

# NAS TEIAS DA EMOÇÃO: A PATEMIZAÇÃO NA SEÇÃO “NOSSA CONVERSA” DE CLARICE LISPECTOR SOB A PERSPECTIVA SEMIOLINGÜÍSTICA<sup>1</sup>

Leonardo Coelho Corrêa Rosado<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

No âmbito da literatura brasileira, Clarice Lispector é conhecida como uma das mais significativas escritoras do modernismo. Suas obras tais como *Perto do coração selvagem* (1943), *A paixão segundo G.H.* (1964), *Água viva* (1973), *A hora da estrela* (1977), entre outras, revelam um traço de introspectividade muito grande, caracterizando uma literatura subjetiva. Com efetiva participação no meio jornalístico, a escritora produziu, para diferentes jornais, diversos tipos de colunas, dentre as quais se destacavam as colunas femininas. Em sua carreira jornalística, a escritora publicou três colunas femininas: “Entre Mulheres”, coluna do tablóide *Comício*, publicada entre maio e setembro de 1952; “Correio Feminino – Feira de Utilidades”, produzida entre agosto de 1959 e fevereiro de 1961, para o jornal *Correio da Manhã*; e “Só para Mulheres”, publicada entre abril de 1960 e março de 1961, para o jornal *Diário da Noite*. Em nenhum momento, porém, o nome Clarice Lispector aparecia no âmbito de alguma dessas páginas femininas, pois, por razões de cunho profissional, pessoal, entre outras, a escritora ou adotava algum pseudônimo, como é o caso da coluna “Entre Mulheres”, cujo pseudônimo utilizado era Tereza Quadros, e da seção “Correio Feminino – Feira de Utilidades”, ou era *ghostwriter* (do inglês *ghost* – fantasma; *writer* – escritor) de alguma celebridade, é o caso da coluna “Só para Mulheres”, em que Clarice Lispector era *ghostwriter* da atriz e manequim Ilka Soares.

Alguns desses textos tornaram-se corpus de um projeto de pesquisa, que desenvolvemos no período de agosto de 2007 a julho de 2008, por meio do PIBIC/CNPq/UFV. Com o título, *Imagens de Mulher em Correio Feminino de Clarice Lispector: uma abordagem Semiolingüística*, o referido projeto objetivava apreender as imagens de mulher em 48 textos de *Correio Feminino* –

---

<sup>1</sup> O presente trabalho é parte resultante do relatório do projeto de pesquisa *Nas teias da sedução: argumentação, emoção e ethos na seção “Nossa Conversa” de Clarice Lispector*, realizado entre março de 2009 e fevereiro de 2010 através do PROBIC/FAPEMIG/UFV, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Santos de Souza Melo.

<sup>2</sup> Mestrando em Letras da área de concentração Estudos Linguísticos da linha de Estudos Discursivos da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Bolsista CAPES/REUNI. [tintimcorre@hotmail.com](mailto:tintimcorre@hotmail.com).

coletânea que reúne 178 textos publicados, primeiramente, nessas colunas femininas –, através dos pressupostos teórico-metodológicos da Teoria Semiolingüística do Discurso.

O desenvolvimento e a conclusão deste projeto nos trouxeram contribuições valiosíssimas, na medida em que nos permitiram perceber que a imagem de mulher encenada no discurso assumia traços de um modelo padrão a ser seguido pelas leitoras das colunas. Além disso, a conclusão do projeto possibilitou-nos observar que o universo discursivo projetado nos textos estudados era passível de ser abordado em outras perspectivas.

Foram considerando essas contribuições que constatamos a possibilidade de trabalhar alguns textos dessas páginas femininas sobre o viés da patemização, visando apreender as estratégias de efeitos de emoção, utilizadas por Clarice Lispector para a construção do modelo de mulher. Assim, surgiu o presente trabalho que pretende analisar e descrever as estratégias discursivas, em termos de patemização em 64 textos publicados na seção “Nossa Conversa” da coluna “Só para Mulheres”, do *Diário da Noite*.

A justificativa para lidarmos no presente artigo com essa seção e coluna se deve, primeiramente, ao fato de que, na seção “Nossa Conversa”, como o próprio título sugere, a escritora, escondida atrás do nome Ilka Soares, estabelecia uma conversa com a sua leitora, revelando a ela receitas, conselhos, segredos e dicas que pudessem ser úteis no seu dia-a-dia, construindo não só uma argumentação que levassem as leitoras a aderir aos modelos apresentados, mas também encenando certos efeitos que pudessem emocioná-las e, dessa forma, aumentar a adesão aos modelos representados.

O presente artigo está dividido em 4 seções, além desta introdução e das considerações finais. Na primeira seção apresentaremos o conceito de patemização e de efeitos patêmicos à maneira como eles são compreendido no âmbito da teoria Semiolingüística de Patrick Charaudeau, base teórica deste trabalho. Na segunda seção, descrevemos a seção e coluna em estudo, observando a configuração das mesmas. Já na terceira seção, demonstraremos os gêneros situacionais que compõem o nosso corpus, enquanto na quarta seção, apresentaremos os resultados obtidos por nossa pesquisa, evidenciando como os efeitos patêmicos são encenados em nosso corpus, bem como quais estratégias são utilizadas.

## **A EMOÇÃO E O PROCESSO DE DRAMATIZAÇÃO: A PROPÓSITO DO EFEITO PATÊMICO**

No âmbito da Teoria Semiolingüística, o ato de linguagem só significa em função da situação de comunicação dentro da qual ele é produzido. Logo, a significação discursiva é dada a partir da interação entre um *dizer*, denominado de *circuito interno*, e de um *fazer*, *circuito externo*. A situação de comunicação é definida por meio de um contrato comunicacional que liga os parceiros da troca linguageira através de uma finalidade, de identidades, de um propósito e de um dispositivo material, estabelecendo as restrições contratuais que sobredetermina o dizer e o fazer. Entretanto, mesmo sendo condicionado pelas restrições do contrato comunicacional, o sujeito falante é livre para jogar com tais restrições e realizar o seu projeto de fala por meio da seleção de estratégias discursivas que coadunam tanto com a sua intencionalidade, quanto com os dados da situação de comunicação. É por isso que falamos que o ato de linguagem é perpassado por dois tipos de espaços: a) um *espaço de restrições*, determinado pelos dados do contrato comunicacional; e b) um *espaço de estratégias*, determinado pela margem de manobra disponível pela interação entre as restrições comunicacionais e o projeto de fala do sujeito.

Além disso, é importante levarmos em conta que a produção de sentido dentro do ato de linguagem se dá através de um processo denominado por Charaudeau (1995) de *processo de semiotização do mundo*, processo esse constituído pela interação entre um *processo de transformação*, que transforma um mundo a significar em um mundo significado, e um *processo de transação*, que toma o mundo significado em função do papel que é atribuído ao sujeito-destinatário no interior da troca linguageira. Esse último processo se realiza por meio de quatro princípios: a) *princípio de alteridade*, b) *princípio de pertinência*, c) *princípio de regulação* e d) *princípio de influência*.

