vitoriosa e repleta de poder que a capa estampa não se aplica a todas. Apesar de já na década de 1960, como apresentamos, as feministas terem, aqui no Brasil, levantado a bandeira em prol de seu ingresso no mercado de trabalho qualificado (AREND, 2013), nem todas as mulheres vivenciaram as consequentes conquistas. Como pontua Nepomuceno (2013), elas "partiram de patamares desiguais e, no desenrolar dos acontecimentos, não caminharam juntas nem no mesmo passo, com determinadas situações de nítidos privilégios para umas e exclusão para outras" (NEPOMUCENO, 2013, p. 389).

No que tange à metafunção interativa, é perceptível que, sem nenhuma exceção, todas as participantes representadas estão estabelecendo contato com o observador, surgindo assim uma demanda. Pelo que observamos, no universo da nossa pesquisa, apresentar mulheres de sucesso em *contato* de *demand*a parece ser uma regularidade nas capas da *Veja* para sugerir que a interação com aquelas mulheres que aparecem na capa é plausível. Nesse mesmo sentido, podemos observar que a fim de reforçar essa ideia, as PR estão em *close-up*, o que representa semioticamente que, além da interação com elas, ser uma delas é possível.

Em relação aos elementos composicionais, notamos que, para formar um todo coerente, eles estão organizados na dicotomia centro/margem. Assim, temos com o mais alto valor de informação os dados que estão na parte central. Em outras palavras, o conteúdo principal da capa é a notícia de que "Elas venceram", as imagens das margens são a ilustração desse fato. Registre-se que as cores utilizadas no retângulo do centro são bastante significativas. Como já dissemos, o fundo é negro, já as cores das letras são amarelas e brancas. Segundo Nepomuceno (2013, p. 388), perto da chegada do século XXI, época próxima a veiculação deste exemplar da *Veja*, "uma pesquisa constatou que, em postos de trabalho no setor de serviços, as brancas e as amarelas estavam representadas de quatro a

cinco vezes mais que as negras”, estando estas então mais confinadas aos trabalhos residenciais e, portanto, menos qualificados.

Temos, dessa maneira, pelo modo semiótico da cor, a representação da “vitória” das mulheres brancas e amarelas sobre as negras. Nepomuceno (2013) afirma que a discriminação racial tem historicamente mergulhando as negras num ciclo de vulnerabilidade que se caracteriza por baixos salários, jornadas de trabalhos maiores e pouca escolaridade. É por este fato que, apesar de sabermos que, em se tratando da porcentagem de negras em cargos hierarquicamente prestigiados, infelizmente, essa representação ainda hoje seria válida, esperamos que essa não seja a realidade atemporal da representação das mulheres vitoriosas e que nas próximas capas possamos ter mais diversidade nesse mosaico.

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Mulheres de sucesso.
1.2 Processos conceituais	Processo classificatório: representação explícita de mulheres vencedoras no mercado de trabalho.
2 Metafunção Interativa	
2.1 Contato	Demanda: forte interação com o observador.
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	Centro/ margem: a informação central e mais importante aponta que as mulheres venceram, as fotos da margem contextualizam esse fato.

Quadro 4: Resumo da análise da capa 4.

Pela análise da capa 4, percebemos que as mulheres “elevaram seu grau de instrução e conquistaram diplomas, chegando a ultrapassar os homens nesse quesito”, alcançando cargos melhores. Observaremos, na próxima capa, que, além dessa ascensão, elas galgarão os postos diretivos e políticos da mais alta importância (NEPOMUCENO, 2013 p. 382).

5.1.4 As lições das chefonas

A figura 43, capa da edição 2267, de 02 de maio de 2012, apresenta como chamada o texto “As lições das chefonas”, escrito na cor vermelha. Na parte central, temos três

participantes representadas. Acima delas, encontramos o nome *Veja* com esta mesma cor. Completam a capa uma notícia secundária sobre Carlinhos Cachoeira e as informações acessórias de data, valor e edição, conforme podemos observar a seguir:



Figura 43- Capa 6

Analisando a capa, percebemos que o foco parece ser enquadrar as três participantes representadas numa mesma categoria, uma vez que elas foram dispostas simetricamente na imagem e é a taxonomia “chefonas” a principal responsável por estabelecer uma interação entre elas. Dessa maneira, podemos afirmar que estamos diante de uma estrutura pictórica classificacional explícita.

Além da disposição simétrica e da classificação explícita, as vestimentas semelhantes usadas pelas participantes representadas também corroboram com a ideia de que elas fazem parte de um mesmo grupo, pois todas estão trajando roupas sociais; calças compridas, blusas de mangas longas e duas delas ainda usam o chamado *power suit*. Tal fato não pode passar despercebido uma vez que Mesquita e Joaquim (2012, p. 92) ressaltam que o vestuário

desempenha um papel importante para a construção social do sujeito e “consiste em uma linguagem constituída de significantes”.

Segundo estas autoras, na década de 1970, por exemplo, as mulheres faziam o uso constante de roupas de cortes masculinos porque acreditavam que assim transmitiam uma imagem de pessoa confiante e independente. Com esse mesmo objetivo, entraram em cena, em meados da década de 1980, os chamados *power suits*, que para as mulheres daquela época, tinham a função representar a autoridade, ser símbolo de confiança e ambição, projetando para a sociedade uma representação de mulher de negócios.

Podemos dizer que, mesmo que mais de trinta anos tenham se passado, as participantes representadas optaram por utilizar roupas que desde os anos 1980 eram símbolo de poder, para que os observadores não tivessem dúvidas para enquadrá-las na categoria das “chefonas”, ou seja, no grupo das pessoas que detém autoridade.

O comportamento gestual (que é uma linguagem não verbal bastante expressiva) também sugere isso, pois as participantes representadas por meio do posicionamento dos braços e mãos efetivam toda a ideia de poder que a capa deseja apresentar. Por exemplo, a PR que está no centro da imagem aparece com os braços cruzados. Além disso, esse gesto indica também que as PRs, mesmo que, inconscientemente, está avaliando o seu interlocutor. Sendo assim, podemos dizer que a postura das duas PR com a mão no quadril sinaliza que, também por meio dos gestos, elas querem afirmar a sua superioridade.

Ao tentar afirmar imgeticamente a pretensa superioridade, as PRs foram apresentadas de modo a manter uma certa distância social do observador, sendo os padrões de experiência da mentafunção interacional os responsáveis por confirmarem isso. Por exemplo, quando começamos a observar a natureza do olhar, logo percebemos que todas as mulheres da capa estabelecem um olhar de demanda. Se por um lado, poderíamos dizer que esse olhar confiante de demanda faz um convite para que o observador interaja com as PRs, por outro lado, essa demanda parece apenas sinalizar que o observador deve contemplar o sucesso obtido por elas até então. Assim, essa demanda mais do que gerar uma intimidade, gera uma intimidação, reforçada pela variável da perspectiva.

A distância social é também mantida através do uso do plano médio e do ângulo que as PRs foram captadas na imagem. Em relação ao plano médio, é possível perceber que todas as PRs são mostradas da cabeça até um pouco mais abaixo do joelho. A atitude, revelada pelo ângulo, reforça esse afastamento porque todas estão posicionadas de lado, ou seja, em ângulo oblíquo, sinalizando que não há a intenção de se envolverem com o observador.

Neste ponto da análise, é interessante ressaltar que essa capa reflete a realidade que encontramos na sociedade, uma vez que sugere que apenas um grupo muito restrito integra a categoria das “chefonas”. De fato, como já dissemos neste trabalho, os dados sociais apontam que há uma balança desequilibrada, no Brasil, em relação aos postos de trabalho que as mulheres ocupam, pois, se por um lado, há profissionais bem qualificadas, ocupando cargos de prestígios (como as PRs da capa), por outro lado, há uma imensa maioria exercendo funções mal remuneradas e desprestigiadas.

