

## A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS DE SI COMO UM FENÔMENO ENUNCIATIVO: ESTUDO COMPARATIVO DE DEPOIMENTOS BRASILEIRO E FRANCÊS PUBLICADOS NA REVISTA *MARIE CLAIRE*

### THE CONSTRUCTION OF SELF IMAGES AS AN ENUNCIATIVE PHENOMENON: COMPARATIVE STUDY OF BRAZILIAN AND FRENCH TESTIMONIALS PUBLISHED IN *MARIE CLAIRE* MAGAZINE

*Gustavo Ximenes Cunha\**

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil

*Tatiana Emediato Corrêa\*\**

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil

**Resumo:** Neste trabalho, realizamos a comparação de como narradoras constroem imagens de si em depoimentos veiculados em duas edições, uma brasileira e outra francesa, da revista *Marie Claire*. Os depoimentos brasileiro e francês foram publicados no ano de 2017 e abordam a temática *trabalho*. Para alcançarmos o objetivo, comparamos, com base na Teoria dos Pontos de Vista, de Rabatel, a maneira como as narradoras representam ou encenam os pontos de vista de diferentes enunciadorees. As análises evidenciaram que, em ambos os depoimentos, o que as narradoras buscam, ao selecionarem os enunciadorees e os hierarquizarem de determinada forma, é construir para si a imagem de mulheres bem sucedidas, pragmáticas e preparadas para o mercado de trabalho. Ainda que esses depoimentos tenham sido produzidos em contextos distintos e apresentem especificidades, a semelhança entre eles se deve ao fato de a revista *Marie Claire*, no Brasil e na França, ser voltada para públicos com perfis muito próximos: mulheres que atuam no mercado de trabalho e que possuem poder aquisitivo e grau de escolaridade elevados..

**Palavras-chave:** Enunciação; Pontos de vista; Depoimentos; Imagens de si; Revista *Marie Claire*.

**Abstract:** *In this work, we compare the way narrators build up images of themselves in testimonials conveyed in two editions, a Brazilian and a French one, by Marie Claire Magazine. The Brazilian and French statements were published in 2017 and address the theme regarding this work. In order to reach the goal, we compare the way the narrators represent or enact the views of different enunciators, having as a basis Rabatel's Point of View Theory. The analyzes showed that, in both statements, what the narrators seek,*

---

\* Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil; ximenescunha@yahoo.com.br

\*\* Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil; tatyemedcorrea@gmail.com

*when selecting the enunciators and hierarchizing them in a certain way, is to construct a successful image of themselves, as pragmatic women prepared for the job market. Although those statements have been produced in different contexts and present specifics, the similarity between them is due to the fact that Marie Claire Magazine, both in Brazil and in France, is addressed to audiences with very similar profiles: women who work in the labor market and who have high purchasing power and education.*

**Keywords:** *Enunciation; Viewpoints; Depositions; Self images; Marie Claire Magazine.*

## Introdução

A construção de imagens de si por meio da linguagem tem se tornado uma problemática de pesquisa central em diferentes vertentes dos estudos da linguagem, tais como Retórica, Pragmática (teorias da im/polidez), Análise do Discurso, Sociolinguística interacional e Etnografia da comunicação. No âmbito da Análise do Discurso, vertente em que este trabalho se insere, diversos estudiosos têm se voltado para a compreensão da maneira como o produtor do discurso oral ou escrito utiliza recursos verbais e não verbais para se apresentar ao outro como mais ou menos competente, autoritário, camarada, sagaz, vitorioso, confiável etc. Como atesta a longa tradição de estudos sobre o *ethos*, a construção de imagens de si constitui um recurso de persuasão de que todos nos valem, mas que adquire uma dimensão estratégica, sobretudo, nos campos político, jurídico, midiático e empresarial (AMOSSY, 2005, 2006, MAINGUENEAU, 2008, CHARAUDEAU, 2013).

Neste trabalho, procuramos compreender como ocorre a construção da imagem de si na mídia, mais especificamente em depoimentos veiculados em duas edições, uma brasileira e outra francesa, da revista *Marie Claire*. Para verificarmos como nesses depoimentos ocorre a construção de imagens de si, é necessário identificarmos logo de início, ainda que em linhas gerais, qual é a proposta – a linha editorial – da revista e, conseqüentemente, a que público ela é endereçada.