Dessa maneira, o processo de semiotização do mundo apóia-se sobre vários elementos: a) o *dispositivo comunicativo*; b) o *projeto de fala* do sujeito que constrói esse mundo; c) os *lugares de pertença* dos grupos, d) os *saberes e as visões de mundo* que os sujeitos partilham; e) as *circunstâncias de troca*. Essas condições de semiotização permitem-nos dizer que, no discurso, não há uma verdade; de fato, o que vemos é uma **verossimilhança**, isto é, aquilo que **se deve crê como verdade**. Logo, o objetivo de uma análise do discurso não é analisar a verdade – pois esta não é possível, pelo menos no discurso –, mas sim os jogos de encenação da verdade (o “fazer crer”). E é considerando esse “fazer crer” que falamos de uma **problemática de influência**: o *sujeito produtor do ato de linguagem, através de sua encenação discursiva, quer atingir seu parceiro seja para fazê-lo agir, seja para emocioná-lo, seja para orientar seu pensamento*.

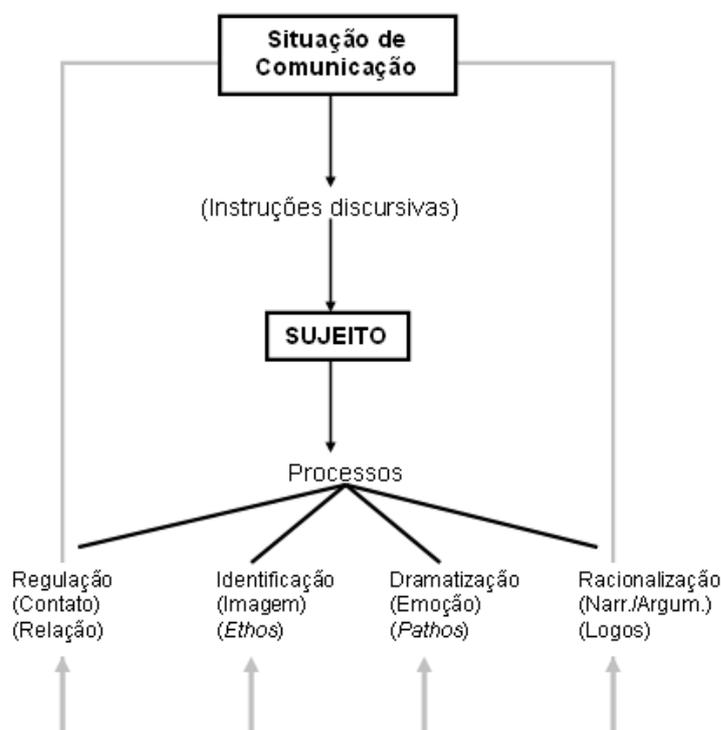
Esse ato de influência pressupõe que o sujeito falante, ao tomar a palavra, se vê diante de quatro processos linguageiros: a) *processo de regulação*, ou de tomada de contato, que diz respeito ao ato de imposição de sua presença ao outro e, por conseguinte, à instauração de posições de superioridade/inferioridade para os sujeitos; b) *processo de identificação*, ou de construção de uma imagem de si (*ethos*), que corresponde à imagem que o enunciador faz de si para ser considerado pelo destinatário como um sujeito digno de crédito; c) *processo de dramatização*, ou patemização (*pathos*) que se relaciona com a capacidade que o sujeito enunciador tem de suscitar emoções no outro para que este possa aderir sem resistência ao seu ponto de vista; e d) *processo de racionalização*, ou *logos*, que diz respeito à maneira como a matéria lingüística do discurso é organizada em função de uma finalidade discursiva: *narrar* ou *argumentar*.

Desse modo, percebemos que o ato de influência consiste em pelo menos três aspectos:

- Trata-se de um princípio geral que perpassa todo e qualquer ato de linguagem, independente de sua configuração discursiva (modo), dizendo respeito não somente à persuasão (*fazer crer*), mas também a outros tipos de fazeres, tais como o fazer-sentir (emocionar) e o fazer-agir (fazer-fazer) (sedução);
- O ato de influência é constituído por quatro processos que, por sua vez, o reforçam. Assim, o *ethos* (processo de identificação), o *pathos* (processo de dramatização) e o *logos* (processo de racionalização), no âmbito dessa problemática, são processos independentes um do outros, porém complementares do ato linguagem. Nesse sentido, o *ethos* e o *pathos* não dizem respeito somente à argumentação, visto que esses dois processos podem ser encontrados em um ato de linguagem que se organiza através de um processo de racionalização narrativo/descritivo. Tal fato afasta a proposta de Charaudeau (2008) da tradição retórica que via esses três elementos como constitutivos do empreendimento argumentativo;
- O ato de influência não corresponde somente à argumentação, visto que esta é considerada como um dos *modos de organizar o discurso*. Assim, podemos influenciar através de um **processo de racionalização argumentativo**, que, valendo-se de uma

*finalidade racionalizante*, marcada por uma *lógica do raciocínio* e por um *princípio de não-contradição*, cria uma *atitude impositiva*, na qual o sujeito argumentante obriga o outro a entrar em um mundo de pensamento e avaliá-lo em função do seu ponto de vista, sendo correspondente à persuasão; ou por meio de um **processo de racionalização narrativo/descritivo**, que, calcando-se numa *finalidade descritiva e mimética* das percepções do mundo e das ações humanas, cria uma *atitude projetiva*, na qual o outro é permitido de se projetar livremente na narrativa proposta e de se identificar ou não com tal ou tal aspecto da mesma, sendo correspondente à sedução.

Assim, para que possamos melhor compreender esses aspectos, vejamos a figura 1 abaixo:



**Figura 1 – O ato de influência e seus processos linguageiros.**

Fonte: Charaudeau (2008a)

Através da figura 1 acima, percebemos que, dentro de uma problemática de influência (que gera o ato de influência), a constituição do ato de linguagem se dá a partir de quatro processos linguageiros, sendo que um deles corresponde ao *processo de dramatização*, ou seja, ao processo que tem por finalidade suscitar emoções no sujeito destinatário, através de efeitos produzidos pela encenação discursiva (efeitos visados), de forma que este possa se mover em tal ou tal

direção e aderir, sem resistência, ao ponto de vista do sujeito enunciador. O processo de dramatização do ato de linguagem está, como já apontamos, ligado ao *pathos* da tradição retórica e ele se constitui como um dos elementos de qualquer ato de linguagem, sem que, nessa perspectiva, ele esteja vinculado somente ao ato argumentativo.