De qualquer forma, é importante que este sucesso obtido, mesmo que ainda de uma pequena parcela da população feminina, seja destacado, uma vez que até pouco tempo atrás o espaço de realização da mulher deveria restringir-se ao espaço doméstico. Scott (2013) registra que somente no ano de 1943 as leis brasileiras autorizaram que a mulher casada pudesse trabalhar fora sem uma autorização expressa do marido e só em 1992, com o novo Código Civil, foi formalmente reconhecida a igualdade entre homens e mulheres no casamento.

O destaque das PRs é materializado pela função composicional que foi produzida no eixo vertical ideal/ real. Sendo assim, podemos dizer que, estando o corpo delas da cintura para cima no topo da imagem, sinaliza que o *ideal* seria que todas as mulheres conseguissem atingir a mesma posição de chefia que elas já conseguiram. Já no eixo real, temos a descrição do que foi apresentado de modo idealizado na parte de cima da capa. Neste caso, a informação contida na base detalha sobre o que a matéria irá tratar (“As lições das chefonas”) e apresenta algumas posições de destaques no mercado de trabalho que as mulheres já conquistaram (8 presidências de grandes empresas) e (12 especialistas em carreira).

Em relação às cores utilizadas na produção da capa, percebe-se que elas também constituem uma importante ferramenta para projetar o protagonismo da mulher. O nome *Veja*, por exemplo, está na cor vermelha, assim como o texto “as lições das chefonas” e o número 8 e 12 da frase (8 presidentes de grandes empresas no Brasil e 12 especialistas em carreira...). Por meio desse recurso semiótico, nota-se que, ao mesmo tempo que o produtor atribuiu valores vibrantes a essa nova realidade das mulheres brasileiras das classes dominantes, ele também marcou o gênero feminino nos numerais que apresentamos acima. Dessa maneira, mesmo que não tenhamos nenhum morfema de gênero nas palavras “presidentes” e “especialistas”, pela pista que foi deixada pela materialidade visual, sabemos que se trata de oito presidentes de empresas do sexo feminino e doze especialistas em carreira também do sexo feminino.

A nosso ver, a conexão forte das PRs na capa é um outro aspecto importante quando se quer apontar que esse protagonismo das mulheres acontece apenas em determinada camada da população, pois como estão ausentes qualquer borda ou marca divisória, uma interpretação possível é que elas fazem, sim, parte de um mesmo grupo, grupo este bastante coeso, no qual os integrantes possuem características muito parecidas.

Esta falta de enquadramento, que provoca essa conexão forte entre os participantes, aliada à presença do fundo branco da capa, deixa em papel de saliência essas PRs, sugerindo que elas detêm o poder, pois, naquele espaço, são elas que se destacam. Em outros termos, é como se o fundo branco da capa representasse o palco no qual as PRs estão se exibindo para o observador, que, no caso em análise, seria a sociedade.

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Três mulheres bem-sucedidas no mercado de trabalho.
1.2 Processos conceituais	Processo classificatório: representação das mulheres que trabalham da classe dominante brasileira.
2 Metafunção Interativa	
2.1 Contato	Demanda, forte interação entre o PR e o observador.
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	Topo/ base: As três mulheres aparecem de forma idealizada no topo e abaixo temos a explicação de quem são essas mulheres.
3.2 Enquadramento	A capa possui ausência de linhas divisórias. Sendo assim, a conexão gerada entre as PRs é muito forte, sugerindo que elas fazem parte de um grupo bastante coeso.

Quadro 5: Resumo da análise da capa 6

5.2 A mulher e a maternidade: a construção semiótica da mãe que trabalha fora

Para falarmos sobre a construção semiótica da mãe que sai do seu lar para trabalhar fora, é necessário voltarmos um pouco na história e descobrirmos de onde surgiram os discursos que delegavam quase que exclusivamente à mãe o papel de cuidar e de educar os seus filhos.

Segundo Scott (2013), no Brasil, a figura da mãe zelosa, afetuosa e dedicada unicamente ao lar é uma construção social que perpassa séculos e começou a ser pensada a partir da abolição oficial da escravidão. Acreditava-se que esse modelo de mãe seria o ideal para o bom andamento da família e a construção de uma sociedade “moderna” e “higiênica” (*grifos da autora*).

Naquele momento, o moderno referia-se ao fim do autoritarismo absoluto do patriarca que era dono dos bens, de escravos e das vontades de todos aqueles que estavam nos seus domínios, iniciando-se, assim, o processo ainda em curso de aceitação dos interesses individuais. Já o termo “higiênico”, importado das concepções europeias, dizia respeito à suposta pureza que o lar ostentava em detrimento da poluição do mundo para além dos muros das casas.

Nessa nova configuração da família burguesa brasileira, Scott (2013) argumenta que a mulher, embora ainda submissa ao marido, passava a ter um certo direito de escolha, sendo considerada a “rainha do lar”, totalmente desobrigada de qualquer trabalho externo.

Sabe-se que esse paradigma, mesmo que não tenha sido adotado por todas as famílias devido às realidades sociais distintas que sempre coexistiram no Brasil, tornou-se o novo parâmetro das famílias e, surpreendentemente, vigora até hoje, como poderemos observar a seguir nas capas das revistas *Veja*.

5.2.1 Menos filhos, mães no trabalho

A figura 44, capa da edição 1185, de 05 de junho de 1991, tem como chamada principal o texto “Menos filhos, mães no trabalho”. A partir daí, já é possível perceber que a reportagem abordará a articulação entre o fato de as mulheres trabalharem fora e a maternidade e as consequências dessa articulação, segundo o entendimento da revista.



Figura 44- Capa 2

A capa é articulada de um modo significativo, pois em relação aos participantes representados, que são o pai, a mãe e a criança, há uma mistura entre desenhos e fotos. A criança é apresentada em alta modalidade por um retrato, embora seu contexto seja de baixa modalidade (construção semiótica bastante sugestiva que discutiremos a seguir). Já os pais são apresentados, aparentemente, a partir do olhar da criança, por isso são representados por desenhos pertinentes à faixa etária dela.

Esses participantes representados estão claramente inseridos nesse novo modelo de família apresentado pela revista, no qual há uma probabilidade de que as mulheres tenham menos filhos, já que estão inseridas no mercado de trabalho. Entre os participantes representados não temos uma ação, ou seja, não há vetores que indiquem que movimentos estão sendo realizados entre eles. Por outro lado, todos os participantes parecem estar subordinados à categoria da “nova família da classe média brasileira”. Sendo assim, podemos dizer que estamos diante de um processo narrativo conceitual explícito, uma vez que é clara a classificação à qual os participantes estão subordinados.

Podemos dizer ainda que, nessa mesma imagem, temos dois tipos de processos conceituais simbólicos acontecendo ao mesmo tempo: o atributivo e o sugestivo. Percebe-se que, enquanto à criança é atribuído um tamanho bem maior do que ela deveria ter em relação

aos pais, estes foram representados sugestivamente em forma de desenhos. Uma interpretação possível é que por meio da mobilização desse padrão de experiência, a *Veja* estivesse querendo sugerir que os pais, por estarem sempre tão ocupados, estavam mais presentes na vida dos poucos filhos em forma de desenhos que são comumente produzidos nas escolas.

Tal interpretação é reforçada quando analisamos as relações sócio interacionais que são construídas entre os participantes representados e o observador. A criança, por exemplo, que é o PR mais chama atenção pelo tamanho exagerado na imagem, apresenta um olhar de demanda que se assemelha a um apelo por atenção. Assim, entendemos que como a imagem é construída de modo que não proporciona a interação de olhares entre os pais e a filha; parece que ela está apelando para o leitor, já que não possui essa atenção dos pais.

Interessante ressaltar que toda a linguagem corporal da criança foi construída de modo a reforçar o apelo dessa demanda realizada por meio do olhar e o fato de ela estar totalmente de frente reforça o envolvimento com o leitor.

Toda a estrutura composicional também indica isso uma vez que estamos diante de um tríptico polarizado no qual a criança é a mediadora e parece não se encaixar nem no universo do pai, nem no universo da mãe. Em outras palavras, observando as linhas muito nítidas que separam o pai e a mãe, a criança está no centro totalmente desconectada. É como se a imagem estivesse sugerindo que, entre as vontades individuais do pai e as vontades individuais da mãe não pudesse haver conciliação com a criação de um filho.