*Marie Claire* é uma revista de origem francesa, que foi criada em 1937. No Brasil, a revista vem sendo publicada desde 1991 pelo Grupo Globo. Conforme Dias (2003, p. 7), em seu primeiro número, de abril de 1991, a revista oferece esclarecimentos acerca de seu público-alvo, ao informar ser “direcionada para mulheres que transformam o mundo e que marcam presença no cotidiano”. O periódico se volta, assim, para mulheres que, à época, já estavam inseridas no mercado de trabalho e

que, segundo a edição inaugural de *Marie Claire* no Brasil, demandavam uma revista que as auxiliasse na tarefa de conciliar “ambição profissional e família, cuidado com a aparência e dez horas de trabalho, falta de tempo e desejo de preparar um jantar muito especial, preocupação com o mundo exterior e total atenção ao nosso mundo interior” (MARIE CLAIRE, 1991, p. 7, apud DIAS, 2003, p. 7).

Desde então, pouca mudança se verificou na linha editorial da revista. Como revelam os estudos de Dias (2003), Barbosa e Silva (2010) e Ferreira (2017) sobre a *Marie Claire* brasileira e de Réigner (2005) e Geers (2016) sobre sua homóloga francesa<sup>1</sup>, tanto no Brasil quanto na França, a revista se caracteriza por ser voltada para mulheres brancas, de classe média, com grau de escolaridade elevado, economicamente ativas e preocupadas em conciliar vida profissional e vida familiar. Tendo em vista essa característica da revista, não surpreende, como atestam os estudos mencionados, que, em suas reportagens, publicidades e editoriais, a mulher seja representada como valorizando o sucesso profissional, a beleza física e bens de consumo (cosméticos, perfumes, roupas, joias, viagens) que apenas o dinheiro permite adquirir.

Em suas versões brasileira e francesa, a revista possui uma seção intitulada *Eu, leitora* e *Moi, lectrice*, respectivamente, seção dedicada a veicular depoimentos de leitoras acerca de temas variados, como trabalho, família, sexo, férias, moda etc. Neste artigo, os depoimentos brasileiro e francês que estudaremos foram publicados no ano de 2017 e abordam a temática *trabalho*. Nossa hipótese é a de que esses depoimentos, ainda que produzidos em contextos distintos, revelam semelhanças na forma como as leitoras se apresentam ou constroem imagens de si, tendo em vista que as versões brasileira e francesa de *Marie Claire* possuem linhas editoriais parecidas e são voltadas para públicos com perfis muito aproximados: mulheres que atuam no mercado de trabalho e que possuem poder aquisitivo e grau de escolaridade elevados.

Por ser a construção de imagens de si um fenômeno ligado aos participantes da interação, consideramos ser essa uma problemática essencialmente interacional e enunciativa (CUNHA, 2016, 2017, EMEDIATO, 2018). Por isso, para

---

<sup>1</sup> Embora seu objeto de estudos central seja a revista *Elle*, Blandin (2011) faz observações que auxiliam na compreensão do público-alvo da versão francesa de *Marie Claire*, na medida em que aproxima as revistas, revelando que ambas, desde sua origem, se voltaram para mulheres jovens e urbanas, que buscavam se emancipar e se inserir no mercado de trabalho.

alcançarmos o objetivo deste trabalho, realizaremos a comparação da maneira como as leitoras representam ou encenam os pontos de vista de diferentes enunciadores, focalizando, assim, o plano da heterogeneidade enunciativa dos depoimentos. Consideramos que o estudo da construção de imagens de si ganha ao focalizar esse plano da organização do discurso, já que o modo como um locutor seleciona, apresenta e hierarquiza os enunciadores revela o modo como ele pretende ser visto pelo(s) outro(s). Esse estudo será realizado com base no arcabouço teórico e metodológico da Teoria dos Pontos de Vista, de Rabatel (2004, 2007, 2013, 2016), que se insere no âmbito da Análise do Discurso interacionista<sup>2</sup>.

Para alcançarmos nosso objetivo, faremos, inicialmente, uma exposição da perspectiva teórica adotada, a Teoria dos Pontos de Vista, de Rabatel. Em seguida, procederemos à análise dos depoimentos. A análise será feita em três momentos. No primeiro, analisa-se o depoimento brasileiro. No segundo, analisa-se o depoimento francês. Por fim, realiza-se a comparação da maneira como as leitoras se apresentam nos depoimentos, em função do modo como representam (articulam, subordinam, ocultam etc.) as diferentes perspectivas enunciativas – pontos de vista – que mobilizam.

