

REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA EM PROPAGANDA: SIGNOS IDEOLÓGICOS E AXIOLOGIAS SOCIAIS NA LEI- TURA E NA ANÁLISE LINGUÍSTICA

Priscila MULLER¹³⁸

Adriana Delmira Mendes POLATO¹³⁹

RESUMO: O artigo analisa a representação da mulher negra em uma propaganda de cerveja brasileira e, para tanto, vale-se da abordagem dos conceitos de signo ideológico e axiologias sociais, discutidos por teóricos do Círculo de Bakhtin, em aplicação à compreensão valorada do material visual e verbal, do que decorre uma proposta de análise linguística ao ensino, pautada no dialogismo.

PALAVRAS-CHAVE: Análise linguística. Valorações sociais. Propaganda. Ensino.

1. Considerações iniciais

As propagandas de cerveja no Brasil, em sua maioria, são estampadas por imagens de mulheres seminuas e expressões de sentido bivocal, que conferem à mulher a condição de produto de consumo. Essas representações sociais mobilizadas em enunciados legitimam um discurso machista de sexualização e objetificação do corpo feminino. Apesar disso, a configuração verbo-visual descrita é muito comum, considerada natural e inofensiva. Isso porque o discurso possui um enraizamento cultural e histórico e os valores e estereótipos da cultura machista são reforçados pela mídia em geral.

Nesse sentido, o trabalho se propõe a analisar e a descrever, especificamente, a representação da mulher negra em uma peça publicitária da cerveja Devassa, a partir da baliza da teoria dialógica do Círculo de Bakhtin. Como o gênero abordado – propaganda publicitária impressa – se constitui a partir de recursos verbo-visuais, coadunamos a análise da imagem disposta a uma proposta dialógica de

¹³⁸ Graduanda em Letras (Licenciatura) – Português e Inglês, pela Universidade Estadual do Paraná – UNESPAR, departamento de Letras, no *campus* de Campo Mourão, Paraná, Brasil, sob orientação de Adriana Delmira Mendes Polato.

¹³⁹ Doutora em Letras pela Universidade Estadual de Maringá – UEM, professora de Língua Portuguesa no departamento de Letras da Universidade Estadual do Paraná – UNESPAR, no *campus* de Campo Mourão, Paraná, Brasil.

análise linguística (POLATO, 2017). A partir disso, elucidamos a necessidade de implementação de práticas de ensino de língua materna que fomentem a compreensão do funcionamento social da linguagem, com ênfase às habilidades linguístico-enunciativas e discursivas dos estudantes.

A análise linguística proposta para corroborar a leitura da propaganda está pautada nos pressupostos de GERALDI (1984, 1991) e MENDONÇA (2006) e aqui é ampliada por conceitos específicos do Círculo de Bakhtin, como signos ideológicos (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2006) e axiologias sociais (VOLOCHINOV/BAKHTIN, 1926; BAKHTIN, 1988), os quais já se apresentam arrolados em trabalhos como os de Polato e Menegassi (2017), Polato (2017), Costa-Hubes (2017). Os resultados obtidos por meio do trabalho desenvolvido apontam para a importância de compreender a complexidade da linguagem a partir de um plano valorativo e buscar fundamentações teóricas para a realização de uma abordagem dialógica/discursiva dos enunciados, sobretudo no ensino de língua portuguesa, para que tenhamos leitores mais críticos, capazes de interpretar os discursos mobilizados nos enunciados específicos que circulam socialmente e que, sobretudo, são carregados de posicionamentos ideológicos.

2. Signo ideológico e axiologias Sociais

A concepção de língua(gem) prenunciada pelo Círculo de Bakhtin transcende a concepção estrutural de língua enquanto sistema de códigos abstratos (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2006). Para os filósofos do Círculo russo, a realidade fundamental da língua só se constitui na interação verbal, por meio da relação situada do eu com o outro, portanto, relações dialógicas. Assim, estudar o fenômeno linguístico implica analisar a parte lógica/sistêmica, social e semântica inerente ao material verbal, como sendo a responsável por possibilitar a abstração da parte dialógica, que logo se constitui e se sustenta pelos discursos oriundos da interação humana já ditos e pelos aspectos extralinguísticos.

Se pautados na concepção dialógica de língua(gem) prenunci-

ada pelo Círculo de Bakhtin, podemos compreender o caráter ideológico dos signos, discutido por Bakhtin/Volochinov (2006) em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Todos os signos representam índices de valor social circunscritos à situação social, cultural e ideológica de interação, em circunscrição à enunciação concreta. Esses valores, portanto, se constituem a partir das situações imediatas e amplas de interação, unindo as cumulações quantitativas valorativas que a história confere aos signos àquelas peculiares que a enunciação concreta suscita. Desse modo, “os sistemas semióticos servem para exprimir a ideologia e são, portanto, modelados por ela. A palavra é o signo ideológico por excelência; ela registra as menores variações das relações sociais [...]” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2006, p.9). Assim, Bakhtin/Volochinov (2006) afirma que

o signo e a situação social estão indissolavelmente ligados. Ora, todo signo é ideológico” e “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2006, p. 29).