Esse processo é tratado por Charaudeau (2000) no artigo *Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision* com a denominação de *efeito patêmico*. No interior desse trabalho, Charaudeau (2000) procura fazer um estudo discursivo das emoções, evidenciando como essa pode ser tratada em um quadro de análise do discurso. Para compreendermos tal processo e o efeito que ele cria no interior do ato de linguagem, valer-nos-emos do referido artigo para discutirmos tal questão.

Charaudeau (2000) aponta que, no interior de um quadro de análise do discurso, o ponto de vista em relação ao objeto de estudo *emoção* não pode ser o mesmo de uma psicologia das emoções, nem de uma sociologia das emoções<sup>3</sup>. A análise do discurso, por seu turno, tem por objeto de estudo a linguagem enquanto construtora de sentido dentro de uma troca verbal, o que pressupõe que o signo discursivo seja portador de alguma coisa que não reside nele próprio, mas que resulta da interação dos seguintes fatores: a) dos *desejos e intenções dos sujeitos* presentes na troca; b) dos *lugares de pertença* desses sujeitos; c) do *jogo de interações*; d) dos *saberes e visões do mundo*; e) das *circunstâncias* em que a troca se realiza. Nesse sentido, a emoção, dentro desse quadro, não se constitui como uma manifestação do sujeito, nem como uma tendência (temperamento) do mesmo, muito menos como o sintoma do comportamento coletivo, mas como um *signo discursivo* portador *daquilo que pode advir ao sujeito* pelo fato desse mesmo sujeito reconhecê-lo, através dos discursos de representação socialmente codificados, como uma *figura* sobre a qual se apóia o discurso. Em outras palavras, a proposta de Charaudeau (2000) é estudar a emoção como um *efeito discursivo*, na verdade, como um *efeito visado* (e não produzido) pelo sujeito enunciador, isto é, como um efeito que este pretende ver atingido por meio de sua encenação discursiva. De forma a delimitar o escopo do estudo da emoção no discurso, Charaudeau (2000) denomina tais efeitos de *efeitos patêmicos*, justificando que:

---

<sup>3</sup> Charaudeau (2000) aponta que, em relação a uma *psicologia das emoções*, esta tem por objetivo estudar seja as reações comportamentais dos indivíduos, seja os dispositivos de humor ou de personalidade dos mesmos (temperamentos), seja a reação comportamental dos sujeitos. Enquanto uma *sociologia das emoções* tem por objetivos estabelecer categorias “interpretativas-idealtípicas” através da reconstrução disso que deveria ser o comportamento humano em uma determinada situação social, bem como descrever categorias de emoção-norma-julgamento do comportamento social.

Essa é a razão pela qual eu prefiro os termos “pathos” “patêmico” e “patemização a este de emoção. Isso me permite, de um lado, inserir a análise do discurso das emoções na filiação da retórica que, depois de Aristóteles, tratou os discursos em uma perspectiva de visada e de efeito (...), por outro lado, de demarcar a análise do discurso, se necessário é, em relação à psicologia e a sociologia. (CHARAUDEAU: 2000, p. 137) [tradução nossa].<sup>4</sup>

Os efeitos patêmicos são, portanto, os efeitos visados a partir da realização do processo de dramatização que é colocado diante do sujeito falante quando este toma a palavra. Através do processo de dramatização, o sujeito falante, querendo influenciar o sujeito destinatário de forma que este possa aderir sem resistência ao seu ponto de vista, utiliza *estratégias de dramatização* (da mesma maneira que no processo de racionalização ele utiliza estratégias de persuasão [argumentativo] ou de sedução [narrativo/descritivo]) que permitem aprisionar o destinatário em um *universo afectual*, fazendo-o mover em uma tal direção e colocando-o a mercê do EUE<sup>5</sup>.

Sendo, então, uma categoria de efeito, o tratamento discursivo das emoções se dá a partir de três aspectos:

- *As emoções são de ordem intencional*, uma vez que, elas se experimentam no sujeito como a representação de um objeto em direção ao qual ele se move, ou que ele tenta combater. Isto é, elas se manifestam como um agir para chegar a um objetivo, sendo desencadeadas por algo que é da ordem do desejo;
- *As emoções estão ligadas aos saberes de crenças*, visto que elas estão sujeitas a julgamentos que se apóiam nas crenças partilhadas por um grupo social, cujo respeito às normas ou não acarretaria uma sanção social. Assim, as emoções são estados mentais que se apóiam sobre os saberes de crenças, saberes esses estruturados ao redor de valores polarizados e dependentes da subjetividade do sujeito, uma vez que elas existem em razão dessa subjetividade;

---

<sup>4</sup> No original: « C'est la raison pour laquelle je préfère les termes 'pathos', 'pathémique' et 'pathémization' à celui d'émotion. Cela me permet d'une part d'insérer l'analyse du discours des émotions dans la filiation de la rhétorique qui depuis Aristote traite les discours dans une perspective de visée et d'effets (...), d'autre part de démarquer l'analyse du discours, si besoin est, de la psychologie et de la sociologie. »

<sup>5</sup> As siglas, EUC, EUE, TUD, TUi, correspondem, no âmbito da AD Semiolinguística, aos seguintes sujeitos: sujeito comunicante (EUC), sujeito enunciatador (EUE), sujeito destinatário (TUD) e sujeito interpretante (TUi).

- As emoções se inscrevem em uma problemática de *representação psicossocial* pelo fato de serem estados mentais intencionais que se apóiam sobre saberes de crença. Segundo Charaudeau (2000), as representações se desenvolvem a partir de um duplo movimento: a) de *simbolização*, movimento que arranca os objetos do mundo de sua existência objectual, figurando-os, através de um sistema semiológico qualquer, em uma imagem que é dada pelo objeto, mas que não é o objeto; b) de *auto-apresentação*, movimento pelo qual o mundo construído e figurado volta-se para o sujeito como uma imagem, fazendo com que esse sujeito se defina em relação a essa imagem. Dessa forma, as emoções são *representações patêmicas* que descrevem uma situação a propósito da qual um julgamento de valor, coletivamente partilhado e instituído em uma norma social, envolve um actante, que é um ser beneficiário ou vítima e ao qual o sujeito da representação se encontra ligado. É, nesse sentido, como representações patêmicas, que podemos falar, juntamente com Charaudeau (2000), de uma *tópica das emoções*, tópica essa que participa do ponto de vista retórico, mas que é complementada por uma teoria do sujeito e da situação de comunicação.

Assim, o estudo da patemização toca na questão de que a construção discursiva do sentido é uma encenação dos efeitos visados que depende das inferências produzidas pelos parceiros do ato de linguagem, sendo que essas inferências dependem dos conhecimentos (saberes) da situação de comunicação. Logo, a organização do universo patêmico está calcada na situação social e sócio-cultural na qual a troca comunicativa se inscreve.