## 1 Uma perspectiva interacionista e enunciativa para o estudo dos pontos de vista

Em sua abordagem sobre os pontos de vista, Rabatel (2004, 2007, 2013, 2016) propõe estudar a narrativa explorando todas as potencialidades de uma análise que estude a maneira como o narrador/locutor articula em seu texto os pontos de vista de diferentes personagens/enunciadores. Nessa proposta, a noção de ponto de vista corresponde à “expressão das percepções e/ou dos pensamentos representados” (RABATEL, 2016, p. 141). Nesse sentido, a narrativa constitui um jogo por meio do qual o narrador/locutor, a fim de alcançar determinados efeitos junto ao interlocutor (convencer, ameaçar, emocionar, divertir etc.), escolhe representar

---

<sup>2</sup> Apresentações dos pressupostos que caracterizam a perspectiva interacionista da Análise do Discurso encontram-se em Kerbrat-Orecchioni (1992), Vion (1992) e Roulet, Filliettaz e Grobet (2001, cap. 1).

diferentes pontos de vista, aproximando-os, confrontando-os, subordinando um ao outro etc. Nos termos do autor, a finalidade de sua abordagem é

agrupar os conteúdos proposicionais em função da fonte enunciativa que está na origem da visada argumentativa que preside as escolhas de referenciação, buscando igualmente esclarecer as relações entre esses enunciadores e o locutor que as coloca em cena, para determinar quem assume o quê (RABATEL, 2013, p. 19-20).

Partindo da teoria polifônica de Ducrot (1987)<sup>3</sup>, Rabatel ressalta a importância da distinção entre locutor e enunciador(es) para a análise de textos narrativos. Conforme o autor, a atenção de Benveniste (1976, 1989) ao aparelho formal da enunciação e, conseqüentemente, às marcas linguísticas que o revelam fez com que se perpetuasse a ideia de que a subjetividade seria um traço definidor apenas do discurso e não da história<sup>4</sup>. Assim, em função do modo como define a história e o discurso, Benveniste concede muita atenção ao sujeito da enunciação (locutor) e pouca atenção ao sujeito do enunciado ou sujeito modal (enunciador). Esse foco no locutor fez com que Benveniste se dedicasse a compreender, sobretudo, os elementos dêiticos característicos do discurso – pronomes pessoais e possessivos de 1ª e 2ª pessoa (*eu, tu/você, meu, seu/teu*), verbos flexionados na 1ª pessoa, advérbios de tempo e lugar (*hoje, agora, aqui, aí*) – e deixasse em segundo plano o estudo dos

---

<sup>3</sup> Questionando a hipótese da unicidade do sujeito produtor do discurso, Ducrot (1987) propõe cindir esse sujeito em diferentes instâncias: *produtor empírico, locutor L, locutor λ, enunciadores*. O produtor empírico ou o sujeito falante efetivo é uma instância que, para Ducrot, deve ser excluída da descrição linguística, porque a descrição que o enunciado dá da enunciação não comporta nenhuma marca que remeta a seu produtor efetivo. O locutor L é definido como “um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável, ou seja, como alguém a quem se deve imputar a responsabilidade deste enunciado” (1987, p. 182). O locutor λ, por sua vez, se distingue do locutor L por ser um objeto do enunciado (o eu dos enunciados em 1ª pessoa) e por nunca ser o responsável pela enunciação, que é sempre o locutor L. Por fim, os enunciadores são pontos de vista abstratos que o locutor L traz em seu discurso e em relação aos quais exhibe diferentes graus de concordância ou discordância (CUNHA, 2016).

<sup>4</sup> Em linhas gerais, Benveniste (1976) define a história como um plano de enunciação que tem como baliza temporal um momento do tempo crônico (*em 1500, num dia de verão, às 10 da manhã*) e o discurso como um plano de enunciação cujas referências pessoais, espaciais e temporais são o *eu*, o *aqui* e o *agora* da produção do enunciado.

subjativemas (todas as formas de modalizadores<sup>5</sup>) que remetem a uma instância enunciativa mais ou menos definida (RABATEL, 2013, 2016).