De acordo com esse pressuposto, as ideologias presentes nos enunciados podem ser convocadas em todo material significativo utilizado e, em termos linguísticos, no léxico, uma vez que os interlocutores selecionam os signos que a língua dispõe e imprimem neles um novo valor, que se relaciona com a vontade discursiva manifestada no enunciado que produz para compartilhar valores com os interlocutores constituídos, em dada situação imediata de interação.

Ainda, no que concerne ao plano valorativo, também é importante compreender o funcionamento das axiologias sociais discutidas por Volochinov/Bakhtin/ (1926), em *Discurso na Vida Discurso na Arte*. Nesse texto, os autores visam a um estudo mais sistematizado dos fatores extraverbais da situação mais imediata da interação, da entoação e dos juízos de valor social convocados.

Para compreendermos o funcionamento dos conceitos axiológicos no engendramento dos enunciados, Volochinov/Bakhtin (1926) traz à luz o fato de que um enunciado é constituído, inexoravelmente, por uma parte instantaneamente percebida, realizada, que é a mate-

rialidade linguística ou visual, e uma outra parte, mais complexa, presumida, que pode corresponder a aspectos sociais, como por exemplo os naturais “da família, do clã, da nação, da classe e [que] pode abarcar dias ou anos ou épocas inteiras” (VOLOCHINOV/BAKHTIN, 1926, p. 8). Os conceitos axiológicos tratados especialmente em *Discurso na Vida Discurso na Arte* - “extraverbal”, “juízo de valor” e “entoação” - estão estreitamente relacionados à parte presumida do enunciado. Todavia, é a parte percebida a responsável por elucidá-los, ainda que não instantaneamente. Por extraverbal podemos compreender aquilo que transcende a materialidade, mas que não se separa dela. O extraverbal compreende três aspectos que são compartilhados na interação: a) o horizonte espacial ideacional comum, que é o espaço visível compartilhado; b) “o conhecimento e a compreensão comum da situação por parte dos interlocutores” (VOLOCHINOV/BAKHTIN, 1926, p.7) e c) a avaliação comum entre os interlocutores sobre dada situação. Embora corresponda ao contexto social e histórico de uma situação de interação, o extraverbal não se limita a um fator externo que influencia o enunciado. Ele corresponde a uma parte constitutiva que se integra ao enunciado, em sua estruturação e significação. Sobre o juízo de valor, depreendemos o conjunto de julgamentos baseados em valores ideológicos, que estão cristalizados em determinada comunidade e não são submetidos a questionamento. É o lugar onde os interactantes estão ideologicamente imersos, constituídos. Quanto mais os interlocutores compartilham de um mesmo juízo de valor, mais sentidos são produzidos em uma situação de interação.

Já o conceito de entoação está estreitamente relacionado à abordagem dialógica da linguagem enquanto uma prática social, pois acaba por também envolver aspectos da oralidade como critérios essenciais no processo de significação, interpretação que se estende à linguagem verbal realizada na modalidade escrita. Cunha e Cintra (2013) em “Nova gramática do português contemporâneo”, definem entoação como “a linha ou curva melódica descrita pela voz ao pronunciar palavras, orações e períodos”, e, inclinados aos estudos linguísticos contemporâneos, apontam a entoação como uma função

distintiva na língua portuguesa. Nos textos escritos, a entoação por estar marcada pela intencionalidade do enunciado (declaração, interrogação ou exclamação), pelo conteúdo (palavras com maior conteúdo expressivo) e pela pontuação (grupo fônico ou unidade melódica). Nos termos dos autores do Círculo, a entoação também é marca autoral que representa a posição própria de quem enuncia. Graças aos recursos entoacionais é possível depreender construções como “Socorro!” ou “Atenção!” como um enunciado e não como unidades lexicais isoladas. Para Bakhtin/Volochinov “a entoação estabelece um elo firme entre o discurso verbal e o contexto extraverbal” (VOLOCHINOV/BAKHTIN, 1926, p.10), ou seja, excede as fronteiras do texto verbal e conecta-o ao contexto extraverbal. A entoação é social e traz vida ao discurso compartilhado.

Os conceitos axiológicos só podem ser compreendidos em conjunto no todo acabado do enunciado e por isso a linguagem é um fenômeno tanto concreto quanto vivo. Para a análise dessa concretude, é necessária uma prática de Análise Linguística que busque alcançar as camadas das valorações sociais. Ressalte-se que desde as mais imediatas, por contemplarem os aspectos axiológicos, quanto as mais amplas, quando se considera a ideia de signos ideológicos.

3. Concepções de Linguagem e Análise Linguística

Se nos propomos partir da teoria do Círculo de Bakhtin para delinear um trabalho de análise linguística e de análise de recursos visuais que integram o enunciado Propaganda Publicitária Impressa, convém considerar, nos termos do processo de ensino aprendizagem da língua(gem), a necessidade de adotar uma concepção de linguagem como forma de interação humana, que suscita uma prática de ensino dialógica, possibilitando análises e reflexões mais profundas sobre a abordagem da língua e do texto que as pronunciadas por concepções normativas ou descritivas.