É como se, de repente, estivéssemos diante daquele discurso que mencionamos da época do fim da escravidão no Brasil, ou mesmo como se estivéssemos lendo o Decreto-lei 3.200, de 19 de abril de 1941, assinado por Getúlio Vargas, que dispõe sobre a organização e proteção da família, que determinava que no Brasil:

Devem ser os homens educados de modo que se tornem plenamente aptos para a responsabilidade de chefes de família. Às mulheres será dada uma educação que as torne afeiçoadas ao casamento, desejosas da maternidade, competentes para a criação dos filhos e capazes da administração da casa. (BRASIL, 1941)

Apesar de todas as transformações que já vivenciamos desde a produção dessa capa há mais de vinte anos, ainda é possível encontrarmos esse discurso conservador que tenta conduzir as mulheres de volta para os seus lares. No entanto, boa parte da sociedade hoje já entende que ambos os pais são os responsáveis pelos cuidados dos filhos. Scott (2013)

apresenta que já há inclusive estudiosos que preferem o termo *parentalidade* em lugar de maternidade e paternidade.

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Criança, pai e mãe
1.2 Processos conceituais	Processo classificatório: representação da nova família da classe média brasileira. Processo simbólico atributivo: agigantamento da criança. Processo sugestivo: infantilização dos pais pela representação ser construída em forma de desenho.
2 Metafunção Interativa	
2.1 Contato	Demanda, forte interação entre o PR e o observador.
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	Tríptico: forte separação entre o universo da mãe e do pai, sendo a criança o mediador que se encontra desconectado nessa realidade.

Quadro 6: Resumo da análise da capa 2.

Na próxima capa, analisaremos como essa mulher que agora tem menos filhos é representada ao tentar conciliar a maternidade e uma carreira profissional de sucesso.

5.2.2 Filhos e Carreira

A capa da *Veja* de 12 de fevereiro de 2003, edição nº 1789, que apresentaremos a seguir, retoma a problemática da articulação entre o mundo profissional e a maternidade. Nesta capa, é possível observar uma mulher sentada em uma cadeira de escritório, vestida com uma roupa formal de trabalho na cor azul, e um menino sentado no chão, que usa roupas casuais (calça jeans, tênis e casaco vermelho). Interessante destacar que tanto a criança quanto a mãe olham para o observador. Em relação aos elementos tipográficos, a capa coordena a cor azul (plano de fundo e cor das letras do texto), com a cor laranja (utilizada nas letras da chamada “Filhos e carreira”) e com a cor vermelha (usada no nome *Veja* e nos marcadores dos textos). Complementando a capa, temos na diagonal do quadrante superior esquerdo a

chamada para uma reportagem sobre o governo do PT: “A guerra de Lula contra os radicais livres”.



Figura 45- capa 5

Nesta figura 45, em termos de participantes representados imagetivamente, temos uma mulher, que pelo conteúdo expresso verbalmente tomamos ciência ser uma mãe paulista chamada Cláudia Costin, e um menino, que também pelo texto verbal ficamos sabendo se chamar Maurício e ter treze anos. Esses PRs geram uma estrutura visual narrativa.

O processo narrativo é do tipo acional, pois logo se percebe que entre a mãe e o filho há uma ação acontecendo expressada por meio de vetores. No entanto, perceber quem é o *ator* e quem é a *meta* não é tarefa fácil nesta imagem. Kress e van Leeuwen (2006) trazem que, em caso de dúvidas, o *ator* de uma determinada imagem será o participante mais saliente. Mesmo com essa orientação, não temos uma resposta imediata, pois o PR em posição saliente poderia ser a mãe, por estar mais alta, ou o filho, por estar em posição central.

Nesta composição pictórica, resolvemos essa questão de quem seria o ator tentando investigar de quem partiu a intenção da ação. Em outros termos, quando examinamos

cuidadosamente a imagem, fica evidenciado que é a criança que tem a intenção de, com seus membros superiores, abraçar a perna da mãe. Esta ação é um processo material que denota que a *meta* da criança era sua mãe, mas, para além da *meta* física, a forma como ele segura sua genitora indica uma necessidade de tentar fazer com que a mãe fique por perto, buscando proteção, cuidados.

De fato, se levarmos em consideração que na mídia dificilmente se constrói algo por acaso (FERNANDES, 2011), percebemos que este apelo torna-se maior ainda pelo fato de o menino segurar a mãe quase que pelo calcanhar. Segundo a expressão popular “calcanhar de Aquiles”, remete ao ponto fraco, ou seja, ao ponto mais vulnerável de uma pessoa. Sendo assim, logo de início já se percebe que os produtores da capa insinuam que para as mulheres se manterem no mercado de trabalho, construindo uma carreira de sucesso, ter filhos se constitui como um elemento complicador, ou seja, como um elemento que trará fraqueza para ela, um verdadeiro “calcanhar de Aquiles”.

Na matéria, é possível encontrar a confirmação dessa interpretação imagética, também pelo modo verbal quando lemos que: “Seja em que posição se estiver na carreira, a presença de filhos é um fator que pesa na permanência da mulher no emprego” (Veja, edição 1789, 2003, p. 61).

Neste ponto, é interessante destacar que, conforme já apresentamos, a mais alta taxa de atividade feminina (75%) é observada na faixa etária de 30 a 39 anos. Em outras palavras, esses dados apontam que elas efetivamente conseguem permanecer ativas no mercado de trabalho na idade reprodutiva, e, mais do que isso, é quando elas mais estão atuantes (BRUSCHINI *et al*, 2011).

A metafunção interativa também fornece dados relevantes e, ao mesmo tempo, contraditórios para análise desta capa. Primeiramente, em relação ao *contato* estabelecido entre os PRs e o observador, podemos dizer que existe uma *demand*a, ou seja, a linha imaginária que há entre os olhos do PRs e do participante interativo gera um convite para que nos engajemos com eles. Já no sistema da *distância social*, é possível constatar que ambos foram capturados em plano aberto o que, conseqüentemente, os afastaria de nós. No entanto, o fato de o menino estar em primeiro plano o aproxima. A mesma impressão é dada pela variável da *perspectiva*, pois ele está em ângulo frontal, o que suscita envolvimento, já ela se apresenta em ângulo oblíquo, o que demonstra menor envolvimento.

Na prática, estes dados semióticos que se contradizem, revelam, na verdade, a multiplicidade de discursos que encontramos em torno da inserção da mulher no mercado de

trabalho e a sua articulação com a esfera doméstica. Assim, se por um lado há um discurso feminista que a empurra a conquistar a independência financeira e a realização profissional, do outro lado há as cobranças relacionadas à ausência da mulher nas tarefas que antigamente eram atribuídas naturalmente a elas. Por isso, a nosso ver, mais do que aproximar a criança do observador, esta capa pretende insinuar que, ao alcançar o sucesso profissional essa mulher acaba se distanciando da sua função primeira, que seria a maternidade. Tanto é assim, que, na balança que podemos perceber entre a profissão, simbolizada pela cadeira executiva, e o filho, que está no chão, parece que momentaneamente ela opta pela carreira, já que está acima, e, aparentemente, tem mais status e poder.

Se, na teoria, transitar entre a esfera pública e a esfera privada é o ideal, objetivamente, tentar equilibrar essa balança gera muitas incertezas, dilemas e angústias para as mulheres. Tal fato se agrava pelo fato de os cuidados com os filhos ainda recaírem quase que exclusivamente às mães. Isso é tão evidente que ainda hoje no Brasil é possível perceber o emprego do verbo “ajudar” referindo-se à atuação do pai em relação à criança (PINSKY, 2013). Resta claro, então, que os cuidados diários da prole, em muitos casos, não chegam a ser repartidos de modo igualitário entre os cônjuges. Isso é significativo, pois, em nenhum momento, percebemos que haja, nas capas, um questionamento em torno da incompatibilidade da paternidade com a vida profissional do homem, ponderação esta que é tão presente ainda quando estamos discutindo os espaços de atuação da mulher.