Para Rabatel (2013, 2016), é preciso verificar se as marcas linguísticas que apontam para uma subjetividade (subjativemas) seriam exclusivas dos textos que pertencem ao plano do discurso ou se elas também não ocorreriam nos textos que pertencem ao plano da história. Como a ausência de marcas dêiticas não implica a ausência de marcas modais (modalizadores), a hipótese de Rabatel é a de que, mesmo em textos pertencentes ao plano da história, tal como o define Benveniste (1976), e, portanto, sem elementos dêiticos, seria possível encontrar subjativemas que remetem a um ponto de vista, noção que, como exposto, o autor define como “expressão das percepções e/ou dos pensamentos representados” (RABATEL, 2016, p. 141).

A distinção que Ducrot propõe entre locutor e enunciador(es) é vista por Rabatel (2013, 2016) como uma solução para este problema da presença de subjativemas em textos pertencentes ao plano da história: a quem atribuir a subjetividade a que remetem as marcas modais presentes nesses textos? Embora um enunciado possua apenas um só centro dêitico (*Eu*), ou seja, embora um enunciado possua apenas um só locutor, esse mesmo enunciado pode ter dois ou vários centros modais, ou seja, um enunciado pode ter dois ou vários enunciadores. Nessa perspectiva, se a escolha de uma enunciação histórica implica a ausência de elementos dêiticos remetendo aos parceiros da interação (interlocutores), bem como ao tempo e ao lugar da interação, essa mesma enunciação histórica não implica a ausência de outras formas de expressão da subjetividade remetendo a um ou a diferentes enunciadores. É por isso que, para Rabatel, a separação entre locutor e enunciador é tão fundamental.

Como se percebe, na proposta de Rabatel, a identificação dos subjativemas tem papel essencial na análise, na medida em que é por meio dessa identificação que se torna possível determinar a que enunciador atribuir (imputar) determinado pacote de conteúdos proposicionais ou qual fonte enunciativa responsabilizar pelas informações expressas em determinada porção do texto. Especificando a natureza

---

<sup>5</sup> Do ponto de vista pragmático, os modalizadores constituem um conjunto de marcas linguísticas que evidenciam o grau de adesão/convicção do locutor em relação às informações que expressa em seu discurso. Algumas dessas marcas são: determinados tempos verbais (futuro do pretérito, imperfeito), modos verbais (subjuntivo, imperativo), verbos modais (*poder, dever*), advérbios modalizadores (*infelizmente, lamentavelmente*) (KERBRAT-ORECCHIONI, 1980).

dos subjetivemas, Rabatel (2013) observa que o ponto de vista é identificável não somente no *modus* (modalidade), mas também no *dictum* (conteúdo proposicional), já que as escolhas da forma de apresentação dos referentes (objetos de discurso) são amplamente reveladoras do ponto de vista do enunciador, independentemente do *modus*<sup>6</sup>. Por exemplo, em uma notícia, a escolha por categorizar determinada região da cidade como *comunidade* e não como *favela* evidencia o ponto de vista do jornalista, bem como o do veículo de comunicação a que se subordina. Assim, a subjetividade de um ou de vários enunciadores revela-se mesmo em enunciados aparentemente neutros, imparciais e objetivos, ou seja, históricos, na acepção de Benveniste (1976) (RABATEL, 2013, 2016).

Na perspectiva assumida por Rabatel, os textos são constituídos por pacotes de conteúdos proposicionais que, por meio da identificação dos subjetivemas, se podem atribuir a diferentes enunciadores (sujeitos do enunciado). Uma parte desses conteúdos se relaciona ao Enunciador 1 (E1), que é o enunciador endossado pelo locutor. Nesse caso, verifica-se uma relação de sincretismo entre locutor e E1, sincretismo que, na análise, deve ser representado como L1/E1 (RABATEL, 2013, 2016). Tendo em vista essa relação de sincretismo entre locutor e E1, Rabatel nomeia esse enunciador de *principal*. Os demais conteúdos correspondem aos outros enunciadores, que são chamados de segundos: e2, e3, e4 etc. Desse modo, é em função de seus interesses que o locutor atualiza os pontos de vista dos enunciadores (E1, e2, e3, e4 etc), sustentando um deles (E1) e co-orientando ou antio-orientando os demais (e2, e3, e4 etc) em relação ao primeiro, o *principal*.