A implementação de práticas não tradicionais correspondentes na realidade das aulas de língua portuguesa ainda é uma das maiores dificuldades dos professores, seja pela falta de formação necessária, MOSAICO, SJ RIO PRETO, v. 17, n. 1, p. 498-516

seja pela estrutura do sistema educacional, que precariza as condições do trabalho docente. Em uma concepção interacionista, a linguagem deve ser concebida como um processo de interação humana, que possibilita compreender o fenômeno linguístico para além das normas e prescrições da gramática tradicional. Tal proposição considera a natureza sócio-histórica da linguagem, bem como o aspecto intencional dos enunciados e seu funcionamento nas práticas sociais por meio do discurso e das formas típicas de enunciados que o mobilizam - os gêneros discursivos. Da mesma forma, o sujeito é visto a partir de sua posição sócio-histórico-ideológica, de sua heterogeneidade e singularidade, qualidades que permeiam seus atos responsáveis de linguagem (BAKHTIN, 2010). As aulas de língua portuguesa, portanto, não podem desvalorizar o conhecimento de língua que os alunos já possuem, mas ampliá-los, para dar acesso a diferentes habilidades linguístico-enunciativas e discursivas, por meio de um processo do qual participa ativamente.

Em perspectiva dialógica na Linguística Aplicada do Brasil (Polato, 2017), o termo AL foi apresentado por Geraldi em *O texto na sala de aula* (1984) e ampliado pelo mesmo autor na obra *Portos de Passagem* (1991) para denominar uma nova perspectiva de reflexão sobre a língua em uso que envolve o ensino gramatical, textual e discursivo nas escolas. Em *O texto na sala de aula*, gênese da AL, essa prática pedagógica aparece como uma proposta de trabalho com a produção e a reescrita de textos. Já nas ampliações apresentadas em 1991, Geraldi insiste que a AL está vinculada à análise das estratégias de dizer que o locutor lança quando propõe um processo de compreensão ao interlocutor sobre dado tema social. Quanto mais comprometida e consciente for essa proposta, mais isso se refletirá nas escolhas linguísticas pontuais que o locutor faz. Na mesma esteira de Geraldi (1991), Mendonça (2006) afirma que o termo passou a designar uma prática reflexiva, que concomitante às práticas (discursivas) de leitura, escrita e oralidade compõe as aulas de língua portuguesa. Nas palavras da autora (2006),

a AL é parte das práticas de letramento escolar, consistindo numa

reflexão explícita e sistemática sobre a constituição e o funcionamento da linguagem nas dimensões sistemáticas (ou gramatical), textual, discursiva e também normativa, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento de habilidades de leitura/escuta, de produção de textos orais e escritos e de análises e sistematização dos fenômenos linguísticos (MENDONÇA 2006, p. 208) .

A autora reafirma, ainda, que a AL se consolida por meio de atividades epilinguísticas, que consistem em comparação, transformação e reflexão sobre “construções e estratégias linguísticas e discursivas” (MENDONÇA 2006, p. 208), e atividades linguísticas, que contemplam a “leitura/escuta e produção oral e escrita” (IBIDEM) e que desfecham no uso de uma metalinguagem para descrição dos fenômenos linguísticos, reflexões que já reverberam outras mesmas, empreendidas no campo da Linguística Aplicada do Brasil, como se pode encontrar em Franchi (1987), Geraldi (1991). A oposição ao modelo de ensino de gramática tradicional e estruturalista ocasiona, por vezes, uma confusão em relação à AL, levando alguns professores a pensar que o ensino da gramática deve ser abandonado, o que não procede, já que a AL inclui tanto o trabalho com as atividades epilinguísticas quanto com as metalinguísticas, o que acaba por incluir descrições de cunho gramatical. O que muda em relação às práticas de ensino tradicionais precedentes é o modo como o estudo gramatical é inserido nas aulas de língua materna. Na perspectiva da AL, as atividades epilinguísticas são antecedentes às metalinguísticas, priorizando a reflexão sobre os valores sociais representados no texto, para, apenas, posteriormente, se chegar à identificação, à classificação sistêmica e à descrição metalinguística necessária à construção do conhecimento científico e cultural do aluno.

A prática da AL propõe a reflexão sobre os usos da linguagem e o desenvolvimento das competências e habilidades linguístico-enunciativas e discursivas dos alunos e, portanto, sua abordagem compreende também a observação de aspectos extralinguísticos. Por seu caráter abrangente, a AL pode e deve ser fundamentada por diferentes teorias dos estudos linguísticos. Nesse trabalho, como já mencionado, propõe-se uma análise linguística apoiada nos conceitos do

Círculo de Bakhtin, cuja ideia de signo ideológico e de axiologias sociais é cara.