Para Bezerra (2011), seguindo os ensinamentos de Rosaldo (1995), isso ocorre porque há ainda em nossa sociedade, entre outras, a dicotomia doméstico/público que nos ajuda a compreender o porquê de as mulheres, ainda que com intensidade diferente, terem a sua atuação sempre concebida a partir da esfera doméstica, sem nunca poder desobrigar-se da sua vocação para ser mãe, e os homens concebidos a partir da esfera pública, produtiva financeiramente.

Em termos de modalização, tudo é apresentado de modo muito real dentro dos padrões fotográficos atuais. Acreditamos que talvez por essa razão essa capa seja capaz de suscitar a discussão dessa temática dos papéis sociais da mulher de modo tão contundente. Em outros termos, estamos diante de uma estrutura visual naturalística, que, por assim ser, pretende imprimir por meio das cores e das posições nas quais os PRs foram capturados um alto valor de verdade. Por exemplo, a ideia de que a mulher oscila entre o universo doméstico e o universo profissional é reforçada pelo posicionamento das pernas da PR, pois, quando examinamos a imagem, notamos que uma de suas pernas está, como já apresentamos, sendo

abraçada pelo filho, ou seja, encontra-se fixada no terreno da maternidade. Já a sua outra perna, apesar de não estar aparente na composição pictórica, infere-se que esteja fixada no *background* que está na cor azul, que, nesse caso, sugere o ambiente do trabalho ainda com resquícios de ambiente masculino.

Afirmamos que a cor azul sugere um espaço masculino porque, segundo Kress e van Leeuwen (2006), as cores são por sua essência um modo sociosemiótico resultado das contingências materiais e históricas que, apesar de não possuírem significados fixos, têm regularidades de usos em grupos específicos. E, em relação a esta cor, por exemplo, desde 1940, teve início nos Estados Unidos a associação da cor azul ao homem. Esse processo de associação foi expandido pela publicidade financiada pelas indústrias de roupas que visavam padronizar a produção e conseguir ganhos maiores com a fabricação em larga escala (AREND, 2013). Segundo Arend (2013), no Brasil, esse padrão se estabeleceu durante os anos setenta, mesmo momento em que a produção nacional de vestuário se firmou. Mais de quarenta anos depois, percebemos que esta padronização ainda ecoa nesta capa, pois além do *background* ser azul, para insinuar que a PR está adentrando em território masculino, a própria vestimenta dela também é dessa cor, o que reforça a interpretação de que o produtor da imagem intenta transmitir a ideia que a mulher que almeja se realizar profissionalmente, na verdade, infiltra-se no ambiente de realização que é originalmente dos homens.

No que concerne ao uso das cores, cabe ressaltar que para Kress e van Leeuwen (2006) as cores são usadas metafuncionalmente, por isso, são um modo por si só, não pertencendo a nenhuma das metafunções especificamente. Contudo, apesar de servir a todas as metafunções, há casos em que elas se destacam mais em uma delas, como acreditamos que aconteceu na capa ora em análise, pois a coordenação da cor azul no *background* e no terno da PR comunicou ao observador o discurso sexista da divisão de papéis que estamos discutindo neste trabalho.

Pimenta e Natividade (2012) acrescentam ainda à metafunção interativa uma categoria complementar para análise multimodal que analisa o comportamento emocional por meio do modo semiótico do sorriso. Nesta capa, é possível perceber, dentro de uma concepção sociosemiótica das emoções, que a natureza do sorriso do menino não é a mesma natureza do sorriso da mãe. A criança sorri de uma maneira que parece ser sincera, natural. Já a PR feminina transmite um baixo comportamento emocional, sorrindo de uma maneira quase forçada. Desse modo, parece que temos a materialização do discurso de que “o modo certo de balancear trabalho e vida familiar é a questão que atormenta as mulheres desde que elas

começaram a disputar bons empregos, há pouco mais de duas décadas- e ainda não se encontrou a resposta”. (Veja, edição 1789, 2003, p. 59)

De fato isto acontece, porque, como já explicamos, na prática as mulheres passaram apenas a acumular funções, ficando sobrecarregadas. Pedro (2013) explica que desde o feminismo de “segunda onda” os afazeres domésticos tradicionalmente tidos como obrigações femininas também passaram a ser contestados junto com as outras demandas: “As feministas queriam que os homens dividissem com as mulheres os afazeres domésticos e, mais, que o Estado fizesse sua parte construindo creches nas quais as crianças pudessem ficar enquanto elas e eles iam para o trabalho” (PEDRO, 2013, p. 250).

Este autor explica que, mesmo depois dessa primeira década do século XXI, as mulheres ainda não tiveram a sua reivindicação atendida em relação à divisão do trabalho doméstico e dos cuidados com a prole, ainda que isso já venha melhorando um pouco. Por meio da metafunção composicional, temos exatamente a costura semiótica de todo esse discurso que estamos abordando aqui.

Em relação ao valor de informação, apressadamente, poder-se-ia dizer que estamos diante da dicotomia *dado/ novo*. No entanto, quando analisamos com mais cautela, percebemos que estamos diante de um tríptico polarizado, pois, esses elementos são mostrados em sequência, ainda que não simetricamente. Do lado esquerdo, aparece a PR, que é uma mulher executiva, como a informação *dada*, ou seja, não é novidade que, nessa nova sociedade, a classe feminina não queira apenas estar no mercado de trabalho, mas, sim, queira conquistar os melhores cargos. Do lado direito, temos a informação *nova* que conhecemos através de um texto verbal, em outros termos, nessa posição é onde se leem as transformações acarretadas por essa nova postura das mulheres da elite.

Como elemento central, fazendo a conexão entre essa nova postura da mulher e as consequências dessas mudanças, temos o PR infantil que age como um mediador. Apesar de ele estar visualmente conectando os dois lados, acreditamos que, na verdade, um dos potenciais significados é projetar a ideia de que entre a carreira e o sucesso há os filhos que sofrerão os impactos dessas mudanças. Nessa medida, mais do núcleo da informação, o filho é o elemento que traz o apelo emocional para a discussão dessa temática da articulação entre o trabalho e a maternidade para as mulheres.

1 Metafunção Representacional	
1.1 Participantes	Uma mãe e seu filho.

1.2 Processos narrativos	Processo acional: os vetores da criança (ator) em direção à mulher (meta).
2 Metafunção Interativa	
2.1 Contato	Demanda: forte apelo visual com o observador.
3 Metafunção Composicional	
3.1 Valor da informação	Tríptico polarizado: a criança está na posição de mediador entre a nova postura da mulher de buscar mais realização profissional e as consequências desta nova postura.
3.2 Modalidade	Alto valor de verdade, pois está dentro dos padrões fotográficos vigentes.

Quadro 7: Resumo da análise da capa 5

Hoje, a sociedade já sinaliza mudanças nesses discursos que observamos nessas capas de apenas algumas décadas atrás. Observa-se que boa parte das pessoas não aceita mais que apontem que as mulheres devem optar pela carreira ou pelo casamento e a maternidade (PEDRO, 2013). Faremos agora, no capítulo final, um resumo do que as análises nos mostraram, apontaremos sugestões de pesquisas e apresentaremos as nossas considerações finais.

CAPÍTULO 6

CONCLUSÕES

Estão as condições de trabalho das mulheres melhores do que há vinte anos atrás? A resposta é um sim qualificado. Esse progresso atingiu as nossas expectativas? A resposta é decididamente não!
Guy Rider⁹¹⁰

Pedro (2013) acredita que uma das maiores conquistas das jovens feministas das décadas passadas foi o reconhecimento e a defesa de “*outras maneiras de ser mulher*; para além das funções idealizadas de esposa, mãe e dona de casa” (p. 256, grifos do autor). Neste trabalho, procuramos investigar como foi representada semioticamente nas capas da revista *Veja* essa mulher que não se limitou aos papéis que eram antes a ela reservados e que buscou se realizar também no mercado de trabalho. Na coleta dos dados, construímos um *corpus* de seis capas, conforme relembramos a seguir:



Figura 46:
capa 1
(1977)

Figura 47:
capa 2
(1991)

Figura 48:
capa 3
(1998)

Figura 49:
capa 4
(2000)

Figura 50:
capa 5
(2003)

Figura 51:
capa 6
(2012)

Tínhamos como objetivos específicos: 1) produzir um inventário das capas da Revista *Veja* que traçam um perfil da mulher que ingressa no mercado de trabalho; 2) apontar mudanças históricas no modo de representação dessa categoria social; 3) descrever como foi imagetivamente materializada a representação dessa mulher, observando como foram

⁹ Diretor Geral da Organização Internacional do Trabalho.