Como se pode constatar, a proposta de Rabatel, ainda que apresentada em grandes linhas, constitui uma abordagem interessante para estudar como e com quais objetivos o locutor, num texto, encena os pontos de vista dos enunciadores, hierarquizando-os. Essa abordagem permite revelar, assim, de que maneira o locutor, de modo estratégico, se oculta por trás dos enunciadores, sustenta ou endossa a opinião de um enunciador e se opõe a outro(s) enunciador(es), apropria-se da

---

<sup>6</sup> Adotando a perspectiva de Rabatel, Cortez (2013, p. 293) ressalta o mesmo papel do *dictum* na expressão do ponto de vista: “todo objeto de discurso manifesta o ponto de vista de um ou mais enunciadores, sendo tecido num jogo dialógico que pode ser vislumbrado pela retomada anafórica, pela recategorização do referente, ou simplesmente na progressão referencial ou apenas na introdução do referente’.

opinião de um enunciador, faz crer que um enunciador é mais certo ou merecedor de credibilidade do que outro(s), desqualifica o ponto de vista de determinados enunciadores etc. No item a seguir, utilizaremos essa abordagem para estudar o jogo enunciativo proposto pelas locutoras de depoimentos veiculados em duas edições, uma brasileira e a outra francesa, da revista *Marie Claire*, com o fim de identificarmos as imagens de si construídas por essas locutoras.

## 2 A encenação de pontos de vista e a construção de imagens de si em depoimentos veiculados na revista *Marie Claire*

Como exposto na Introdução, a revista *Marie Claire*, em suas versões brasileira e francesa, possui uma seção intitulada *Eu, leitora* e *Moi, lectrice*, respectivamente. Essa seção veicula depoimentos de leitoras acerca de temas variados, como trabalho, férias, relacionamento familiar, sexo, moda etc. Neste item, realizaremos o estudo de dois depoimentos publicados em edições brasileira e francesa da revista. Ambos foram publicados no mesmo ano (2017) e abordam uma mesma temática: *trabalho*<sup>7</sup>.

Vale esclarecer que os depoimentos veiculados nas seções indicadas passam pelo processo editorial característico de toda revista de grande circulação nacional, processo de que fazem parte os procedimentos de revisão, diagramação e retextualizações envolvendo diferentes ações, como reescritas, inversões, acréscimos e subtrações de partes do texto (DIAS, 2003). Evidentemente, esses procedimentos não são neutros, já que, por alterarem a materialidade do discurso, impactam os efeitos de sentido que esse discurso poderá produzir (CHARAUDEAU, 2006, HERNANDEZ, 2006, MARCUSCHI, 2008). Assim, embora os depoimentos veiculados na revista produzam um efeito de homogeneidade enunciativa, tendo em vista que quem “fala” é um único locutor, no sentido de Ducrot (1987), diferentes sujeitos empíricos contribuem para a construção desses depoimentos: além das autoras, editores, revisores,

---

<sup>7</sup> Por motivo de espaço, não reproduziremos na íntegra os depoimentos, que podem ser acessados em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Work/noticia/2017/06/fui-cortadora-de-carna-e-hoje-minha-empresa-fatura-na-casa-dos-milhoes.html>> (*depoimento brasileiro*) e <<http://www.marieclaire.fr/j-influence-des-politiciens-et-des-celebrites-grace-a-mon-don,1136079.asp>> (*depoimento francês*). Para maior clareza, o primeiro parágrafo de cada subitem de análise traz um breve resumo de cada depoimento.

diagramadores. Dessa forma, não se pode dizer que o depoimento expresse o ponto de vista genuíno de leitoras da revista, por não constituírem transcrições de seus depoimentos. Porém, tendo em vista os objetivos deste estudo, nossa análise toma como objeto de investigação o produto final do processo editorial, tal como o recebem as leitoras da revista, e se centra na maneira como as locutoras (e não os sujeitos empíricos) encenam os diferentes pontos de vista de enunciadores.

À luz da abordagem enunciativa de Rabatel apresentada no item anterior, estudaremos, inicialmente, o depoimento brasileiro. Em seguida, estudaremos o depoimento francês. Ao final do percurso de análise, realizaremos a comparação dos procedimentos enunciativos de construção dos depoimentos, buscando entender as razões de suas semelhanças e diferenças.

