



III Encontro Nacional de Letras
no Litoral Norte da Paraíba

PRESSUPOSIÇÕES A RESPEITO DA MULHER EM CAPAS DA REVISTA VEJA: UMA ANÁLISE À LUZ DA SEMÂNTICA ARGUMENTATIVA E DA SEMIÓTICA FRANCESA

III Encontro Nacional de Letras no Litoral Norte da Paraíba - ELLIN-PB, 3ª edição, de 08/05/2024 a 10/05/2024
ISBN dos Anais: 978-65-5465-093-9

DEUS; Kátia Regina Gonçalves de ¹, ARAÚJO; Rafaelle de Freitas Oliveira Araújo ², SILVA; Vanessa Santos da ³

RESUMO

PRESSUPOSIÇÕES A RESPEITO DA MULHER EM CAPAS DA REVISTA VEJA: UMA ANÁLISE À LUZ DA SEMÂNTICA ARGUMENTATIVA E DA SEMIÓTICA FRANCESA

Kátia Regina Gonçalves de Deus - katiargd83@gmail.com - UFPB

Rafaelle de Freitas Oliveira Araújo - rafaelledefreitas@gmail.com - UFPB

Vanessa Santos da Silva - Vanessasantos0711@outlook.com - UFPB

RESUMO

Inegavelmente, as capas de revista são dotadas de recursos multimodais que expressam argumentatividade. Neste sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar as capas de revistas como textos sincréticos, investigando as imagens a partir do arcabouço teórico da Semiótica Francesa e os elementos linguísticos sob a luz da Semântica Argumentativa. Temos como aporte teórico-metodológico da Semiótica Francesa, especialmente, as categorias do plano de expressão de Floch, a partir da proposta metodológica elaborada por Teixeira (2008). Em relação a argumentação linguística, investigamos como o fenômeno da pressuposição ocorre nas capas, tendo como base autores como Ducrot (1987) e Moura (2000), entre outros. A metodologia adotada é bibliográfica e descritiva, de abordagem qualitativa. O *corpus* é composto por 02 (duas) capas que possuem em comum: 1) a presença da temática da mulher; 2) também a ocorrência da estratégia linguística da pressuposição e 3) o acionamento de variadas linguagens que se fundem e se potencializam para construção de sentido das capas selecionadas. Os resultados mostraram que: 1) os sentidos são potencializados quando o verbal e o não-verbal são analisados globalmente, considerando o texto como uma unidade, mesmo quando utilizadas variadas linguagens; 2) também percebemos que o fenômeno da pressuposição ocorre como uma estratégia linguístico-argumentativa produtivamente utilizada nas capas de revistas aqui analisadas; e 3) a partir das análises é possível inferir que o gênero midiático busca ditar como a sociedade deve compreender e reagir a determinado fato social, especialmente, aos papéis de gênero, sendo um dispositivo de construção de identidades, como afirma Milanez (2004).

PALAVRAS-CHAVE: capas, mulher, pressuposição, discursos imagéticos.

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), rafaelledefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

INTRODUÇÃO

As mulheres no mercado de trabalho ganharam destaque nas capas de revista quando começaram a competir com os homens por posições hierarquicamente superiores e por uma melhor remuneração. Junto a essas conquistas históricas, vieram inúmeros questionamentos em relação a papéis tradicionalmente pré-estabelecidos para elas, como a maternidade.

Para embasar essa discussão, neste trabalho, utilizaremos os conceitos da Semiótica Francesa, pois entendemos, assim como Gomes e Mancini (2007), que as concepções desta teoria nos auxiliam na reflexão mais aprofundada sobre os textos jornalísticos e publicitários, em suma, na compreensão dos textos midiáticos. E, ainda, por compreendermos que esses textos são potencialmente argumentativos, recorreremos ao fenômeno da pressuposição estudado por Ducrot (1987) e Moura (2000), para expor quais estratégias argumentativas são utilizadas para chamar a atenção do público leitor por meio da mensagem propagada.