¹⁰ As informações referentes ao relatório de 2015 sobre o trabalho da mulher no mundo, lançado pela Organização Internacional do Trabalho, estão disponíveis em inglês na página: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_348035/lang--en/index.htm acesso em: 27/03/2015.

mobilizados os recursos semióticos a fim de produzirem [potenciais] significados, posicionando os leitores ideologicamente.

6.1. Resultados

Em relação ao primeiro objetivo específico, a imersão nas duas mil trezentas e oitenta capas, desde a primeira edição de 01 de setembro de 1968 até a edição de nº 254 de 02 de julho de 2012, nos forneceu um inventário de seis capas (edição nº 475, nº 1185, nº 1535, nº 1674, nº 1789 e nº 2267). Essas capas foram selecionadas porque atendiam ao critério que tínhamos previamente estabelecido para a nossa pesquisa multimodal, que seria apresentar verbalmente e visualmente referência à mulher e ao mercado de trabalho.

A análise sociossemiótica das capas selecionadas, que apresentam um lapso temporal de quase quatro décadas entre a primeira, que é a edição nº 475, de 1977, e a última, que é a edição 2267, de 2012, permite-nos *apontar mudanças históricas no modo de representação dessa categoria social* que era o nosso segundo objetivo específico.

A revista *Veja*, na capa 1, ao apresentar “A mulher no mercado de trabalho”, assinalou, através da representação construída, que o local de trabalho para a mulher que ousasse trabalhar fora era o universo operário. Sendo assim, a divulgação desta capa parece silenciar qualquer outra possibilidade e desestimular o ingresso da mulher no mercado trabalho.

Na capa 2, que traz como título “Menos filhos, mães no trabalho”, percebe-se que a mulher só obteve destaque por questões relacionadas ao mercado de trabalho porque a sua inserção nesse universo traz consequências relacionadas à esfera doméstica, como a diminuição do número de filhos nas famílias brasileiras. Percebe-se então uma mudança de foco entre o registro do ingresso da mulher no mercado de trabalho feito pela primeira capa, para as consequências que isso acarreta, na segunda capa.

A simples mudança desse foco não significaria nada demais, pois é mesmo um fato que, a partir do momento que as mulheres entram no mercado de trabalho, elas optam por terem menos filhos. O problema reside no modo como essa representação é feita, pois, após analisarmos os elementos verbais e visuais, percebemos que há a veiculação de um discurso que advoga pela incompatibilidade entre o ingresso da mulher no mercado de trabalho e a maternidade. Pedro (2012) aponta que, no século XX, era bem comum essa tentativa de

induzir as mulheres a pensarem que era necessário abdicar do casamento e dos filhos se quisessem ter uma vida profissional.

Sendo assim, podemos inferir que, se por um lado a mídia estava sendo uma historiadora do seu tempo (BARBOSA, 2003), por outro lado, a partir da análise desta capa, pode-se dizer que o registro foi feito de modo a reforçar concepções conservadoras, posicionando o leitor negativamente sobre essa nova realidade social.

Na capa 3, que foi publicada setes anos depois, é possível ler o aviso: “Os homens que se cuidem: as mulheres estão avançando sobre os melhores cargos”. Um potencial significado é perceber que a revista *Veja* cria posições de sujeitos conflitantes no mercado de trabalho. Assim, além de a entrada da mulher no mercado de trabalho, supostamente, trazer prejuízos em relação à maternidade, como vimos na capa anterior, agora elas também disputam com os homens os melhores cargos, perturbando a paz e as posições antes firmadas dentro desse território até pouco tempo majoritariamente masculino. Segundo Goldenberg (2000), a veiculação pela mídia desse tipo de matéria, além de mascarar o que realmente acontece com elas quando ingressam no mercado de trabalho, também estimula a guerra entre homens e mulheres, sugerindo sempre que, com esse novo fato social, eles perdem dentro e fora de casa.

Na capa 4, temos a afirmação de que “Elas venceram” e um mosaico de rostos de mulheres formando o texto não-verbal. Com o mesmo discurso de disputa da capa anterior, percebemos que o verbo “vencer” imprime a existência de disputas quando se trata do mercado profissional feminino. Acreditamos, assim como Goldenberg (2000), que esse tipo de discurso tem um efeito negativo, pois gera um ambiente de hostilidade desnecessário. É importante destacar ainda que a partir da análise do mosaico, percebemos a cristalização de estereótipos, pois dentro do conjunto de rostos das mulheres bem-sucedidas, há a presença de apenas uma negra, perpetuando-se, assim, os tipos que estão presentes na arena do poder.

Na capa 5, novamente, temos o mercado profissional feminino atrelado às consequências que isso traz para a esfera doméstica. É como se, de tempos em tempos, a mulher tivesse de ser lembrada sobre os seus antigos e antes exclusivos papéis sociais. Para Luca (2012), esse tipo de discurso age como uma força de permanência que ainda no século XXI tenta atar a mulher à domesticidade. No entanto, em relação à capa 2 que trata de maternidade e carreira, não há dúvidas de que houve uma certa atenuação desse discurso. Aqui, pouco mais de uma década depois, não se questiona mais a diminuição da taxa de natalidade, pois isso é uma realidade, a temática agora gira em torno de como a mulher bem-

sucedida administra essas duas esferas. No entanto, deve-se destacar que percebemos que, por meio das cores utilizadas na composição imagética e de elementos como as roupas que a PR feminina veste, insinua-se que a mulher está adentrando um espaço ainda preponderantemente masculino.

De fato, estudos revelam que ainda são poucas as mulheres que, no Brasil, ocupam cargos de liderança. Os dados da pesquisa da *Grant Thornton*¹¹, “*Women in Business 2015*” (Mulheres no mercado de trabalho 2015) apontaram que o Brasil está na 3ª posição dentre as nações que menos promovem as profissionais femininas para cargos hierarquicamente prestigiados. Dessa maneira, capas que estampam notícias como “As lições das chefonas” estão espetacularizando um acontecimento que ainda está longe de ser uma realidade para a grande maioria das brasileiras. Sendo assim, podemos fazer um comparativo que se, em termos de valor da informação, as PRs estão em posição ideal nesta capa, no campo da realidade, ainda há um longo caminho a ser percorrido até que a igualdade de fato entre os gêneros seja alcançada.

Sobre o terceiro objetivo, ao longo das análises, detalhamos como, em cada capa, os recursos semióticos foram manipulados a fim de que potenciais significados emergissem. Esperamos que, entendendo as capas como artefatos multimodais e culturais, tenhamos conseguido demonstrar como as imagens são capazes de representar o mundo, construir relações com o leitor e veicular significados através da articulação de sua estruturação interna. Comprovar que há uma lógica na conjugação dos elementos internos de um determinado artefato multimodal é um trabalho relevante, pois ajuda a despertar o senso crítico para leitura de imagens que é uma habilidade essencial nessa sociedade que vivemos, que, segundo Dionísio (2013), combina os mais diferentes modos, formando um grande mosaico multissemiótico.

Sendo assim, gostaríamos de destacar algumas conclusões a que chegamos a partir dos resultados obtidos. Em primeiro lugar, cabe sublinhar que, em todas as capas selecionadas, percebeu-se que as imagens apontam para uma interpretação parcial da realidade. Além disso, ficou latente que à medida que analisávamos a parte visual, mais simbolismos e potenciais discursos surgiam. Assim, evidencia-se que basta investigar como todos os elementos das capas se entrelaçam para apreendermos a camada densa de discursos que estão sustentando as imagens.