Portanto, a patemização é o resultado de um jogo entre as instruções contratuais e as liberdades enunciativas, o que pressupõe condições para a realização da patemização. Charaudeau (2000) lista três condições para a organização do efeito patêmico:

- a) **Dispositivo comunicativo:** os componentes do contrato de comunicação, sobretudo a finalidade e a identidade, devem predispor o efeito patêmico, pois, como vimos é a situação de comunicação que emana instruções discursivas para o desenvolvimento dos processos linguageiro do ato de influência;

- b) **Campo temático:** o campo temático em que o ato de linguagem se apóia deve prever um universo de patemização e produzir uma certa organização das tópicas (imaginários sócio–discursivos) para produzir um efeito patêmico;
- c) **Espaço de estratégia:** a instância enunciativa, ou o sujeito enunciador, deve, no interior do processo de dramatização, utilizar uma encenação discursiva com finalidade pathemizante, isto é, as estratégias devem ser organizadas para produzir efeitos patêmicos.

No discurso, o efeito patêmico pode ser obtido sob duas formas: a) de forma *explícita e direta*, na qual o sujeito enunciador (EUE) emprega palavras que remetem a um universo emocional, de tonalidade patêmica; b) de maneira *implícita e indireta*, na qual o EUE emprega palavras que, aparentemente, são neutras do ponto de vista patêmico.

A partir dessas formas de se obter o efeito patêmico no discurso, podemos constatar pelo menos três problemas, dos quais nos fala Charaudeau (2000, p. 139). O primeiro problema diz respeito às palavras que descrevem, de forma clara e transparente, emoções, tais como os vocábulos “angústia”, “terror”, “felicidade”, etc., mas cuja aparição não pressupõe que se produza um efeito patêmico no interlocutor. Charaudeau chama esse problema de despatemização. O segundo problema corresponde às palavras que não descrevem emoções, mas que são boas candidatas ao seu desencadeamento, pelo fato de estarem relacionadas com um certo universo patêmico. Há ainda um último problema que diz respeito aos enunciados que não comportam palavras pathemizantes, mas que são suscetíveis de produzir efeitos patêmicos quando se considera a situação de comunicação na qual esses enunciados são empregados.

Segundo Charaudeau (2000), o efeito patêmico pode ser enunciado de forma dupla: a) **enunciação de expressão patêmica**, enunciação ao mesmo tempo elocutiva e alocutiva que objetiva a produzir um efeito de patemização seja pela descrição ou manifestação do estado emocional no qual o locutor é suposto de se encontrar (elocutivo), seja pela descrição do estado na qual o destinatário deveria se achar (alocutivo). Esse tipo de efeito depende da relação identitária e do jogo interlocutório que se instaura entre os parceiros da troca.; b) **enunciação da descrição patêmica** propõe ao destinatário a narração de uma cena dramatizante suscetível de

produzir tal efeito. Esse tipo de enunciação depende do laço que é uni, de forma projetiva, o destinatário à cena dramatizada e aos protagonistas da cena.

## A COLUNA “SÓ PARA MULHERES” E A SEÇÃO “NOSSA CONVERSA”: UMA BREVE DESCRIÇÃO

Os 64 textos que compõem o nosso corpus foram publicados na seção “Nossa Conversa” da coluna feminina “Só para Mulheres”, escrita por Clarice Lispector e assinada por Ilka Soares para o vespertino carioca *Diário da Noite*, no início da década de 1960.

Nunes (2006) aponta que, para o jornal *Diário da Noite (DN)*, que pertencia à rede dos Diários Associados de Assis Chateaubriand, o início da década de 1960 foi bastante conturbado. Nesta época, o *DN* passava por um período de intenso desprestígio social, agravado pela forte concorrência com os matutinos *Última Hora* e *O Globo*. A solução encontrada pelos diretores do jornal foi a contratação do editor-geral do *Última Hora*, Alberto Dines, que prometeu fazer uma revolução tanto no aspecto gráfico quanto no aspecto ideológico do diário.

No aspecto gráfico, Dines transformou o *DN* em um tabloide com características profissionais, formato não muito utilizado na região Sudeste do país, enquanto, no aspecto ideológico, a solução de Dines se concentrou na popularização do jornal através do prestígio de personalidades do cinema, da televisão, da música, do esporte, tais como Ilka Soares, Maysa, Carlos Machado, Nilton Santos e João Resende que assinariam colunas do novo *DN*. Assim, este novo *DN* passou a publicar colunas de *Esporte*, assinadas por Nilton Santos da Seleção Brasileira de Futebol, de *Romantismo*, assinada pela cantora Maysa Matarazzo, de *Moda/Feminina*, assinada pela manequim e atriz Ilka Soares, entre outros tipos de colunas. Entretanto, essas personalidades nunca haviam escrito uma coluna de jornal; Desse modo, Dines só viu uma solução: recrutar pessoas para fazê-lo no lugar dessas celebridades. Clarice aparece, então, como a escritora da coluna de moda, intitulada “Só para Mulheres”, de Ilka Soares.

Nesse sentido, Clarice Lispector se tornou uma *ghostwriter*, isto é, um escritor fantasma de uma celebridade famosa, Ilka Soares, cujo *status* e projeção social eram bastante conhecidos pelas leitoras da coluna.

De acordo com Nunes (2006), a coluna “Só para Mulheres” ocupava uma página inteira do novo *DN* e era publicada de segunda a sábado, circulando de 21 de abril de 1960 a 28 de fevereiro de 1961. Sua configuração se dá praticamente da mesma forma que a das duas outras colunas de Clarice Lispector: faz uso de uma linguagem coloquial, com um tom geralmente didático, maternal

e íntimo, bem como se organiza através de fotografias, desenhos e notas jornalísticas. As fotografias geralmente retratam artistas de cinema e da televisão, mobiliários e pratos culinários e possuem proporções exageradas na página para, com isso, atrair a atenção das leitoras, fato esse característico de todo o tabloide.

As notas jornalísticas versam sobre temas comuns à imprensa feminina, tais como moda, beleza, culinária, conselhos práticos, fixando-se nas temáticas de moda, beleza e culinária, deixando os problemas domésticos, enfrentados pela dona-de-casa, quase de lado. Além disso, conforme ainda nos aponta Nunes (2006), algumas notas podiam se converter em curiosidades sobre o comportamento de artistas ou em prestação de serviços, como, por exemplo, aquelas relacionadas à seção “Você e Eu nas Compras”, que objetivava trazer informações sobre produtos que Ilka Soares identificava ao fazer o seu passeio pelos *shoppings* cariocas.