### 3 “Fui cortadora de cana e hoje minha empresa fatura na casa dos milhões”

No depoimento veiculado na edição brasileira da revista *Marie Claire* e intitulado “Fui cortadora de cana e hoje minha empresa fatura na casa dos milhões”, a empresária Sabrina Nunes conta sua história de sucesso de mundo dos negócios. A empresária conta que viajou do interior de Minas Gerais para Maracaju, no Mato Grosso do Sul, em busca de emprego. Lá trabalhou como cortadora de cana. Em seguida, ao conhecer engenheiros ambientais que ganhavam “em torno de R\$ 5 mil por mês”, estabeleceu a meta de “encontrar um emprego com salário de R\$ 3mil”, já que R\$ 5 mil era valor muito alto para ela, naquela época. Por isso, mudou-se para o Rio de Janeiro, para cursar engenharia da produção. No Rio, inspirando-se em “uma conhecida que tinha um e-commerce com faturamento na casa do R\$ 3 mil por mês”, começou a revender bijuterias pela internet. Depois de fazer um curso de gestão de negócios, ela criou a empresa Francisca Joias, nome dado em homenagem à sua avó e madrinha. Segundo Sabrina, essa empresa é “a maior e-commerce de semijoias do Brasil, que fatura hoje na casa dos milhões” e conta com 450 revendedoras em todo o país.

Como é próprio das narrativas em 1ª pessoa, a autora estabelece uma distinção entre Sabrina narradora da história (sujeito da enunciação ou locutor L) e Sabrina personagem da história (sujeito do enunciado ou locutor λ). Sabrina narradora

corresponde ao locutor1/enunciador1 (L1/E1), instância que assume a responsabilidade por grande parte dos conteúdos proposicionais veiculados no texto. Nessas passagens do depoimento, subjetivemas apontam para a existência desse enunciador *principal*. É o que ocorre neste trecho, que se localiza ao final do depoimento:

1. Além disso, tem um ponto que foi fundamental no meu sucesso: a ação. Costumo dizer que as pessoas são treinadas a aprender, mas poucas são treinadas a agir. É preciso colocar em prática todo o conhecimento acumulado com cursos, livros e estudos. Não adianta fazer MBA sem exercer o que aprendeu.

No trecho, o pronome de 1ª pessoa (*meu*) e o verbo na 1ª pessoa (*confesso*) marcam no texto o centro dêitico de onde emanam as afirmações (*É preciso X, Não adianta fazer Y*). Essas afirmações expressam o ponto de vista e a perspectiva da narradora, que, amparando-se em seu “sucesso” no mundo dos negócios e em sua capacidade de agir, reivindica legitimidade para fazer asserções ou dar conselhos indiretos às demais leitoras da revista.

Ao longo do depoimento, Sabrina narradora mobiliza outros enunciadores (e2, e3, e4 etc.): a própria Sabrina, que, na condição de personagem, expressa seu ponto de vista em diferentes momentos da narrativa, uma conhecida que tinha um *e-commerce*, as clientes, outras mulheres e um enunciador genérico. Todos esses enunciadores são mobilizados pela narradora com o fim de construir para si a imagem de empresária focada em metas e que venceu na vida. Por exemplo, o ponto de vista da conhecida que tinha um *e-commerce* é mobilizado no sintagma sublinhado neste segmento:

2. Decidi seguir os passos de uma conhecida que tinha um e-commerce com faturamento na casa do R\$ 3 mil por mês.

A narradora traz informações que podem ser atribuídas a essa enunciadora com o fim apresentá-la como sua motivação para se mudar para o Rio, em busca de um salário maior:

3. Era exatamente o valor que eu havia estabelecido como meta quando ainda morava no Mato Grosso do Sul. Pensei: se ela consegue, eu também consigo.

De todos os enunciadores mobilizados pela narradora, o que melhor a auxilia na tarefa de se apresentar como alguém que venceu no mundo dos negócios é a Sabrina personagem. Essa enunciativa é aquela cujo ponto de vista é mobilizado mais vezes, já que todos os demais são mobilizados uma única vez. Trazendo a perspectiva (pensamentos, crenças, decisões, certezas etc.) dessa enunciativa ao longo do depoimento, a narradora busca revelar tanto suas características de pessoa focada e ambiciosa, quanto as transformações por que Sabrina foi passando ao longo de sua trajetória.