4. Um percurso de análise e sugestões de possibilidades para o trabalho de AL: uma propaganda em foco.

Os diferentes textos que circulam em todos os campos das civilizações estão sempre cumprindo uma função, a qual parte de uma necessidade prática e pode ter o intuito de informar, reprimir, persuadir, entre outros. É importante atentarmos também para o potencial de alcance e de convencimento de alguns textos, vejamos, por exemplo, o quanto um clássico literário ainda é inacessível para a maioria das pessoas no Brasil, seja por fatores linguísticos, culturais ou econômicos, ao passo que a propaganda publicitária impressa ou de outra natureza atinge a maioria, se não todas as pessoas de todas as classes sociais. Os discursos veiculados nesse gênero chegam aos seus interlocutores específicos por diferentes suportes e trazem, muitas vezes, linguagem e discurso apelativos e até antiéticos, já que o grande intuito desse gênero é persuadir outras pessoas a acreditarem numa ideia ou produto, objetivo atrelado à função de persuadir o outro à compra do produto para obtenção de lucro financeiro. Os artifícios usados para alcançar esse convencimento do público surgem atravessados por questões sócio-históricas e ideológicas e o gênero propaganda, devido ao grande número de pessoas que alcança e ao seu potencial de persuasão pela linguagem, alimenta os discursos que veicula. Haja vista que os produtores de um texto desse gênero empregam saberes multidisciplinares na função, além dos recursos linguísticos, a propaganda também lança mão de artifícios pictóricos, tipográficos, cromáticos, sonoros entre outros para constituir o texto publicitário. No texto a ser analisado, observamos a organização verbal e imagética inerente à peça publicitária, valendo-nos também da análise linguística ancorada nos conceitos de signo ideológico e axiologias sociais do Círculo de Bakhtin. Segue o *corpus* de análise:



Figura 01– Figura extraída da peça publicitária da Brasil Kirin. Fonte: Diário do Centro do Mundo, 2013.

No anúncio de página dupla, o texto verbal está em destaque na parte superior da página esquerda. Em branco e com fonte maior, temos a seguinte oração: “É pelo corpo que se reconhece a verdadeira negra.” Esta afirmação é ambígua e o substantivo “corpo” se refere simultaneamente à cerveja – pelo líquido encorpado característico das cervejas *dark ale* – e à mulher – pelo formato do corpo representativo da mulher negra brasileira, idealizada por sua beleza, exotismo e sensualidade. No entanto, o anúncio se mostra tão apelativo, que a afirmação está muito mais inclinada à mulher, pelo uso dos termos “negra” e “corpo” concomitantemente, que ao todo significativo da peça. Isso ocorre porque, socialmente, o signo ideológico “corpo”, no sentido de corpo feminino ou masculino, tem mais alcance social que o signo corpo, no sentido de encorpamento líquido. Nos termos linguísticos, a expressão “é pelo corpo” é topicalizada, de modo que percebemos um processo de clivagem que coloca em foco o signo ideológico corpo. Para Brito e Duarte (2003), a estrutura clivada é uma das possibilidades que a gramática da língua oferece de se construir enunciados e comunicar intenções de fala. As estruturas clivadas apresentam um elemento que aparece em destaque com base na condição de contraste, exaustividade e exclusividade em relação aos outros elementos. Desse modo, a expressão “é pelo corpo” fica em evidência, topicalizada na construção analisada.

Se o locutor que assume a posição de publicitário tivesse optado pela construção de uma oração que se iniciasse pelo sujeito, teríamos uma ênfase sobre o signo ideológico “verdadeira mulher negra”, cujos adjuntos compõe a ideia geral de uma mulher idealizada. Mas não é isso que se quer colocar em evidência. Quer se pôr em evidência o “corpo”, porque ele é degustável ao interlocutor masculino ou, de forma mais geral, ao interlocutor que gosta de mulheres e de cerveja. Já no restante da construção, na expressão “a verdadeira negra”, o artigo definido “a” precedente ao adjetivo “verdadeira” agrega-lhe um valor superlativo, corroborando a construção de uma verdade aparente e incontestável.

Ao analisarmos o contexto geral da propaganda, podemos depreender que todos aqueles que compartilham do mesmo juízo de valor sobre o corpo da mulher negra, podem ou acreditam que podem concebê-la como aquela que se conhece por meio do corpo, por meio da aparência física representada e por meio da experimentação. Nesse sentido, é ao corpo que a mulher negra é reduzida. Podemos compreender que os valores compartilhados pelos interlocutores constituídos estão demarcados no ato de reconhecer conjuntamente. O adjetivo “verdadeira” possui uma determinação muito intensa sobre os termos mulher e negra e a entoação superlativa tem força sobre o conjunto que envolve o juízo de valor dado a partir do signo “mulher negra”. Assim, os valores compartilhados pelos interlocutores constituídos no texto remetem à construção de uma verdade incontestável sobre o que viria a ser uma verdadeira mulher negra. Reflexões epilinguísticas como a sugerida podem integrar as aulas de língua portuguesa, para que o aluno perceba a língua funcionando com ancoragem em valores sociais compartilhados de maneira específica no enunciado.

Por meio do caráter apelativo do anúncio, podemos perceber que “verdadeira” compreende as mulheres negras que possuem o corpo curvilíneo e que essa característica física está relacionada diretamente com os estereótipos de sensualidade e sexualidade, em sua maioria inerente ao público masculino, porque dizem respeito a valores sociais consolidados na cultura brasileira.