A coluna é aberta por um cabeçalho, que traz o título *Só para mulheres*, bem como a assinatura Ilka Soares e a foto da artista. O fac-símile <sup>6</sup>em anexo, evidencia tal cabeçalho, bem como todo o aspecto gráfico-diagramático da coluna. Vale ressaltar que tal cabeçalho foi, ao longo de quase um ano de publicação da coluna, mudando, chegando a ter três diagramações diferentes.

A coluna de Moda/Feminina de Ilka Soares teve, também, algumas seções que geralmente tinham um caráter bastante efêmero. Dentre as seções mencionadas por Nunes (2006), citamos: “Aulinhas de Sedução”; “Mercado de Jeitinho”; “O que É uma Mulher Bonita?”; “O Primeiro Encontro”; “Sempre Mulher através dos Tempos”; “Você e Eu nas Compras”; “Laboratório de Feitiçaria”.

Outra seção importante foi a seção “Nossa Conversa”, nosso objeto de estudo. Segundo Nunes (2006 e 2008), a seção “Nossa Conversa” é, dentre as diversas seções produzidas em “Só para Mulheres”, a que tem um caráter mais permanente, uma vez que apareceu de forma ininterrupta da primeira edição, em 21 de abril de 1960, até a edição de 09 de novembro de 1960.

Nela, a personalidade da televisão, do cinema e das passarelas, Ilka Soares, aproximava-se das leitoras, mostrando-se tão humana quanto estas últimas. A seção era definida por uma espécie de conversa (daí o título “Nossa Conversa”) que Ilka Soares – na verdade a personagem criada por Clarice Lispector – mantinha diariamente com as leitoras de “Só para Mulheres”. Havia, portanto, uma espécie de contato íntimo entre a “divindade”, vista como um modelo de elegância,

---

<sup>6</sup> Gostaríamos de agradecer à professora e pesquisadora Aparecida Maria Nunes pela concessão deste *fac-símile* e dos outros utilizados no desenvolvimento desta pesquisa.

beleza e juventude, e a mulher comum, a dona-de-casa simples, que toma conta da casa, do marido e dos filhos.

Em “Nossa Conversa”, Ilka/Clarice dava os seus principais conselhos sobre moda, educação dos filhos, relacionamentos amorosos e casamentos, problemas e situações cotidianas, beleza e elegância, feminilidade entre outros, utilizando um tom bastante coloquial como se, de fato, leitora e artista estivessem conversando. Assim, a linguagem em “Nossa Conversa” não era muito diferente da utilizada em toda a coluna, porém, aqui, os textos sempre traziam uma característica de diálogo.

A diagramação da seção não sai do padrão da coluna. Geralmente os textos dela vêm delimitados por linhas de espessuras e formatos variados, destacando-se dos demais. Ao final, os textos são precedidos de uma assinatura com as iniciais *I. S.* de Ilka Soares.

## COMPOSIÇÃO DO CORPUS: OS GÊNEROS SITUACIONAIS

Como apontado em nossa Introdução, este trabalho objetiva analisar e descrever as estratégias de patemização utilizadas pelo sujeito enunciador em 64 textos extraídos da seção “Nossa Conversa” da coluna “Só para Mulheres. Para uma melhor apreensão do gênero, optamos por decompor os textos em gêneros discursivos ou gêneros situacionais, como são denominados no interior da Semiologia, já que compartilhamos do pressuposto que nem todo gênero situacional predispõe um efeito patêmico. Assim, a tabela 1 evidencia a relação de gêneros encontrados nos 64 textos componentes de nosso corpus:

Tabela 1 – Gêneros do corpus (quantidade e porcentagem)

Gêneros		Quantidade	%
<i>Apresentação</i>		1	<i>1,56</i>
<i>Nota jornalística</i>	<i>Nota Comentário</i>	6	<i>9,375</i>
	<i>Nota Conselho</i>	21	<i>32,81</i>
	<i>Nota Dica</i>	19	<i>29,69</i>
	<i>Nota Reflexão</i>	10	<i>15,65</i>
	<i>Nota Resposta</i>	2	<i>3,12</i>
<i>Receita</i>		3	<i>4,69</i>
<i>Teste</i>		2	<i>3,12</i>
<b>Total</b>		<b>64</b>	<b>100%</b>

Pela tabela 1, os 64 textos de nosso corpus de pesquisa correspondem a 4 gêneros principais: i) *apresentação*, ii) *notas jornalísticas*, iii) *receita* e iv) *teste*. O gênero *nota jornalística* é o mais representativo, em termos quantitativos, pois ele engloba um total de 58 textos (90,62%), enquanto os demais, *apresentação*, *receita* e *teste*, são menos representativos: juntos eles englobam 6 textos (9,38%) do total.

Além disso, a tabela 1 mostra que o gênero *nota jornalística* é um macro-gênero, subdividido em 5 micro-gêneros: i) *nota comentário*, ii) *nota conselho*, iii) *nota dica*, iv) *nota reflexão*, v) *nota resposta*. Desses micro-gêneros, o gênero *nota conselho* é o mais recorrente, na medida em que engloba 21 textos (32,81%), seguido pelo gênero *nota dica* (19 textos – 29,69%) e pelo gênero *nota reflexão* (10 textos – 15,65%) do total de 64 textos do corpus.

## **ANALISANDO A PATEMIZAÇÃO E DESCREVENDO AS ESTRATÉGIAS DE ENCENAÇÃO DE EFEITOS PATÊMICOS**

Charaudeau (2000) aponta que, para analisarmos a patemização no interior do discurso, é necessário considerar as condições de patemização, condições essas de três ordens: i) *dispositivo comunicativo*, ii) *campo temático* e iii) *espaço de estratégia*.

No nosso corpus, excetuando os gêneros teste e receita (4 textos), todos os demais apresentam essas três condições necessárias para a encenação do efeito patêmico no interior da encenação discursiva. Em relação ao dispositivo, percebemos que os gêneros apresentação, nota comentário, nota conselho, nota dica, nota reflexão e nota resposta apresentam um dispositivo comunicativo cuja finalidade e identidade predispõem um efeito patêmico, pois, em todos esses gêneros, a visada de incitação (que nem sempre está associada à persuasão) é selecionada, o que pressupõe que, além de um processo de racionalização argumentativo – no caso do gênero apresentação, o processo de racionalização é descritivo/narrativo –, esses gêneros permitem que um efeito patêmico seja encenado no âmbito discursivo.