Neste sentido, destacamos que o objetivo geral desta investigação é revelar quais são os discursos subjacentes encontrados em relação à temática da articulação dos pólos maternidade e mercado de trabalho, quando se analisa a integração entre os planos de expressão e os planos de conteúdo em capas selecionadas da revista *Veja*;

Especificamente, buscamos: 1) analisar as capas a partir das categorias do plano de expressão: cromática, eidética e topológica; 2) refletir sobre quais são os papéis sociais de gênero que as capas selecionadas estampam quando os textos são analisados como uma unidade, na qual há a integração de todas as linguagens; e 3) descrever a ocorrência do fenômeno e da pressuposição nas capas analisadas.

Em relação à metodologia, esta se caracteriza como sendo de natureza bibliográfica e descritiva, de abordagem qualitativa. O *corpus* é composto por 02 (duas) capas da revista *Veja* que versam sobre a articulação entre a maternidade e a mulher inserida no mercado de trabalho, as quais foram recortadas do *corpus* da pesquisa de mestrado de Araújo (2015) e possuem em comum: 1) a presença da temática da mulher; 2) também a ocorrência da estratégia linguística da pressuposição e 3) o acionamento de variadas linguagens que se fundem e se potencializam para construção de sentido das capas selecionadas. A seguir, apresentamos os conceitos teóricos que embasaram as nossas análises, em especial, os estudos sobre a Semiótica Francesa e alguns apontamentos teóricos sobre o fenômeno da pressuposição.

2 O FENÔMENO DA PRESSUPOSIÇÃO: UMA ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA

Antes de abordarmos o fenômeno da pressuposição, convém informar que esse tema é aqui tratado sob a ótica da Semântica Argumentativa, proposta por Ducrot e colaboradores (1987). A Teoria da Argumentação na Língua (TAL), criada pelos referidos autores, compreende a argumentação como uma característica inerente à linguagem; assim, com base nesse entendimento, Espíndola (2004) apoia-se para afirmar que não somente a língua, mas também o seu uso são fundamentalmente argumentativos. Diante disso, é possível constatar como diferentes elementos linguístico-discursivos, a exemplo da pressuposição, funcionam como estratégias de argumentatividade em diferentes textos, como, por exemplo, as capas de revista.

A partir desses breves apontamentos, podemos assinalar a compreensão de que em um enunciado, é possível a existência de conteúdos postos e pressupostos, sendo a percepção destes fundamental para assegurar o real sentido dos enunciados. Assim, de acordo com Moura (2000, p. 12), a análise de uma sentença possibilita perceber dois níveis ligados à informação, um primeiro nível em que as informações são compreendidas a partir do seu sentido literal, uma vez que estas estão “contidas no próprio sentido das palavras”, e um segundo nível, em que é possível considerar, pela simples enunciação de uma dada sentença, “outras afirmações que não são afirmadas literalmente, mas inferidas a partir dessas sentenças” (Moura, 2000, p. 13).

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaelledfreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

Por exemplo, em um enunciado do tipo: “Carlos deixou de dirigir”, percebe-se a informação de que Carlos não dirige mais, a qual possibilita a inferência de que, Carlos dirigia antes. Desse modo, Moura (2000), com base em Ducrot (1987), denomina a informação destacada no sentido literal das palavras de *conteúdo posto*, e a informação que pode ser recuperada, por meio da inferência da enunciação dessa sentença, de *conteúdo pressuposto*.

De acordo com Ducrot (1987, p. 20), “Certamente o pressuposto não pertence ao enunciado da mesma forma que o posto. Contudo, também lhe pertence – embora isso ocorra de um outro modo”, em função disso, o referido autor decide classificá-lo como um componente linguístico, que não pode deixar de ser aceito tanto pelo locutor como pelo interlocutor.