¹¹ Grant Thornton é uma marca de consultoria reconhecida mundialmente pelo mercado de capitais e por organismos internacionais. Várias reportagens que lemos apontavam dados fornecidos por essa empresa. As informações sobre a pesquisa “As mulheres no mercado de trabalho, 2015” estão disponíveis no link: http://www.grantthornton.global/globalassets/insights/ibr/ibr2015_wib_report_final.pdf acesso em: 26/03/2015.

E foi observando esse entrelaçamento de todos os elementos que conseguimos confirmar a nossa hipótese sobre as imagens das capas serem repletas de relações de poder e servirem como formadoras de identidades. Por exemplo, a partir da capa 3, já notamos a tentativa de codificar visualmente a mulher ocupando um papel social de destaque no mercado de trabalho, sugerindo o empoderamento feminino que havíamos previsto ao iniciarmos a pesquisa.

Para sistematizarmos, podemos estabelecer que dentre as seis capas que selecionamos, apenas na primeira a mulher apareceu representada em termos de processosacionais; em outros termos, operando uma máquina. Em todas as outras, a mulher que ingressou no mercado de trabalho é representada em termos conceituais, ou seja, a partir de características mais ou menos estáveis. Agindo assim, a *Veja* veicula como ela acredita que deva ser a mulher bem-sucedida e fornece, inevitavelmente, modelos para que sejam assimilados pela sociedade.

No que concerne às relações construídas com o leitor, até a capa 3, temos PRs que não interagem. Essa situação de oferta sugere interpretações distintas para cada momento. Enquanto na capa 1, por exemplo, essa não interação sugere um pouco de fragilidade dessa mulher que está acabando de ingressar no mercado de trabalho, na capa 3, é como se ela não se importasse com a opinião da sociedade, indicando uma certa superioridade em relação ao leitor, diante da posição social que estava, aparentemente, ocupando naquele momento. Nas capas seguintes, as demandas que encontramos sugerem a segurança que a mulher vai adquirindo à medida que vai galgando cargos mais hierarquicamente prestigiados. Na capa 4, na qual temos o mosaico de rostos, tantas demandas são também um convite ao leitor para que ele tente ser como uma daquelas mulheres famosas, pois a proximidade, em termos da variável de distância social, insinua que isso é possível.

No que tange à composição textual, ou seja, como foi realizada a costura entre os elementos para que as capas apresentassem um todo coerente, percebemos que diferentes recursos foram utilizados a fim de veicular os discursos que se pretendia em cada momento. No entanto, nos chama atenção o fato de que, na maioria das capas, os PRs salientes eram sempre as mulheres, com exceção das duas capas onde a questão da maternidade era abordada, pois, nesses casos, eram os filhos quem apareciam em papel de saliência. Tal fato, reforça o que vínhamos discutindo sobre como em dados momentos é forte o apelo para que a mulher retorne ao lar, à domesticidade. Além disso, em duas outras capas temos uma

composição que pretende insinuar uma aparente disputa de gêneros, seja pela simulação de um duelo, construída na capa 3, seja pela exibição de rostos femininos famosos na capa 4.

A partir desses dados, podemos concluir que, até aqui, na maioria das vezes em que o ingresso da mulher no mercado de trabalho foi narrado visualmente nas capas da revista *Veja*, o protagonismo feminino foi destaque não por sua condição em si, mas por, de certa forma, perturbar a ordem antes estabelecida, na qual elas permaneciam em casa cuidando do lar e dos filhos. Observando a sociedade atual, fica claro que esse modelo anterior não cabe mais nos projetos individuais femininos. Resta-nos, então, esperar pelas próximas capas, pois esta história ainda está sendo escrita.

6.2 Sugestões de pesquisas

Pinsky (2013) adverte que mulher por si só é assunto, por isso, todos querem falar dela, de como elas são e de como elas deveriam ser, surgindo assim representações que permeiam a figura feminina de todas as épocas. No entanto, segundo a autora, essas representações nunca serão capazes de abarcar a realidade, pois essa será sempre muito mais rica e mais cheia de possibilidades.

Diante disso, evidenciar os estereótipos e indicar como essas representações parciais são construídas fazem parte da tarefa do pesquisador do campo da semiótica social para demonstrar a existência de modelos veiculados por aqueles que têm os meios para fazer isso, mas, principalmente, para alertar os leitores da existência desses modelos dominantes e minimizar a angústia daqueles que não se identificam com esses padrões.

Ao analisarmos a inserção da mulher no mercado de trabalho, encontramos justamente a existência desses estereótipos que são reflexos do tempo em que foram produzidas cada capa. Permanecer observando as mudanças discursivas que irão fatalmente ocorrer sobre esse tema, por exemplo, é um caminho que nos parece ser interessante no campo da semiótica social.

Continuar investigando essa temática por meio das capas de revistas é instigante, pois, cronologicamente, torna-se palpável a percepção de alteração de valores e modos de comportamentos socialmente aceitos, uma vez que esse tipo de publicação dialoga com várias perspectivas e projetos compartilhados com a sociedade de cada época (PINSKY, 2013). No entanto, para uma posterior pesquisa é possível ampliar o campo de visão, analisando como diferentes fontes narram visualmente essa realidade social, como, por exemplo, revistas cujo

público alvo são as mulheres (Cláudia, Nova) e revistas cujo público alvo são os homens (ALFA), traçando um comparativo em que aspectos as representações assemelham-se e em quem aspectos temos representações conflitantes.

Numa outra perspectiva, mas ainda no campo da semiótica social, Almeida (2006) aponta para a possibilidade de, a partir de uma investigação tridimensional, capturarmos por meio dos brinquedos a essência dos papéis sociais destinados a homens e mulheres. Pensamos que, limitando essa proposta a nossa temática, poderíamos investigar na linha de brinquedos LEGO, por exemplo, quais foram ao longo do tempo as profissões em que as mulheres apareceram atuando e como foram semioticamente construídas essas representações tridimensionais. Essa pesquisa seria relevante, pois a LEGO é uma empresa que afirma ter como missão fornecer brinquedos de qualidade para as crianças, pois entende que é no brincar que se fundam as bases para a vida adulta. Sendo assim, torna-se relevante investigar como essa empresa enxerga a questão de gêneros e das profissões, já que as suas coleções estão presentes em todo o mundo, ou seja, tem impacto na formação de milhares de crianças.

6.3 Considerações finais

Neste trabalho, tentamos revelar os espessos discursos que encobrem as representações acerca das mulheres que ingressam no mercado de trabalho. No entanto, sabemos que há sempre mais potenciais significados a serem descobertos. De qualquer forma, esperamos ter conseguido demonstrar como os valores e crenças de uma sociedade ou de um grupo se materializam também no modo imagético.

Além disso, quisemos contribuir na divulgação desse modelo de análise sistêmica de imagens que nos parece ser muito produtivo, como podemos observar também nos trabalhos que estão sendo desenvolvidos pelos membros do Grupo de Pesquisa em Semiótica Visual e Multimodalidade (GPSM¹²).

Ao longo de toda esta pesquisa, demonstramos os avanços que as mulheres alcançaram em termos de condições de trabalho. No entanto, como afirma Guy Rider, na epígrafe que abre o capítulo, ainda há muito a ser conquistado. Segundo o relatório da Organização Internacional do Trabalho, lançado agora em março de 2015, são causas

¹² O GPSM é um grupo de pesquisa da UFPB que objetiva aprofundar os estudos na área de Análise Crítica do Discurso, sob uma perspectiva sociossemiótica visual. Compreende uma abordagem complementar lingüística e visual aos estudos da linguagem, com o intuito de encorajar a análise não somente de textos verbais bem como não-verbais, enquanto códigos dotados de um real significado polissêmico.

impeditivas para que as mulheres ocupem cargos de chefia: 1) falta de creches nas empresas e 2) inexistência de horários flexíveis. Assim, notamos, pelo próprio relatório, que ainda cabe às mulheres a preocupação em relação aos cuidados dos filhos, sendo sempre elas as encarregadas de tentar equilibrar os eixos família e carreira, muitas vezes, tendo de optar entre um deles.