A respeito desses valores, podemos mencionar o processo de representação da mulher mestiça na literatura nacional, constituída como produto do imaginário coletivo, o qual se assenta em fatores/valores históricos e culturais. Nas palavras de Duarte (2009)

a condição de corpo disponível vai marcar a figuração literária da mulata: animal erótico por excelência, desprovida de razão ou sensibilidade mais acuradas, confinada ao império dos sentidos e às artimanhas e trejeitos da sedução. Via de regra desgarrada da família, sem pai nem mãe, e destinada ao prazer isento de compromissos, a mulata construída pela literatura brasileira tem sua configuração marcada pelo signo da *mulier fornicaria* da tradição europeia, ser noturno e carnal, avatar da meretriz” (DUARTE, 2009, p. 6).

Diversas são as produções cujos autores investem na representação objetificada e hipersexualizada da mulher negra na figura da mulata¹⁴⁰, no entanto, exemplo conciso do que é descrito por Duarte pode ser encontrado em Rita Baiana, a personagem “feita toda de pecado”, desencadeadora de eventos trágicos na trama de O Cortiço, de Aluísio de Azevedo, e Gabriela, de Jorge Amado, personagem muito difundida no cinema e na cultura popular brasileira, marcada pela sensualidade e submissão às necessidades masculinas. Evidenciando os aspectos do biotipo, esta passagem do conto Estória de Lélío e Lina, de Guimarães Rosa demonstra a idealização da forma física atrelada ao erotismo:

Ora vive com uma mulata escura, mas recortada fino de cara, e corpo bem feito, acinturado, que é uma beleza sensível, mesmo: é a Jiní, que se chama...[...] o deslize do corpo, os seios pontudos, a cinturinha entrada estreita, os proibidos — as pernas...[...] A Jiní, tão desconhecida, inventada, estranha cor de violeta, os olhos aviando verdes, o corpo enxuto, o avanço dos seios, os finos tornozelos, as

¹⁴⁰ De acordo com a cartilha Politicamente Correto & Direitos Humanos, a expressão é utilizada para designar os filhos de mãe branca e pai negro. “Mestiço de branco, negro ou indígena, de cor parda”. O termo é derivado da palavra de mulo, oriunda da língua espanhola, e refere-se ao filhote macho do cruzamento de cavalo com burra ou de burro com égua. Tal fato confere carga semântica negativa à palavra quando usada para denominar o mestiço, pois está vinculada “à ideologia do branqueamento da raça negra”, incorporada ao imaginário popular, sobretudo pela literatura nativista, para caracterizar a pessoa “sedutora, lasciva, sonsa” e outros adjetivos relacionados à hipersexualização, animalização, objetificação e submissão.

pernas de bom cavalo [...]” (ROSA, 1960, p. 162-202).

Percebe-se a semelhança entre traços físicos descritos por Rosa e a mulher negra que figura a peça analisada, “a cinturinha entrada estreita”, os “seios pontudos”, “os finos tornozelos”, são alguns dos aspectos que compõem o ideal de representativo da mulata na arte e na vida.

A segunda parte do enunciado que segue em fonte menor e amarela diz: “Devassa Negra. Encorpada, estilo Dark Ale. De alta fermentação, cremosa e com aroma de malte torrado”. Trata-se de uma lista de características. São signos ideológicos que gramaticalmente podem ser abordados do ponto de vista morfológico como adjetivos, cuja reflexão epilinguística poderia nos levar às inúmeras camadas de valorações sócio-históricas acumuladas, no caso específico desse enunciado, analisadas em seu direcionamento bivocal específico à mulher e à cerveja. Ainda que haja um outro ponto final depois de “Dark Ale”, as características todas se voltam para o sujeito, formando um único bloco de juízos de valor convocados. Desse modo, “encorpada” pode se referir ao líquido mais denso e viscoso desse tipo de cerveja ou à própria forma física do estereótipo feminino em questão. O “estilo dark ale/de alta fermentação”, pode parecer desprezioso já que são termos específicos sobre os ingredientes e o processo de fabricação da cerveja, mas nesse contexto é impossível não considerar o duplo direcionamento dos termos, uma vez que todo o enunciado investe na comparação mulher – cerveja. Logo notamos que, ao referenciar o processo de fabricação em temperaturas mais elevadas, o enunciador também se refere à sexualidade da mulher que está representada na peça, já que é socialmente compartilhado utilizar o adjetivo “quente” para denotar desejo ou desempenho sexual elevados. O adjetivo “cremosa”, assim como os demais, também tem sentido bivocal, indicando tanto a consistência da cerveja, sobretudo da espuma, quanto características de uma mulher que pode ser interpretada como dengosa, provocativa, ou até mesmo intimamente bem lubrificada e pronta ao ato sexual. O “aroma de malte torrado”, por sua vez, pode ser compreendido apenas como o aroma característico do ingrediente utilizado na fabricação da bebida, não fosse a analogia explícita entre a cerveja escura e a mulher negra. Nesse caso, é possível a interpretação de que o malte torrado também pode se relacionar ao imaginário de um suposto cheiro exótico da mulher afrodescendente.

Como mencionado anteriormente, nessa porção de texto, a pontuação produz um efeito entoacional muito significativo. A organização da adjetivação em lista, marcada pelas vírgulas, depois cadenciada pela presença da conjunção “e”. A construção termina com o ponto final dado sobre o último argumento, que confere aspectos diferenciais ao tipo particular de mulher e de cerveja abordados e instiga o interlocutor a querer prová-los. Todas as palavras escolhidas apelam aos aspectos sensoriais humanos, o gosto, o tato, o cheiro, reflexão que necessita permear as aulas de língua portuguesa.