Ducrot (1987), ao definir o pressuposto, faz ainda uma distinção para diferenciá-lo de um outro elemento, denominado de subentendido, que é conceituado como um componente retórico, uma vez que este encontra-se ausente do enunciado e somente é ativado quando um ouvinte, num outro momento, vir a refletir sobre o referido enunciado. Nesse caso, destaca o autor, “Se o posto é o que afirmo enquanto locutor, se o subentendido é o que deixo o meu ouvinte concluir, o pressuposto é o que apresento como pertencendo ao domínio comum das duas personagens do diálogo, [...] que liga entre si os participantes do ato de comunicação” (Ducrot, 1987, p. 20). Desse modo, se relacionado ao sistema de pronomes, o posto estaria para o “eu”, o subentendido para o “tu” e o pressuposto para o “nós”, afirma o referido autor (1987, p. 20).

Nesse sentido, Moura (2000) destaca algumas expressões linguísticas responsáveis por ativar pressuposto (apresentados como pp), tais como:

a) *Descrições definidas* – as quais descrevem um ser específico (Ex.: O rei da França é calvo. – pp: Existe um rei na França.);

b) *Verbos factivos* – que introduzem um fato pressuposto (Ex.: João lamentou ter bebido vinho. – pp: João bebeu vinho.);

c) *Verbos implicativos* (Ex.: João conseguiu abrir a porta. – pp: João tentou abrir a porta.);

d) *Verbos que indicam mudança de estado* (Ex.: deixou de fumar. – pp: João fumava.);

e) *Expressões temporais* (Ex.: Maria desmaiou depois de encontrar João. – pp: Maria encontrou João.); entre outras.

Sobre isso, Moura (2000) ainda chama a atenção para o fato de que a pressuposição funciona como parte do fluxo conversacional, ou seja, em um dado contexto, essas palavras ou expressões que ativam pressupostos, podem ser recuperadas por meio do conhecimento compartilhado entre os interlocutores. Sendo assim, embora o pressuposto já esteja previsto no conteúdo posto, o contexto em que o enunciado foi proferido, bem como o conhecimento do assunto que é compartilhado pelos interlocutores, contribui para que este seja recuperado mais precisamente. Feitas estas considerações, passaremos para a próxima seção, onde destacamos uma breve discussão sobre os conceitos fundamentais da Semiótica Francesa.

3 CONCEITOS BASILARES DA SEMIÓTICA FRANCESA

Segundo Teixeira (2008), a sociedade atual é marcada pela multiplicidade de imagens e interações virtuais, tendo na Semiótica Discursiva, teoria a qual se filia a denominação de texto sincrético, para os textos que agregam essas várias linguagens, sendo entendidos como uma unidade, mesmo que integrem diferentes semioses, “a abordagem semiótica discursiva designa como sincrético um objeto que, acionando várias linguagens de manifestação, está submetido, como texto, a uma enunciação única que confere unidade à variação” (Teixeira, 2008, p. sn). Por isso, destaca que a palavra sincrétismo é entendida, nesta teoria, como sendo a fusão de elementos diversos, num único item.

Ainda segundo esta autora, para a semiótica discursiva o texto é entendido como uma unidade, sendo produto de uma estratégia argumentativa integradora, que articula diferentes linguagens, simultaneamente, potencializando e diluindo cada código, cujo resultado não é um texto verbal ou

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

um texto visual, por exemplo, mas um texto verbovisual. Neste sentido, Santos, Almeida e Fulaneti (2021) explicam que segundo esta semiótica pensada por Greimas, no texto, há uma inevitável integração entre o plano da expressão (como se diz) e o conteúdo (o que se diz), sendo, para o teórico, este plano o mais importante.

Barros (2005, p. 66) explica que “os valores assumidos pelo sujeito da narrativa são, no nível discursivo, disseminados sob a forma de percursos temáticos e recebem investimentos figurativos. Como temas e figuras são categorias que utilizaremos na análise do nosso *corpus*, detalharemos um pouco mais sobre elas.