A partir desse mesmo relatório, que faz um balanço mundial da presença da mulher no mercado de trabalho nesta última década, confirmamos que, na maior parte dos países, as mulheres ainda são submetidas a trabalhos pouco valorizados e mal remunerados, possuem pouco acesso à educação, o seu poder de decisão é restrito e ainda arcam com a maior parte do trabalho doméstico.

O relatório finaliza afirmando que a desigualdade entre gêneros é tão latente que há a necessidade de ações específicas e políticas pontuais para que esse quadro seja alterado em todo mundo, pois caso nada seja feito, a igualdade de pagamento entre homens e mulheres só será atingida daqui a 71 anos, em 2086. Desejamos não termos de esperar tanto tempo para ler uma capa de revista com essa notícia!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de. *Icons of contemporary childhood: A visual and lexicogrammatical investigation of toy advertisements*. Florianópolis: UFSC: 2006. (Tese de doutorado).

_____. (Org.) . *Perspectivas em análise visual: do fotojornalismo ao blog*. 1. ed. João Pessoa: Editora universitária - UFPB, 2008.

_____. Do texto às imagens: As novas fronteiras do letramento visual. In: PEREIRA, Regina Celi. ROCCA, Pilar (Orgs). (Org.). *Linguística aplicada: um caminho com diferentes acessos*. 1ed. São Paulo: Contexto, 2009.

_____. Multimodalidade e ensino: integrando o texto e o contexto em estruturas visuais. In: BARBARA, Leila; MOYANO, Estela. (Org.). *Textos e linguagem acadêmica: explorações sistêmicas funcionais em espanhol e português*. 1ed. Campinas: Mercado das Letras, 2011.

ARAUJO, Antonia Dilamar. Gêneros multimodais: mapeando pesquisas no Brasil. In: *Linguagem em foco - Revista do Programa de Pós-Graduação Em Linguística Aplicada da UECE / Universidade Estadual do Ceará*. Fortaleza: EDUECE, 2011. v.3. n.5.

AREND, Silvia Fávero. *Meninas: trabalho, escola e lazer*. In: PINSKY, Carla Bassanezi & PEDRO, Joana Maria (org.). *Nova história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 65-83.

ARRUDA, José Jobson de A. PILETTI, Nelson. *Toda a história: história geral e história do Brasil*. 11 ed. São Paulo, São Paulo: editora Ática, 2002.

BARBOSA, Pedro Luís Navarro. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história do tempo presente. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. (org). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

BAUDELLOT, Christian. *Conclusões: Nada está decidido...* In: MARUANI, Margaret; HIRATA, Helena. (orgs) RAPKIEVICZ, Clevi. (trad). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: editora Senac, 2003.

BAZERMAN, Charles; MILLER, Carolyn. Bate papo- acadêmico. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; MILLER, Carolyn. BAZERMAN, Charles. HOFFNAGEL, Judith (orgs). *Gêneros textuais: bate-papo acadêmico*. BEZERRA, Benedito Gomes, BEZERRA, Maria Auxiliadora. GALLI, Joice Armani Galli (trad). – 1. ed. – Recife: UFPE, 2011.

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. *Gênero e feminismo na antropologia: algumas questões*. UFSC: Florianópolis, SC, 2006. (Artigo apresentado na disciplina: Relações de gênero: antropologia e feminismo).

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. *Language and image in the film Sex and the City: a multimodal investigation of the representation of women*. Florianópolis: UFSC, 2012. (Tese de Doutorado).

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. A imagem feminina em *Sex and the City*: uma análise de transitividade da narração. In: *Revista investigações*. Julho, 2011. Vol, 24, nº .2 Disponível em: <http://www.revistainvestigacoes.com.br/Volumes/Vol.24.N2/Investigacoes-24N2_Fabio-Alexandre-Silva-Bezerra.pdf>. Acesso em: 15 outubro 2014>.

BEZERRA, Fábio Alexandre Silva; NASCIMENTO, Roseli Gonçalves do; HEBERLE, Viviane. *Análise Multimodal de Anúncios do Programa "Na Mão Certa"*. Letras (UFSM), v. 20(40), p. 9-26, 2010.

BRUSCHINI, Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez; MERCADO, Cristiano Miglioranza. Trabalho e gênero no Brasil até 2005: Uma comparação regional. In: COSTA, Albertina de Oliveira. SORJ, Bila. BRUSCHINI, Cristina e HIRATA, Helena. (orgs). *Mercado de trabalho e gênero: comparações internacionais*. – Rio de Janeiro: editora FGV, 2008.

BRUSCHINI, Cristina. LOMBARDI, Maria Rosa. MERCADO, Cristiano Miglioranza. RICOLDI, Ariene. *Trabalho, Renda e Políticas Sociais: avanços e desafios*. In: Barsted, leila Linhares. Pitanguy, Jacqueline.- Rio de Janeiro: CEPIA; Brasília: ONU Mulheres, 2011.

BRUSCHINI, Cristina. LOMBARDI, Maria Rosa. Mulheres e homens no mercado de trabalho brasileiro: um retrato dos anos 1990. In: Maruani, Margaret. Hirata, Helena. (orgs) Rapkiewicz, Clevi. (trad). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: São Paulo, editora Senac, 2003

CASIMIRO, Clara de Assis Torres. *Veja (e) o 11 de setembro: Guerra contra o terror nas capas da Revista Veja*. João Pessoa: CCHLA, 2006. (Monografia)

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Trad. CORREA, Angela M. S. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2013.

CHOULIARAKI, Lilie e FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

CHIZZOTTI, Antônio. *Pesquisa quantitativa em ciências humanas e sociais*. 2. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

DIAS, Terezinha de Jesus de Oliveira. *A construção do masculino em discursos midiáticos: as identidades no espaço discursivo das revistas masculinas*. Recife: UFPE, 2009 (Tese de doutorado).

DIONÍSIO, Angela Paiva. Gêneros Multimodais e multiletramento. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz. BRITO, Karim Siebeneicher. (orgs). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005.

DIONÍSIO, Angela Paiva. VASCONCELOS, Leila Janot de. Multimodalidade, gênero textual e leitura. In: BUZEN, Clécio; MENDONÇA, Márcia (orgs). *Múltiplas linguagens para o ensino médio*. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. MAGALHÃES, Izabel. Coordenadora de tradução, revista técnica e prefácio. Brasília: Editora Universidade Brasília, 2001.

FERNANDES, Alessandra Coutinho. *Lula na Veja: da campanha presidencial de 2002 à reeleição em 2006 – uma análise de discurso crítica*. – Curitiba: UFPR, 2011. 664 f. (Tese de Doutorado)

FERNANDES, José David Campos; ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins. Revisitando a gramática visual nos cartazes de guerra. In: ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins. (Org.). *Perspectiva em análise visual: do fotojornalismo ao blog*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 11-31.

GARDEY, Dephine. Perspectivas históricas. In: Maruani, Margaret. Hirata, Helena. (orgs) Rapkiewicz, Clevi. (trad). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: São Paulo, editora Senac, 2003. p. 37-53.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*- 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. *Seminário temático: antropologia e comunicação a crise da masculinidade na mídia*. XXV Encontro Anual da ANPOCS: Minas Gerais, 2001.

GUEDES, Viviane Marques. *Mídia e sociedade: interfaces contemporâneas*. – Olinda, PE: Livro rápido, 2010.

HEBERLE, Viviane M. ABREU, Bruna Batista. Investigating multimodality: An analysis of students' diary journals. In: *Linguagem em Foco* - Revista do Programa de Pós-Graduação Em Linguística Aplicada da UECE / Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza: EdUECE, 2011. v.3. n.5.

IEDEMA, R. *Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice*. London: Sage Publication, 2003.

KRESS, G. R.; Van LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. ed. London e New York: Routledge, 2006.

LAUFER, Jaqueline. Entre a esfera pública e a esfera privada: os desafios dos direitos das mulheres. In: MARUANI, Margaret; HIRATA, Helena. (orgs) RAPKIEVICZ, Clevi. (trad). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: São Paulo, editora Senac, 2003.