No plano social brasileiro, a maioria das cervejas investe em propagandas de cunho apelativo, com objetificação do corpo feminino. Nesse contexto, quando a propaganda dispõe de recursos auditivos, geralmente a voz do narrador da propaganda é pausada e arrastada. Os recursos prosódicos operam para intensificar o valor do adjetivo. Quem nunca ouviu um “gelaaaaada” ou “gostooooosa” para caracterizar uma “cerveja”? Essa entoação social empregada é também compartilhada pelo interlocutor que lê o anúncio na propaganda impressa. Assim, a entoação funciona como elo entre o já dito nesse campo e, no enunciado específico, confere o tom de malícia que os adjetivos carregam. Na peça publicitária em questão, as pausas asseguradas pela pontuação relembram as entoações dos comerciais falados e prendem o leitor ao valor do adjetivo, enfatizando sentidos que se aplicam à mulher e à cerveja, simultaneamente. É importante ressaltar que todo o conjunto do enunciado permite que a pontuação produza esse efeito.

Sobre os recursos visuais da propaganda analisada, podemos dizer que reafirmam toda a leitura do texto verbal que foi proposta até aqui. O plano de fundo em dois tons de verde escuro combina com o rótulo da garrafa e realça as imagens que estão em primeiro plano, que são a cerveja do lado esquerdo e a mulher do lado direito. Se considerarmos a posição de alguém que folheia a revista e chega à página desse anúncio, a imagem de maior destaque é a mulher e não o produto que deveria estar em evidência - a garrafa de cerveja. Esta se encontra ao lado da mulher, bem próxima, porém na página da esquerda. A visão panorâmica da ilustração e a posição da mulher, que está sentada, sugere que mulher e cerveja estejam em cima de uma mesa ou balcão, o que as coloca em situação de igualdade. Logo, concluímos que para o locutor deste enunciado, ambas possuem a

mesma condição, que é a de produto. A caracterização da mulher também corrobora a busca por essa objetificação. A começar pelo salto alto e fino propositalmente à mostra, para convocar os efeitos deste objeto, que pode simbolizar poder, feminilidade, fetiche, sexualidade e sedução, conforme o signo visual se configura também assentado em valores sociais reconhecidos. O sapato é preto e possui a sola em tons de laranja ou vermelho, o que podemos considerar uma alusão aos modelos do designer francês de calçados Christian Louboutin, criador dos solados vermelhos que são sinônimo de luxo e poder aquisitivo. O restante da composição das vestimentas da mulher não destoa dessa referência europeia: as meias sete-oitavos, ligeiramente acima dos joelhos, o vestido tomara-que-caia com bordas de plumas e fendas profundas nas costas e na lateral, uma tiara de plumas, um brinco de argola grande, um bracelete com uma rosa. Vestido, meias e acessórios possuem uma coloração quente, dois ou três tons de alaranjado. Todos os itens propõem sensualidade e fetiche, e resultam no simulacro de uma prostituta numa atmosfera de cabaré francês. A mulher, especificamente, está de costas com o rosto voltado para trás. A expressão facial é provocativa, outras partes do corpo como as costas, os seios e a lateral da coxa, deixadas à mostra pelas fendas do vestido, também, produzem um efeito de sedução. Todos esses elementos utilizados para compor o enunciado são signos ideológicos e dizem muito sobre o contexto extralinguístico do qual emerge a propaganda. Para analisarmos com mais cuidado esses elementos e seu contexto conduziremos o processo de reflexão por meio das axiologias sociais.

O contexto extraverbal da peça publicitária, por si só, já é capaz de explicar muitas ideologias e preconceitos presentes no enunciado. Comparar mulheres com cerveja e objetificá-las é comum nas propagandas de marcas brasileiras. A expressão “loura” para designar a cerveja Pilsen já faz parte da lista de machismos naturalizados no seio da sociedade brasileira. O enunciado em análise, no entanto, amplia essa objetificação, a começar pela própria denominação da marca – Devassa, que remete à liberdade sexual feminina, em em-

prego pejorativo. Conforme visto, a situação extraverbal da propaganda não influencia a produção desse tipo de anúncio, mas é parte integrante dele. Assim, a naturalização da comparação machista de cerveja com mulher nos diz que, do mesmo modo, o discurso de objetificação do corpo feminino também atravessa as relações sociais no campo publicitário.