Santos, Almeida e Fulaneti (2021) acrescentam que os temas e as figuras constroem um percurso no texto, por isso o mapeamento dessas duas categorias ajudam a traçar os caminhos que produzem e a compreender o uso que é feito desses elementos para conduzir a orientação de um esquema narrativo. “Esses revestimentos temáticos e figurativos associam-se diretamente ao contexto sociocultural, revelando a ideologia que perpassa o discurso” (Fulaneti; Pereira, 2020, p. 110).

Neste mesmo sentido, por defenderem que temas e figuras são capazes de dizer muito sobre o universo ideológico que o texto está inserido, Gomes e Mancini (2007) postulam que é imperativo que a metodologia proposta pela semiótica ofereça um aparato teórico que trate estes dois elementos no nível discursivo.

Logo, após a consolidação do plano gerativo na aplicação do plano do conteúdo (inclusive figuras e temas), segundo Fulaneti e Pereira (2020), os semioticistas começaram a se dedicar ao plano de expressão. Tal ação dos semioticistas foi natural, pois, como afirmam Matte e Lara (2009), a partir dos postulados básicos de Hjelmslev, adotados pela teoria semiótica, o conteúdo só se manifesta através de um plano de expressão.

Surgiram então modelos metodológicos que contemplam categorias de análise para o plano de expressão, como: cromáticas (cores: claro x escuro etc.), eidéticas (angulação: reto x curvilíneo, por exemplo) e topológicas (organização textual da unidade: alto x baixo, esquerda x direita etc.), que são consistentes para análise de qualquer texto verbo visual em um suporte planar. Em seguida, apresentamos a análise das capas selecionadas à luz do referencial teórico adotado nesta pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na sequência, apresentaremos duas capas que foram coletadas da revista *Veja*, as quais evidenciam a articulação: sucesso profissional e maternidade, e a partir destas fundamentamos a nossa discussão, amparados nas teorias discutidas na seção anterior. Convém esclarecer que essas capas foram publicadas entre os anos de 1991 e 2003, momento em que já havia se constatado um aumento crescente de mulheres atuantes no mercado de trabalho.

A primeira capa a ser analisada, edição da *Veja* 1185, de 05 de junho de 1991, tem como chamada: “Menos filhos, mães no trabalho”. A nova família da classe média brasileira”. Sendo assim, desde o seu título, podemos dizer que temos como tema a articulação entre a mulher no mercado de trabalho e o impacto disso nas questões relacionadas à maternidade.

Figura 1: Capa da Revista *Veja* 1.

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com



Fonte: Revista *Veja* - edição 1185 (1991).

São figuras representadas na imagem: a mãe e o pai, ambos em seus ambientes de trabalho, e a filha; juntos estão representando “a nova família da classe média brasileira”. Desde já, chamamos a atenção para as figuras que representam os pais como desenhos, daqueles que diariamente as crianças fazem na escola. Na qual, podemos associar quando a professora solicita que a criança faça o desenho dos pais, e ela retrata os seus genitores trabalhando.

Tal interpretação é reforçada pela representação da filha, ela aparece agigantada, no centro da capa, como se fosse algo para a sociedade prestar atenção e, ao mesmo tempo, o seu semblante parece angustiado, como se a nova realidade da família brasileira, a deixasse desamparada. Todo o restante da expressão do seu corpo (cabelos com tranças, posicionamento de suas mãos e pés) orienta o sentido para esta conclusão também, numa clara linguagem corporal que representa o desconforto diante de algo.