LOURO, Guacira Lopes. Mulheres na sala de aula. In: PRIORE, Mary Del. (org). BASSANEZI, Carla (coord. de textos). *História das Mulheres no Brasil*. 9. ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. et al. *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: GAYDECKA; KARIM; BRITO (organizadores). *Gêneros textuais: reflexões e ensino* – Palmas e União da Vitória. Paraná: Kayganguê, 2005.

MARUANI, Margaret. *Emprego, desemprego e precariedade: uma comparação europeia*. In: COSTA, Albertina de Oliveira. SORJ, Bila; BRUSCHINI; HIRATA, Helena. (orgs). *Mercado de trabalho e gênero: comparações internacionais*. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARUANI, Margaret. HIRATA, Helena. (orgs) RAPKIEVICZ, Clevi. (trad). As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho. São Paulo: São Paulo, editora Senac, 2003.

MATOS, Maria Izilda & BORELLI, Andrea. Espaço feminino no mercado produtivo. In: PINSKY, Carla Bassanezi & PEDRO, Joana Maria (org.). *Nova história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 126- 147.

MEULDERS, Danielle; HENAU, Jerome de; MARON, Leila. Orchay, Sile. *Trabalho e maternidade na Europa*. Condições de trabalho e políticas públicas. In: COSTA, Albertina de Oliveira; SORJ, Bila; BRUSCHINI, Cristina; HIRATA, Helena. (orgs). *Mercado de trabalho e gênero: comparações internacionais*. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MESQUITA, Cristiane; JOAQUIM, Juliana Teixeira. *Rupturas do vestir: articulações entre moda e feminismo*. In: *Design, arte, moda e tecnologia*. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC- Rio e Unesp- Bauru, 2012.

MILLER, Carolyn R. *Gênero textual, agência e tecnologia*. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; HOFFNAGEL, Judith (orgs). HOFFNAGEL, Judith Chambliss (trad.). São Paulo: Parábola, 2012.

NASCIMENTO, Roseli Gonçalves; BEZERRA, Fábio Alexandre Silva; HEBERLE, Viviane. Multiletramentos: iniciação à análise de imagens. *Linguagem & Ensino*, v. 14(2), p. 529-552, 2011. Disponível em: <revistas.ucpel.tche.br/index.php/rle/article/view/38/24>. Acesso em: 02 maio 2014.

NASCIMENTO, Erivaldo Pereira do. Gêneros jornalísticos na sala de aula: desenvolvendo habilidades leitoras. In: PEREIRA, Regina Celi Mendes (organizadora). *Ações de linguagem: da formação continuada à sala de aula*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2010.

PEDRO, Joana Maria. (org) *Nova história das mulheres no Brasil*- 1. ed. 1º reimpressão- São Paulo: Contexto, 2013.

PEREIRA, Tânia Maria Augusto. *O espetáculo de imagens na ordem do discurso midiático: o corpo em cena nas capas da revista Veja*. João Pessoa: PROLING-UFPB, 2013. (Tese de Doutorado).

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. CORREA, Angela M. S (trad). 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

PIMENTA, Sônia Maria de Oliveira; NATIVIDADE, Cláudia. The Semiotic Construction of Masculinity and affect: a multimodal analysis of media texts. *Ilha do Desterro* (UFSC), v. 64, 2013.

PUZZO, Miriam Bauab. *Gêneros discursivos: capas de revistas*. Revista Caminhos em linguística aplicada, Unitau. Volume 1, Número 1, 2009. p. 63-71.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade: In: PRIORE, Mary Del. (org). BASSANEZI, Carla (coord. de textos). *História das Mulheres no Brasil*. 9. Ed. 1º reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008. p. 578-606.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. *Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

REVISTA VEJA. São Paulo: Ed. Abril, 1968 até 2012.

SCALON, Celi. ARAÚJO, Clara. Percepções e atitudes de mulheres e homens sobre a conciliação entre família e trabalho. In: SCALON, Celi; ARAUJO, Clara. (orgs). *Gênero, família e trabalho no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. p. 15-78.

SCHNEUWLY, Bernard. Gêneros e Tipos de Discurso: Considerações psicológicas e ontogenéticas. In: *Gêneros orais e escritos na escola*. ROJO, Roxane; CORDEIRO, Glais Sales (trad. e Org.). Campinas - SP: Mercado de Letras, 2004.

SCOTT, Ana Silvia. O caleidoscópio dos arranjos familiares. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. *Nova história das mulheres no Brasil*- 1. ed. 1º reimpressão- São Paulo: Contexto, 2013.

SILVA, Diana Mara da. *As representações do professor em capas de revistas destinadas ao profissional de educação*. São Paulo: Universidade de Taubaté, 2012. (Dissertação de Mestrado).

SORJ, Bila. Percepções sobre esferas separadas de gênero. In: SCALON, Celi; ARAUJO, Clara. (org). *Gênero, família e trabalho no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. p.79-88.

SOUZA, Maria Medianeira de. *Transitividade e construção de sentido no gênero editorial*. Recife: UFPE, 2006. (Tese de Doutorado).

SOUZA, T. C. C. de. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação In: *RUA. Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp VII*. NUDECRI. Campinas: UNICAMP, março de 2001.

TAVARES, Lúcia Helena Medeiros da Cunha. *Mulher, Trabalho e Família: Jogos discursivos e redes de memória na mídia*. Tese, PROLING- UFPB, 2012.

VAN DIJK, Teun A. *Discurso e Poder*. HOFFNAGEL, Judith; FALCONE, Karina (trad). 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

VAN LEEUWEN, Theo. *Introducing Social Semiotics*. 1. ed. London: Routledge. 2005.

_____. *Discourse and Practice: new tools for critical discourse analysis*. Oxford, New York: Oxford University Press, 2008.

_____. Multimodality and Multimodal Research. In: *The Sage handbook of visual methods research*. MARGOLIS, Eric; PAUWELS, Luc (orgs). London: Sage, 2011.

VAN LEEUWEN, Theo; JEWITT, C. (Orgs.). *Handbook of visual analysis*. London: SAGE Publications Ltd., 2001.

Edições da Revista Veja consultadas através do link: (<https://acervo.veja.abril.com.br/>)

Edição 1789, de 12/12/2003

Edição 1185, de 05/06/1991

Edição 1535, de 25/02/1998

Edição 1674, de 08/11/2000

Edição 1789, de 12/02/2003

Edição 2267, de 02/05/2012

Edição 2323, de 29/05/2013

Edição 143, de 02/06/1970

Edição 130, de 03/03/1970

Edição 401, de 12/05/1976

Edição 2109, de 22/08/2009

Edição 629, de 24/09/1980

Edição 1358, de 21/09/1994

Edição 1152, de 17/10/1990

Edição 2373, de 14/05/2014

Edição 1205, de 23/10/1991

Edição 1114, de 23/10/1991

Edição 1837, de 21/01/2004

Edição 1888, de 19/01/2005

Edição 2100, de 18/02/2009

Edição 1521, de 24/12/1997
Edição 505, de 10/05/1978
Edição 567 de 18/07/1979
Edição 73, de 28/01/1970
Edição 2262, de 28/03/2012
Edição 2366, de 26/03/2014
Edição, 2198 de 05/01/2011
Edição 1535, de 25/02/1998
Edição 03, de 05/02/1969
Edição 698, de 20/01/1982
Edição1699, de 09/05/2001
Edição 2100, de 18/02/2000
Edição 2323, de 29/05/2013
Edição 1513, de 17/09/1997
Edição 1527, de 26/11/1997
Edição 658, de 15/04/2014
Edição 37, de 08/09/1999
Edição 2121, de 15/07/2009
Edição 475, de 12/10/1977
Edição 1674, de 08/11/2000

LINKS:

http://www.grantthornton.global/globalassets/insights/ibr/ibr2015_wib_report_final.pdf acesso em 26/03/2015.

http://wconnolly.blogspot.com.br/2010_06_01_archive.html acesso em 08/10/2014.

<https://acervo.veja.abril.com.br> acesso até 04/04/2015.