Quanto ao campo temático, os propósitos arrolados na tabela 2 também preveem um universo de patemização, visto que todos esses propósitos suscitam representações patêmicas. Vejamos a tabela 2 abaixo:

**Tabela 2 – Propósitos temáticos dos textos do corpus**

<b>Propósitos temáticos</b>	<b>Número de textos</b>	<b>%</b>
<i>Comportamento</i>	6	9,4%
<i>Culinária</i>	2	3,1%
<i>Educação dos filhos</i>	2	3,1%
<i>Elegância e Beleza</i>	19	29,7%
<i>Feminilidade</i>	1	1,6%
<i>Moda</i>	7	10,9%
<i>Problemas e situações cotidianas</i>	19	29,7%
<i>Própria coluna</i>	1	1,6%
<i>Relacionamentos amorosos e casamento</i>	2	3,1%
<i>Saúde</i>	5	7,8%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100,0%</b>

Os dados arrolados na tabela 2 mostram que, em termos de propósitos temáticos, os 64 textos de nosso corpus tocam em 9 campos diferentes: comportamento, culinária, educação dos filhos, elegância e beleza, feminilidade, moda, problemas e situações cotidianas, própria coluna, relacionamentos amorosos e casamento e saúde. A princípio, todos estes propósitos, como compreendidos atualmente, não são completamente passíveis de suscitar um universo patêmico. Porém, a maneira como o sujeito enunciador lida com essas temáticas no interior dos textos da seção “Nossa Conversa” da Coluna “Só para Mulheres” faz com que consideremos tais propósitos como passíveis de efeitos patemizantes. Cada propósito acima apresentado faz emergir representações sócio-discursivas que coadunam com os imaginários sócio-discursivas em que tais atos de linguagem foram produzidos. E são essas representações que, de certo modo, suscitam universos patêmicos variados que vão desde a insegurança até o medo. Consideremos os exemplos abaixo:

- (1) Disse alguém que a verdadeira elegância não é sequer notada. Não andemos tão longe. Mas é necessário convir que não é pela atenção que se chama que se pode avaliar a elegância. De fato, muitas mulheres crêm que, quanto mais jóias, mais belas ficarão, Não saber parar de se enfeitar é como não saber parar de comer. Só que na elegância, a indigestão é dos olhos. (TEX.43) (Beleza e Elegância)
- (2) Sonhar é bom, é como voar suspensa por balões. O problema é que um simples bodoque de criança, e os balões estouram. Se é verdade que do

chão não se passa, também é verdade que “quanto mais alto se está maior é a queda. (TEX.58) (Problemas Cotidianos)

- (3) O figurinista da tela não cria apenas uma indumentária. É um criador de um personagem, um criador da segunda pele do ator – e quem admira é exatamente quem está sentado como espectador. Mas o mesmo modelo, copiado para a vida diária, poderá perder a magia e tornar-se um trapo... (TEX.61) (Moda).
- (4) Vítima profissional obtém algum prazer. O prazer de chamar atenção sobre si mesma, o prazer de receber piedade. Mas esse prazer vai, com o tempo, ficando cada vez mais difícil de conseguir. Primeiro porque as pessoas vão se cansando, e o máximo que dão é uma piedade distraída. Segundo, porque a vítima vai aos poucos se imbuindo de uma infelicidade, e não há mais consolo que console. (TEX. 49) (Comportamento)
- (5) Quero lembrar a você: em forte dose, o tabaco é muito nocivo aos tuberculosos e aos atingidos por males cardíacos o fumo diminui a memória, provoca a tosse, é responsável pela voz rouca, pela bronquite crônica, pela traqueíte. (TEX. 52) (Saúde)

Corrêa-Rosado e Melo (no prelo) apontam que os textos das três colunas de Clarice Lispector, “Entre Mulheres”, “Correio Feminino – Feira de Utilidades” e “Só para Mulheres” revelam, no geral, as seguintes imagens em relação à representação feminina: a *mulher bela e atraente*, que atrai com o seu *sex-appeal* o homem amado; a *mulher mãe e educadora* que cuida dos filhos e os educa com o amor; a *mulher esposa e dona de casa* que se dedica ao bem estar do marido e à harmonia do lar; a *mulher trabalhadora* que se vê sempre ameaçada pela masculinização de seus hábitos, a *mulher inteligente* que busca meios de estar sempre jovem e sedutora; e a *mulher feminina* que, mesmo estando diante dos avanços da sociedade, não se esquece de seus deveres como mãe, esposa, dona de casa e, sobretudo, como mulher. Os textos de nosso corpus, por estarem publicados em uma dessas colunas, a coluna “Só para Mulheres” também representam a mulher a partir de tais estereótipos. Logo, a patemização ocorre, de maneira geral, a encenar um efeito patêmico que objetive predispor as interlocutores a aceitar, de forma naturalizada, tais representações.

Já em relação à terceira condição, o espaço de estratégia, os 60 textos dos diferentes gêneros utilizam, além de estratégias com finalidades persuasivas, estratégias com finalidade patemizante para concretizar o projeto de fala do sujeito que enuncia. Essas estratégias

patemizantes podem se unir às estratégias argumentativas para reforçar o ato de influência do sujeito enunciador e, dessa forma, permitir ao TUD realizar vários fazeres.

No nosso corpus, as principais estratégias patemizantes são de três ordens. A primeira diz respeito à seleção lexical, ou seja, na encenação do ato de linguagem, o EUE seleciona palavras que de certa forma suscitam certos efeitos patêmicos, uma vez que tais palavras acionam certas representações sócio-discursivas e, por conseguinte, representações patêmicas. Dessa forma, a encenação da patemização ao longo de nosso corpus ocorre de forma implícita e indireta, ou seja, o sujeito enunciador vale-se de palavras que não descrevem emoções, mas que são boas candidatas para suscitar efeitos patêmicos. Vejamos alguns exemplos:

- (6) É **tão bom** preparar a recepção do inverno. Quando este chega, até uma lareira **imaginária** já está acesa. É verdade que não é imaginário que você tem de preparar...É tanta coisa que só com um papel e lápis a gente resolve. (TEX 07)
- (7) Depois que a rede de **mentirinhas** estiver traçada, será difícil **desmanchá-la** – sem um **trabalho enorme**, sem algumas **ofensas** mútuas, sem **ressentimentos** e **incompreensões**. No entanto, a rede foi traçada principalmente pela **desconfiança**. (TEX. 57)
- (8) Tanto se fala em moças que **não escolhem** bastante o companheiro de vida e que, por isso, **falham** no casamento – que a gente até se esquece as que **escolhem demais** e ficam **sem companheiro**... (TEX. 53)

No exemplo (6), as palavras “tão”, “bom”, “imaginária” suscitam uma tópica de prazer que por sua vez descreve a maneira como o EUE encara a recepção do inverno. No exemplo (7), os vocábulos “mentirinhas”, “desmanchá-la”, “trabalho”, “enorme”, “ofensas”, “ressentimentos”, “incompreensões” e “desconfiança” evidenciam que a tópica suscitada é uma tópica de insegurança no que diz respeito às relações conjugais. Já o exemplo (8), que toca na temática dos relacionamentos amorosos e do casamento, observamos que palavras como a preposição “sem” e o advérbio “não”, associadas a certos substantivos e verbos (“companheiro” para “sem” e “escolhem” para “não”) permitem ao ato de linguagem encenar certos efeitos patêmicos de forma implícita. O receio e até mesmo o medo de ficar sem companheiro ou de fazer a escolha errada é, de certa forma, suscitado pelo EUE ao produzir este ato de linguagem.