Em relação ao plano de expressão, ou seja, como as coisas são ditas, percebemos, pela pista da categoria cromática, as cores vermelha e azul. O nome da *Veja* e a parte “A nova família da classe média brasileira” são escritos em azul, porém, a chamada “Menos filhos, mães no trabalho” está em destaque vermelho, trazendo um chamamento ou alerta para a mulher. Além disso, é curioso o fato de a mulher estar representada em uma atmosfera azul e o homem em um ambiente alaranjado. Assim, entendemos como intencionalidade do texto estabelecer esta alternância no que antes era o ambiente mais masculinizado, no qual as mulheres estão inseridas, e eles estão neste ambiente novo, nessa nova realidade de responsabilidade com os filhos também.

Em relação ao tom alaranjado, ele aparece também no chão em que a menina está. Interessante ressaltar que a opção por esta cor é inovadora, não sendo ela tradicionalmente associada nem ao universo feminino, nem ao universo masculino. Podemos referenciar algo novo, no texto em tela, quando interpretamos como a criança está fincada nesta nova realidade, onde não está nem sob os cuidados maternos, nem paternos; e pela cara de desamparo, aparentemente, nesta nova realidade, não se sente segura.

Esta orientação de sentido é reforçada quando observamos a categoria topológica, uma vez que o texto está todo dividido em frames, molduras, claramente, delimitadas pelas cores, nos quais a mãe está inserida em um ambiente azulado, o pai em um ambiente alaranjado mais claro, e a criança está deslocada, não está dentro nem do espaço dela, nem do espaço dele. Ou seja, há uma separação topológica (mãe e pai ao fundo x menina na frente. E, no fundo: mãe na esquerda x pai na direita). De fato, os três formam um tríptico, no qual mais do que mediar esta nova realidade da família brasileira, a criança parece estar sendo apresentada como uma vítima destas

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

transformações. Através da categoria topológica, para à temática da maternidade e da mulher no mercado de trabalho, por colocar a criança centralizada, com esta caracterização que como um todo simula uma carência e desamparo, enquanto colocam os pais mais afastados e sempre com uma barreira na frente, neste caso, as mesas de trabalho.

Em se tratando do fenômeno da pressuposição, conforme se observa na primeira capa, a informação apresentada pela revista revela duas marcas de pressuposição e imprime dois tipos de conteúdos na sentença: “A nova família da classe média brasileira”, como descrito abaixo.

1º) A palavra **A** ativa um pressuposto (artigo definido):

Posto: A nova família da classe média brasileira.

Pressuposto: Existe uma nova família da classe média brasileira.

2º) A palavra **nova** ativa um pressuposto:

Posto: A nova família da classe média brasileira.

Pressuposto: Existia outro modelo de família de classe média brasileira.

Nesta sentença, o conteúdo posto revela que existe um novo modelo de família brasileira, sendo visto no próprio sentido das palavras, e um conteúdo pressuposto, que, de acordo com Moura (2000), não pode ser afirmado literalmente, mas é inferido a partir das sentenças nas quais aparece. Nesse caso, o pressuposto está sendo ativado pelo artigo definido “A”, o qual leva ao entendimento de que existe uma nova família da classe média brasileira, e pelo adjetivo “nova”, partir do qual, pode-se compreender que existia outro modelo de família de classe média brasileira, ou seja, diferente da que existe atualmente. Assim, por estar em posição anteposta ao substantivo “A”, o adjetivo “nova” pressupõe uma etapa anterior, apontando para algo que existia antes.

Quanto ao conteúdo subentendido, este evidencia que essa nova família da classe média brasileira, na qual a mulher ocupa outra posição (a de mulher que possui uma carreira profissional) traz consequências sobre o lar e a vida dos filhos. Neste sentido, o enunciado “A nova família da classe média brasileira” se associado ao enunciado “Menos filhos, mães no trabalho”, destacado como tema da capa da revista *Veja*, reforçam a ideia de que a mulher abandonou o lar para se dedicar a sua carreira profissional e, conseqüentemente, deixou de ter muitos filhos.