Se resgataremos brevemente a história brasileira, veremos que as organizações sociais se desenvolveram sob os preceitos da sociedade patriarcal. Toda a historicidade das relações de gênero no Brasil e os fatores culturais nos fazem refletir sobre como questões a respeito da objetificação do corpo feminino são mais profundas e complexas do que aparentam. No entanto, no que se refere à mulher negra, a tese de objetificação e exploração é mais perversa. Silva (2013), explica que, mesmo no contexto atual, a representação da mulher negra na mídia brasileira se dá a partir de um ideário fabricado de mulata, assentado no fenótipo branco europeu. Assim, pode-se depreender que as feições afiladas da mulata representada no enunciado em análise não remetem a etnias africanas em que essas características são comuns, mas ao fenômeno do embranquecimento, enquanto herança evolucionista, como fator de embelezamento. À história de uma sociedade que se desenvolveu sob o patriarcado, somam-se as marcas do escravismo e da exploração da mulher negra enquanto objeto sexual dos senhores brancos. Rememora-se, portanto, o histórico o lugar social de subordinação e exploração do corpo feminino negro. É nesta configuração sócio-histórica e ideológica ampla que se ancora a situação imediata de interação representada, a arrastar na e pela língua, valores que ainda regem condutas possíveis na sociedade em questão.

Na propaganda analisada, é nítido o papel da mulher: servir o homem sexualmente. Se consideramos o contexto extraverbal, notamos que esse papel é comum a pressupostos machistas e preconceituosos que se arrastam na configuração histórico social. Como vimos, para um determinado grupo étnico, essa tese é mais acintosa. Falamos do grupo de mulheres negras, pretas ou afrodescendentes. No enunciado em análise, também observamos o fenômeno do “colorismo”,

que se assenta na interpretação de que os graus de exclusão e aceitação social do negro se dá de acordo com a tonalidade da pele. Quanto mais escura é a pele da pessoa, mais discriminação ela sofre. No caso das mulheres negras, as que possuem a pele mais escura e formas mais negroides como lábios grossos, nariz largo, cabelos mais crespos, são vistas como serviçais e inferiores. Já as mulheres que possuem a pele mais clara, os traços mais caucasianos possuem certos privilégios na questão da aceitabilidade social, mas ainda assim são discriminadas, principalmente pela objetificação de seus corpos, na mesma linha que Silva (2013) trata da questão do embranquecimento. É desde o tempo da escravidão no Brasil, que a proposição de que as “mulheres brancas servem para casar, as pretas para trabalhar, e as mulatas para fornicar” (DUARTE, 2009, p.6) é vigente. A mulher representada no anúncio é tipicamente o que o Brasil e até mesmo os países do exterior elegem como a mulata. No universo machista e racista a mulata é um produto. Alguns agregam “de exportação”, para robustecer os estereótipos e a herança escravocrata, vendendo o corpo da mestiça como um produto nacional. Ao afirmar que a “verdadeira negra” é reconhecida “pelo corpo”, a propaganda convoca toda essa historicidade para reafirmar a objetificação das mulheres negras. Ao retratar a mulher negra imgeticamente, convoca o racismo e o machismo latentes na sociedade, que requer o embranquecimento parcial da mulher negra para que esta possa desenvolver seu papel de objeto sexual exótico.

O discurso da peça é ideologicamente vivo se analisarmos o contexto extraverbal, além de funcionar como reforço a juízos de valor veementes na história do Brasil. Baseado em um outro juízo de valor machista, o locutor constitui o público masculino como o único interlocutor consumidor de cerveja. O locutor pressupõe o perfil de seu interlocutor e a partir disso tem noções sobre o que vai dizer e como vai dizer. Ao produzir uma propaganda com a imagem objetificada da mulher, tem em mente que o grupo social a ser atingido compartilha dos mesmos juízos de valor acerca do corpo feminino e, sobretudo, acerca do corpo feminino negro.

Compreender como se dão as representações objetificadas da

mulher, como por exemplo no enunciado analisado, requer a compreensão da historicidade inerente ao uso da língua(gem). Questionar pressupostos que são aparentemente normais, humorísticos e inofensivos faz parte do exercício crítico de leitura, nesse caso corroborada pela análise linguística. A investigação dos signos enquanto ideológicos, constantemente revalorados e adequados às finalidades enunciativas e das axiologias sociais de sustentação dos discursos, também exige postura crítica, questionadora e consciente, e, por conseguinte, o processo de análise linguística balizado por esta investigação tende a produzir resultados mais satisfatórios no que tange a compreensão da linguagem e dos discursos como práticas sociais.

Considerações finais

Por meio do trabalho desenvolvido, foi possível depreender a importância de compreender a língua em toda sua complexidade, bem como dispor de fundamentações teóricas que possibilitam uma abordagem dialógica do fenômeno linguístico, sobretudo no ensino de língua materna. É inquestionável o funcionamento social da linguagem, por sua capacidade de abstrair as relações humanas e históricas sem delas se desvencilhar. A língua(gem) deve ser vista como um meio de interpretação e transformação das dinâmicas sociais, portanto, o teor machista e racista da propaganda analisada e sua recorrência em outras propagandas do mesmo produto, indica que precisamos discutir e questionar as relações de gênero, e desmistificar a questão do racismo, já que este se dissimula nas relações sociais, acontece de forma velada e muitas vezes se ampara em discursos como o da miscigenação, da diversidade, do samba, do carnaval e da erotização do corpo feminino negro. No entanto, ao realizar uma leitura mais atenta e crítica, podemos resgatar valores e axiomas da sociedade brasileira e chegar à compreensão da sustentação de determinados discursos mobilizados em enunciados.