O segundo tipo de estratégia está relacionado com os propósitos temáticos dos textos que selecionamos para este trabalho. Como já apontamos, a partir dos propósitos é possível

depreender qual é a representação sócio–discursiva encenada no texto e, desse modo, observar a representação patêmica vinculada à aquela representação.

A terceira e última estratégia diz respeito ao uso do comportamento alocutivo nos textos de nosso corpus. Charaudeau (1992) aponta que o comportamento alocutivo permite ao locutor enunciar sua posição em relação ao interlocutor, ao mesmo tempo em que implica este último em seu dizer agindo sobre ele. Dessa forma, através do alocutivo, o EUE pode criar uma relação de distanciamento (superioridade) ou de intimidade com o TUD e, por conseguinte, predispor nele um estado em que os efeitos patêmicos são melhor apreendidos.

Em nosso corpus, o comportamento alocutivo é o mais recorrente, uma vez que 57 textos (89,1%) do total de 64 analisados possuem esse componente do enunciativo. Já o comportamento delocutivo aparece em 56 textos (88%) e o elocutivo está presente em 16 textos (25%) do total levantado.

Os exemplos abaixo evidenciam a utilização do comportamento elocutivo na organização enunciativa do sujeito enunciativo dos atos de linguagem analisados, bem como permitem perceber como uma relação de intimidade é criada pelo EUE, para, dessa forma, aumentar a influência que ele deseja exercer sobre o destinatário.

(9) 2–Ao sentar–se, ponha os pés para a direita ou esquerda, a ponta de um dos pés “dando a volta” atrás do calcanhar do outro (TEX.19).

(10) Para completar esse “recebe bem”, você poderia aprender a preparar algum coquetel. Será uma surpresa para ele, e o motivo de admiração: mulher que também prepara um coquetel sabe realmente receber. (TEX.38).

Portanto, em uma perspectiva de influência, o efeito patêmico joga um papel importantíssimo na encenação discursiva uma vez que, através dessa encenação, o sujeito alvo da influência vê se diante de um conjunto de representações patêmicas que visam fazê-lo sentir determinadas emoções o que, por sua vez, auxiliam na adesão ao ponto de vista do EUE, sem muita resistência.

Para podermos melhor visualizar a patemização em nosso corpus, consideremos o TEX.01 que pertence ao gênero apresentação (ver anexo).

A finalidade do gênero apresentação é apresentar a coluna e a seção “Nossa Conversa” para os TUD, informando-o sobre as principais características da mesma, bem como incitando-o a

sempre lê-la. Logo, tal finalidade seleciona duas importantes visadas: uma de informação, que, através de um fazer saber, permite apresentar a coluna; uma de incitação que, por meio de um fazer fazer, incita o leitor a ler a coluna todos os dias. Assim, temos aí algumas características do dispositivo comunicativo no qual o TEX.01 ocorre (vale ressaltar que, como podemos observar na tabela 2 acima, o gênero apresentação é representado em nosso corpus por somente um texto). Esse mesmo dispositivo predispõe o efeito patêmico uma vez que ele seleciona a visada de incitação que nem sempre se concretiza por meio de uma racionalização argumentativa do discurso.

O campo temático desse texto, a própria coluna, também permite prever um universo de patemização na medida em que, ao descrever a organização da coluna, o EUE o faz apelando diretamente para a emoção e utilizando palavras que se referem ao campo semântico da emoção, como podemos ver no trecho abaixo:

- (11) E aqui estou, feliz e um pouco **emocionada**, como quando se vai ao encontro de alguém que não se vê há muito tempo e a quem se tem tanta novidade a contar.

O EUE não hesita em se mostrar como emocionado, como sentindo aquela sensação de reencontro de velhos amigos que não se vê há muitos anos. Isso demonstra que a intenção do mesmo é criar um efeito patêmico que apela, sobretudo, para a tópica da saudade e da felicidade.

Nesse fragmento o efeito patêmico é realizado através de uma enunciação de expressão patêmica, na qual o EUE visa criar o efeito de forma explícita e direta: ele utiliza vocábulos de tonalidade patêmica. Todavia, nos demais 59 textos, embora a enunciação seja dada por uma expressão patêmica, uma vez que o sujeito enunciador descreve, de forma alocutiva, o estado emocional no qual o sujeito destinatário deve se encontrar, ou, de forma elocutiva, o estado emocional no qual ele mesmo se encontra, a encenação do efeito patêmico se dá, na grande maioria dos casos, de forma implícita e indireta, pois o EUE utiliza vocábulos, tais como “perigo”, “cuidado”, “lembre-se”, entre outros, ou construções sintáticas, sobretudo interrogativas, que possibilitam criar um universo de patemização no interior desses discursos. Vejamos alguns exemplos:

- (12) Se você quer ajudar sua mocinha, ou as dos outros, lembre-se de que forçar a ajuda é às vezes um modo de vê-la recusada. (TEX.34)

- (13) Outra variedade de subir em balões é a de não enfrentar os fatos, e mentir sem cessar – e sem mesmo sentir. É bom mentir? Você nunca poderá enganar a si mesma. E – como a força mínima dos balões – a mentira só fará você se evadir alguns centímetros. (TEX.58)
- (14) Quem sabe se você, se mesmo ter consciência disso, continua à espera do príncipe encantado. E, quem sabe, você faz uma idéia vaguíssima de que é príncipe encantado, e não encontra em nenhum homem os sinais de um sonho que você sonhou quando tinha quinze anos. Se é este o seu caso, não é chegada a hora de viver na realidade? (TEX.53)
- (15) O rosto de 1960 é rosto doce de mulher. Assim com os olhos perderam aquela ar “pisado” de quem se levantou como um fantasma da noite, assim a boca não grita – pelo menos no tom do batom. (TEX.09)
- (16) Mme. Jolie Gabor, mãe das três Gabor, e bonita como elas: “se você quer ser amada em qualquer idade, comece a rasgar o calendário e jogar fora o relógio. Esses dois objetos são a obsessão errada da maioria das mulheres.” (TEX.56)

Nos exemplos observamos que o sujeito enunciador expressa a maneira como o sujeito destinatário deve se sentir em relação a várias questões que, de acordo com as representações sócio-discursivas vigentes, preocupam a mulher em seu dia-a-dia. É possível perceber um universo de patemização centrado, sobretudo, na insegurança e na ansiedade. O sujeito enunciador é um sujeito de seu tempo e, nesse sentido, o seu discurso constrói encenações, sejam elas argumentativas, sejam elas descritivas, que cria proposições e imagens que vão de encontro com os imaginários sócio-discursivos de seu grupo social. Logo, é necessário incutir no destinatário a idéia de que estar fora das normas sociais pode ser problemático e prejudicial para esse último. Assim, além da persuasão por argumentos, evidenciada a partir dos procedimentos e componentes do modo de organização argumentativo, o sujeito enunciador pode criar um universo de representação patêmica que esteja calcado nas tópicas da insegurança e da ansiedade para auxiliá-lo a que o destinatário aceite esse ponto de vista e se adéque o seu comportamento às normas vigentes.