Passando agora à análise da capa da edição 1789, de 12 de fevereiro de 2003, temos um outro discurso sendo veiculado quando se trata da articulação entre maternidade e carreira profissional. Para iniciarmos, a chamada da revista é “Filhos e carreira”, como um texto sincrético que trata das mulheres que alcançaram o topo profissional em suas carreiras. Assim, temos como plano do conteúdo, os temas: a maternidade e o sucesso profissional, não sendo puramente, o ingresso da mulher no mercado de trabalho, mas uma narrativa que versa sobre as mulheres que buscam alcançar o topo.

Figura 2: Capa da Revista *Veja* 3.

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com



Fonte: Revista *Veja* - edição 1789 (2003).

Em relação às categorias do plano de expressão, percebemos novamente em relação às cores um jogo com os tons de azul e vermelho. O nome *Veja*, por exemplo, vem em tom vermelho, assim como o moletom da criança e os marcadores de texto que vem pontuando cada subtópico: 1) Muitas mulheres adiam a maternidade para chegar ao topo; 2) A angústia de quem deixou passar a hora certa de ser mãe; 3) Como mulheres bem-sucedidas conciliam a vida doméstica com o trabalho. Já a chamada vem em tom alaranjado “Filhos e carreira”.

A partir desta descrição, é possível inferir que o tom azul foi utilizado quando remete à ambiente de trabalho, pois este era um ambiente onde a presença do homem era mais ostensiva, especialmente, em relação aos melhores cargos/ sucesso profissional, pois as mulheres conseguiram alcançar o mesmo nível de formação que eles. Arend (2013) explica que esta associação acontece desde a década de 1940, tendo início nos Estados Unidos, em razão da publicidade do universo fabril para que pudessem produzir em larga escala.

Sabemos, no entanto, que os significados das cores e de qualquer semissímbolo, no geral, não é fixo. Mas, ao analisar a capa da revista, a mulher se reveste toda na cor azul, está sentada em uma cadeira executiva de escritório e o ambiente que ela está inserida em seu sucesso profissional, tem um background azul. Inclusive, é bem simbólico perceber que um dos pés dela que está fincado neste novo território, nós não conseguimos ver, mas o outro pé dela está sendo agarrado pelo filho, que é o único que executa um gesto de toque na cena.

Então, ao analisarmos a categoria eidética, temos, por outro lado, uma mãe extremamente curvada, em ângulo oblíquo para os leitores e que, apesar de todo sucesso, simplesmente posiciona uma mão na frente da outra, sem acariciar o filho ou executar nenhum gesto que remete ao mercado de trabalho. A leitura que fazemos é que esta mulher que alcançou o sucesso profissional está retratada de forma acanhada, deixando transparecer que, apesar das conquistas, não se sente confortável em comemorar a dupla vitória de chegar ao topo e de conseguir articular os eixos maternidade e trabalho.

É por isso que constatamos que o filho aparece bem ao centro novamente, como na capa anterior, formando um novo tríptico, onde agora ele é o mediador desta nova realidade: mulher - filhos - sucesso profissional. Então, neste caso, nesse papel de mediador, é ele quem parece literalmente “agarrar” esta mulher para a maternidade; já que a mulher que busca o sucesso profissional é constantemente retratada como uma mulher fria, egoísta, com ego exacerbado etc. Assim, ao segurar a perna dela, parece insinuar a tentativa de fazer o lembrete social de que à mulher cabe o papel social pré-estabelecido da maternidade. Em relação a teoria da Pressuposição, na capa da

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

revista Veja, temos marcadores/ enunciados que adicionam subtópicos acerca da temática ‘Filhos e Carreiras’, a saber:

Subtópico 01

Posto: muitas mulheres adiam a maternidade para chegar ao topo.

Subentendido 1: a maternidade dificulta chegar ao topo da carreira.

Subentendido 2: para chegar ao topo, a mulher precisa se dedicar ao trabalho.

Subtópico 02

2) Expressão definida que ativa o pressuposto: *A hora certa* (com o artigo definido *a*):

Posto: a angústia de quem deixou passar a hora certa de ser mãe.