Uma das formas de concretizarmos essas reflexões em sala de aula, nas aulas de língua portuguesa, é a partir de práticas epilinguísticas que levem o aluno a compreender que valores sociais estão

REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA EM PROPAGANDA: SIGNOS IDEOLÓGICOS E AXIOLOGIAS SOCIAIS NA LEITURA E NA ANÁLISE LINGUÍSTICA

sendo mobilizados no enunciado por meio da entoação, dos juízos de valor e do extraverbal da enunciação, percebidos no material verbal. Desse modo, é possível, a partir da materialidade representativa dos discursos latentes, ampliar a capacidade crítica e os horizontes de consciência social no processo de leitura.

Práticas dialógicas análise linguística como sugerida favorecem condições para o aluno interpretar os discursos e as relações sociais, bem como se reconhecer responsável e apto para interagir e agir pela linguagem, respondendo, contestando violências, preconceitos raciais e intolerâncias de quaisquer naturezas, como as desigualdades de gênero, a miséria, a corrupção e outros, a fim de mover as relações sociais para uma organização coletiva mais justa e democrática, do mesmo modo como preconizou o Círculo de Bakhtin ao discutir a interação verbal no centro das relações sociais.

MULLER¹, P.; POLATO, A. D. M. Representação da mulher negra em propaganda: signos ideológicos e axiologias sociais na leitura e na análise linguística. *Mosaico*. São José do Rio Preto, v. 17, n. 1, p. 498-516, 2018.

REPRESENTATION OF BLACK WOMEN IN ADVERTISEMENT: IDEOLOGICAL SIGNS AND SOCIAL AXIOLOGIES IN READING AND LINGUISTIC ANALYSIS

ABSTRACT: This article analyzes the representation of black woman in a Brazilian beer advertisement and, for that, it draws on considering the notions of ideological sign and social axiologies, discussed by Bakhtin Circle's theorists, applied to the valued comprehension of visual and verbal material, which results in a proposal of linguistic analysis dialogic to teaching.

KEYWORDS: Linguistic analysis. Social valuations. Advertisement. Teaching.

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M.; VOLOCHINOV, V. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara F. Vieira. 12ed. São Paulo: Hucitec. [original de 1929], 2006.

BRITO, A. M.; DUARTE, I. Orações relativas e construções aparentadas. In: MAITEUS, M. H. M. (Org.). *Gramática da língua portuguesa*. 5. ed. revista e aumentada.

Lisboa: 2003. p. 653-694.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. *Nova gramática do português contemporâneo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001

DUARTE, Eduardo de Assis. *Mulheres marcadas: literatura, gênero, etnicidade*. Terra roxa e outras terras, Minas Gerais, v. 17-A, 2009. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/terraroxa/article/view/24983>> Acesso em 20 de ago. de 2018

GERALDI, J.W (Org). O texto na sala de aula. 4. ed. São Paulo: Ática, 2006

In_____. A análise linguística. In: Geraldi, J.W. *Portos de passagem*. São Paulo: Ática, [1991]2013. P. 189-217.

GONÇALVES, L. É. Q., GONÇALVES, J. B. C., GUEDES, I. L. *A perspectiva bakhtiniana para o estudo do signo ideológico em textos verbo-visuais: uma análise da capa da revista Veja*. C&S - São Bernardo do Campo, v. 37, n. 2, p. 159-181, maio/ago. 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v37n2p159-181>> Acesso em 7 de nov. de 2016

MENDONÇA, M. Análise linguística no Ensino Médio: um novo olhar, um outro objeto. In: BUNZEN, C.; MENDONÇA, M. *Português no ensino médio e formação de professores*. São Paulo: Parábola, 2006. P.6. 199-226

MENEGASSI, R. J.; CAVALCANTI, R. S. M. *Conceitos axiológicos bakhtinianos em propaganda impressa*. Alfa, São Paulo, n. 57, v. 2, p. 433-449, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-57942013000200005&lng=en&tlng=en> Acesso em 4 de nov. de 2016

PERFEITO, Alba Maria. Concepções de linguagem e análise linguística: diagnóstico para propostas de intervenção. In: ABRAHÃO, M. H. V.; GIL, G; RAUBER, A. S. (Orgs.). *I Congresso latino-americano sobre formação de professores de línguas-CLAFPL*. Anais. Florianópolis, UFSC, 2007, p. 824-836. Disponível em: <http://www.cce.ufsc.br/~clafpl/74_Alba_Maria_Perfeito.pdf>. Acesso em 21 jan. 2013

QUEIROZ, Antônio Carlos. *Politicamente correto e direitos humanos*. Brasília: SEDH, 2004.

ROSA, João Guimarães. *Corpo de baile*. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1960

SILVA, Neila Dória de Andrade. Pés, cadeiras e leituras de mulata - a cadência do corpo no samba. In: *IX encontro de estudos multidisciplinares em cultura - ENECULT*. Anais. Salvador, UFBA, 2013. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/294331933/PES-CADEIRAS-E-LEITURAS-DE-MULATA-A-CADENCIA-DO-CORPO-NO-SAMBA#user-util-view-profile>> Acesso em 20 de ago. de 2018

VOLOCHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. *Discurso na vida e discurso na arte: (sobre poética sociológica)*. Tradução de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza [para fins didáticos]. 1926