Vale ressaltar que cada texto tem o seu próprio “estilo” de encenar e construir o efeito patêmico, mas todos tocam, de uma forma geral, nas representações acima mencionadas, isto é, todos eles constroem um universo patêmico calcado nas tópicas de ansiedade/insegurança, prazer e medo, visto que, tratar de beleza, elegância e moda, é tratar de questões que suscitam

comportamentos, trejeitos e características específicas, sobretudo, em termos de aparência. Um universo patêmico centrado na insegurança e no medo de não se adequar a esses comportamentos e características tidas como padrões, padrões esses que o sujeito comunicante Ilka Soares representa, só tem a auxiliar a concretização do ato de influência e o projeto de fala do EUE, ou seja, de fazer o TUD se identificar a tais comportamentos e de se adequar a eles.

Portanto, a patemização no interior de nosso corpus é um procedimento utilizado pelo sujeito enunciator como um meio de aumentar a adesão do destinatário ao ponto de vista expressado nas proposições que ele encena e nas representações sócio-discursivas que ele vincula e constrói, que ele coloca no seu texto. Ao emocionar o destinatário, ao projetar no seu discurso tópicos de emoção calcadas na insegurança, no medo e na ansiedade, ele torna a aceitação desse ponto de vista mais fácil, uma vez que, o universo patêmico encenado através das estratégias discursivas de produção de feito patêmico, permite, da parte do sujeito destinatário, uma atitude de projeção sobre o dito e de identificação com as representações vinculadas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou analisar e descrever os efeitos patêmicos e as estratégias de patemização encenadas em 64 textos extraídos da seção “Nossa Conversa” da coluna feminina “Só para Mulheres”, publicada entre abril de 1960 e fevereiro de 1961 no tablóide carioca *Diário da Noite*.

Os resultados nos mostraram que a patemização, em nosso corpus, ocorre na grande maioria das vezes de forma implícita e indireta, uma vez que o sujeito enunciator utiliza palavras que não descrevem estados emocionais, mas que são boas candidatas para suscitar efeitos patêmicos.

Além disso, foi possível observar que os efeitos patêmicos em nosso corpus estão associados às representações sócio-discursivas encenadas no interior de nosso corpus. Tais representações suscitam representações patêmicas que, por sua vez, auxiliam na predisposição do destinatário à proposição que lhe é apresentada através de outros processos languageiros, no caso o processo languageiro de racionalização argumentativa ou narrativa/descriptiva.

Portanto, podemos confirmar que a pathemização é um procedimento utilizado pelo sujeito enunciator como um meio de aumentar a adesão do destinatário ao ponto de vista

expressado nas proposições que ele encena e nas representações sócio-discursivas que ele vincula e constrói no ato de linguagem

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours** – éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1983.

\_\_\_\_\_. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris: Hachette, 1992.

\_\_\_\_\_. **L'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit**. Paris : CAD, 1999. (manuscrito).

\_\_\_\_\_. Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à La télévision. In: DOURY, M.; TRAVERSO, V.(orgs.) **Les émotions dans les interactions**. Arci/ Presses Universitaires de Lyon: 2000. p. 125–155.

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

\_\_\_\_\_. L'argumentation dans une problématique d'influence, **Argumentation et Analyse du Discours**, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://aad.revues.org/index193.html>>. Acesso em: 12 nov. 2008a.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e discurso** – modos de organização. Coordenação da equipe de tradução Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008b.

CORRÊA-ROSADO, Leonardo Coelho; MELO, Mônica Santos de Souza. **Representação vs. Descrição: o modo de organização descritivo como estratégia de construção de imagens discursivas nas colunas femininas de Clarice Lispector**. (no prelo).

NUNES, Aparecida Maria. **Clarice Lispector jornalista: páginas femininas e outras páginas**. São Paulo: Editora Senac, 2006.

\_\_\_\_\_. Uma aprendizagem ou as páginas femininas de Clarice Lispector. **Revista da Anpoll**, Brasília, DF, v. 25, p. 267–290, jan./jul. 2008.

## ANEXO

**TEX.01 – *Só para Mulheres* – *Diário da Noite* 21 de abril de 1960**

## **Nossa Primeira Conversa**

“De algum modo sinto que esta não é propriamente a nossa primeira conversa. Talvez você que me conhece mais do que eu a você. De algum modo é verdade: meu rosto provavelmente lhe é familiar, talvez eu já tenha sido vista ou ouvida por você. Mas o que você não advinha é que uma artista de cinema ou televisão, ou uma modelo que desfila de um público atento, sabe muito a respeito de você. Se é sincera na profissão, ela apura sua sensibilidade como uma antena cuja função é a de captar – sim, a de captar a sua sensibilidade minha amiga.

## **EU E VOCÊ**

Meu trabalho não existiria sem você. Temos trabalhado em conjunto sem que você o tenha notado. Você sabe que muitas mulheres procuram se ‘inspirar’ nas atrizes que lhe agradam. O que você talvez não saiba é que uma atriz procura se inspirar nas mulheres que lhe agradam. Nunca me afastei da pessoa que é você. Procuo adivinhar o que você gostaria de ouvir como canção, que sentimentos que você gostaria que eu exprimisse, que modelo você imaginou em linhas gerais para o seu novo vestido.

Por isso comecei por lhe dizer que esta não me parece uma primeira conversa. Já nos comunicamos a longo tempo...Mas chegou a hora de transformarmos a comunicação digamos telepática, em coisa real.

## **MEU E SEU**

E aqui estou, feliz e um pouco emocionada, como quando se vai ao encontro de alguém que não se vê há muito tempo e a quem se tem tanta novidade a contar.

Também nesta página minhas antenas estarão captando você. Desta vez de um modo ainda mais completo e variado. Pois agora, falando dos meus pratos prediletos, estarei procurando adivinhar o que você gosta. Falando das crianças, estarei falando dos cuidados com os nossos filhos. Falaremos de modas, com aquela animação de amigas quando tratam de roupas. O que eu advinhar que você gostaria de saber em matéria de cuidados de beleza, será assunto meu e seu. E tantas outras coisas! Pois conversa puxa conversa. O jeito é marcar outro encontro. Até amanhã.