Pressuposto: existe um momento certo para ser mãe.

Subentendido: arrependimento de ter adiado a maternidade e não conseguir ser mãe.

Subtópico 03

3) Operador argumentativo que ativa a pressuposição: *como*.

Posto: Como mulheres bem-sucedidas conciliam a vida doméstica com o trabalho.

Pressuposto: as mulheres conseguiram ser bem-sucedidas no trabalho.

Subentendido: Apesar da mulher ser bem-sucedida no trabalho, ela precisa lidar com os afazeres domésticos.

No subtópico 01, o posto trata-se do sentido literal da frase dita pelo locutor: *muitas mulheres adiam a maternidade para chegar ao topo*. Aqui não temos nenhum termo ou partícula que ative o pressuposto, mas temos dois subentendidos presente no enunciado. O primeiro deles, refere-se que a maternidade é um fator que dificulta no processo de alcançar o topo, isto é, o sucesso no trabalho, por esse motivo, as mulheres decidem adiar a maternidade. Em relação ao subentendido, podemos refletir que, para alcançar o topo (isto é, ter sucesso no trabalho), a mulher precisa se dedicar ao seu exercício profissional.

No subtópico 02, o posto apresentado é: *a angústia de quem deixou passar a hora certa de ser mãe*. O que podemos fazer inferência sobre o pressuposto ativado pelo artigo definido *a* trata-se que, para a mulher que existia um momento certo da maternidade. Em relação ao subentendido, é que essa mulher possui arrependimento de ter adiado a maternidade, por não conseguir ser mãe. Aqui pode ter vários motivos: por não ter idade para gerar o filho, por não ter condições financeiras, dentre outras razões.

No subtópico 03, o posto desse enunciado é *Como mulheres bem-sucedidas conciliam a vida doméstica com o trabalho*. O pressuposto ativado pelo operador argumentativo *como*, traz a noção de como isso acontece, logo, isso existe. Assim, o pressuposto trata-se que as mulheres conseguiram ser bem sucedidas no trabalho. Já o subentendido, a mulher é bem-sucedida no trabalho, mas também precisa lidar com os afazeres domésticos, tornando assim uma obrigação da mulher conciliar o trabalho com os afazeres domésticos, na qual pode ser justificado pelos recursos visuais. Como foi mencionado anteriormente, por exemplo, a forma que a mulher foi retratada na capa de revista: com roupas formais em tons de azul, sentada em uma cadeira executiva de

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

escritório. E ao seu lado, está o seu filho segurando uma das suas pernas. Nessa imagem, temos uma mulher que tenta conciliar a sua carreira profissional com a vida doméstica, incluindo aqui, a maternidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de nossas análises atingimos o nosso objetivo geral, na qual revelamos os discursos subjacentes acerca dos pólos maternidade e mercado de trabalho, através do estudo de integração entre os planos de expressão e os planos de conteúdo em capas selecionadas da revista *Veja*. Como também, analisamos as capas a partir das categorias do plano de expressão: cromática, eidética e topológica; refletimos sobre os papéis sociais de gênero que as capas selecionadas estampam, uma vez que os textos são analisados como uma unidade, na qual há a integração de todas as linguagens.

Além disso, observou-se, no presente trabalho, que o fenômeno da pressuposição pode ser um elemento argumentativo comumente presente nos textos de capas de revista como as aqui examinadas, com fins argumentativos. Estes podem ser inferidos por meio do conteúdo posto presentes nos enunciados das capas e também por meio das imagens veiculadas. Isso contribui para o entendimento de que a pressuposição é um fenômeno linguístico, que se apresenta por meio de elementos ligados ao enunciado, sendo recuperado de maneira implícita, isto é, através das inferências feitas pelos interlocutores.

Desse modo, em síntese, podemos dizer que: 1) os sentidos são potencializados quando o verbal e o não-verbal são analisados globalmente, considerando o texto como uma unidade, mesmo quando utilizadas variadas linguagens; 2) também percebemos que o fenômeno da pressuposição foi uma estratégia linguístico-argumentativa produtivamente utilizada nas capas de revistas aqui analisadas; e, 3) por fim, a partir das análises é possível inferir que o gênero midiático busca ditar como a sociedade deve compreender e reagir a determinado fato social, especialmente, aos papéis de gênero, sendo um dispositivo de construção de identidades, como afirma Milanez (2004).

Através da nossa análise, constatamos que os discursos presentes nas capas de revista questionam o maternar ou a conciliação do sucesso profissional e a maternidade, como os veiculados por essas capas, que buscam limitar ou culpabilizar a mulher de algum modo. O fato é que quando se trata da mulher no mercado de trabalho, apesar de todos os avanços históricos que estamos vivenciando, há sempre discursos subjacentes que ora as culpabilizam por abandonarem seus lares, seus filhos; ora tenta insinuar que buscar o sucesso profissional é egoísmo, ou não é algo para as mulheres, enquanto para os homens, sempre foram destinadas as funções "prometeicas", conforme afirma Baudelot (2003).

Por isso, cabe a nós, enquanto analistas do discurso, estarmos sempre atentos aos discursos estampados na mídia, pois eles têm um forte poder de influência na formação de opinião da sociedade e reflexões como estas nos faz perceber que apesar de uma aparente celebração da mulher no mercado de trabalho, há também cobranças em relação aos cuidados com os filhos.

REFERÊNCIAS

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

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica do texto*. 4. ed. São Paulo, São Paulo: editora Ática, 2005.

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com

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

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Revisão técnica da tradução Eduardo Guimarães. – Campinas, SP: Pontes, 1987.

ESPÍNDOLA, Lucienne. *A entrevista: um olhar argumentativo*. João Pessoa: EDUFPB, 2004.

GOMES, Regina Souza; MANCINI, Renata Ciampone. Textos midiáticos: uma introdução à semiótica discursiva; In: IX Fórum de Estudos Linguísticos: Língua Portuguesa, Educação e Mudança/ I Colóquio de Semiótica: Mundos Semióticos Possíveis, 2007, Rio de Janeiro. Atas do IX FELIN, 2007. v.1. p. 1-15.

FULANETI, Oriana de Nadai; PEREIRA, Jessyka Késsia de Carvalho. O corpo em exposição: análise semiótica do padrão de beleza feminina na prova oral do Celpe-BRAS. *Prolíngua*, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-9979.2020v15n1.52218>. Acesso em: 31 de jul. 2022.

MATTE, Ana Cristina Fricke; LARA, Gláucia Muniz Proença. *Ensaio de semiótica: aprendendo com o texto*. Ed. Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009.

MILANEZ, Nilton. A disciplinaridade dos corpos: o sentido em revista. In: SARGENTINI, V. E NAVARRO, Barboa, p. (Orgs). *Michel Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade*. São Carlos, SP: Claraluz, 2004.

MOURA, Heronides Maurílio de Melo. *Significação e contexto: uma introdução a questões de semântica e pragmática*. 2ª. ed. Florianópolis: Insular, 2000.

SANTOS, Juliana Barbosa dos; ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de; FULANETI, Oriana de Nadai. Brinquedo de menina: uma análise semiótica de embalagens de bonecas. *Revista Rascunho Culturais*, 2021.

TEIXEIRA, Lucia. *Achados e perdidos: análise semiótica de cartazes de cinema*. In: LARA, Gláucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander (orgs). *Análises do discurso hoje*. Vol. 1. Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 2008.

PALAVRAS-CHAVE: capas, mulher, pressuposição, discursos imagéticos

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), katiargd83@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Rafaeldefreitas@gmail.com

³ Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vanessasantos0711@outlook.com