Na maioria das ocorrências do ponto de vista de Sabrina, a narradora utiliza marcas linguísticas (subjativemas) que delimitam bem os conteúdos proposicionais que devem ser atribuídos ou imputados à Sabrina personagem e não à Sabrina narradora. É o que ocorre nestes trechos:

4. A única forma de fazer isso [encontrar um emprego com salário de R\$ 3mil], eu pensava, era me tornando engenheira também. Foi assim que decidi me inscrever no Prouni e, felizmente, fui aprovada em uma universidade no Rio, onde minha irmã mora.
5. Decidi seguir os passos de uma conhecida que tinha um e-commerce com faturamento na casa do R\$ 3 mil por mês. Era exatamente o valor que eu havia estabelecido como meta quando ainda morava no Mato Grosso do Sul. Pensei: se ela consegue, eu também consigo.

Em ambos os trechos, são verbos (*pensar, estabelecer, decidir*) que evidenciam que é à Sabrina personagem e não à narradora que se deve atribuir a responsabilidade por determinados conteúdos proposicionais, que são os complementos dos verbos. Foi Sabrina que, em diferentes momentos de sua trajetória, pensou, decidiu e estabeleceu algo e que quer para si o que outros (engenheiros e a conhecida) já haviam conseguido. A carga semântica desses verbos auxilia na construção

da imagem de uma enunciativa ambiciosa, racional, convicta de suas posições e capaz de estabelecer metas e de fazer escolhas acertadas. Outra seria nossa forma de compreender a trajetória de Sabrina se a locutora a representasse supondo, duvidando, temendo ou titubeando.

No depoimento, o verbo de percepção *ver* também exerce papel importante na identificação do ponto de vista de Sabrina personagem, como atesta este excerto:

6. O divisor de águas, no entanto, aconteceu depois de ser selecionada para fazer um curso de gestão de negócios oferecido pela universidade Dom Cabral, de Minas Gerais, no Rio. Depois dele, vi o potencial da minha empresa e me profissionalizei.

No excerto, a narradora representa Sabrina personagem não só como uma instância interessada em se formar em instituições de ensino superior, o que constitui tentativa de associá-la a um saber acadêmico, mas também como uma instância capaz de *ver* (perceber, compreender) possibilidades de lucro e avaliar a dinâmica do mercado. Dessa forma, com o uso desse verbo, bem como com o dos verbos *pensar*, *decidir* e *estabelecer* presentes nos trechos (4) e (5), a narradora procura atribuir à Sabrina valores típicos da ideologia do empreendedorismo, tais como sagacidade, individualismo, independência e percepção de oportunidades (HARVEY, 2008). Não por acaso, a narradora, ao apresentar o ponto de vista do enunciador outras mulheres no trecho sublinhado a seguir, o representa como uma instância para a qual, assim como para Sabrina personagem (cf. uso do operador *também* co-orientando os pontos de vista de Sabrina e de outras mulheres), empreender é um sonho:

7. A marca [Francisca Joias], felizmente, foi bem aceita, passou a crescer e se estabeleceu no mercado. O sucesso serviu de exemplo para outras mulheres que também sonhavam em empreender.

Como revelam os trechos analisados até o momento, a delimitação dos conteúdos a serem imputados à Sabrina personagem não implica oposição, conflito ou distanciamento entre seu ponto de vista e aquele da narradora. Ao contrário, na maior

parte do depoimento, esses pontos de vista estão co-orientados. Entretanto, embora raras, há passagens em que os pontos de vista de Sabrina narradora e de Sabrina personagem estão anti-orientados. É o que se verifica no enunciado sublinhado:

8. Durante esse período, conheci alguns engenheiros ambientais que chegavam para trabalhar ganhando em torno de R\$ 5 mil por mês. Era muita coisa para mim na época.

O enunciado sublinhado é polifônico, na medida em que encena dois pontos de vista ou enunciadores contrários ou antiorientados. De um lado, E1 (Sabrina narradora) percebe a soma de R\$5 mil como sendo pouco dinheiro. De outro lado, e2 (Sabrina personagem) percebe a mesma soma como não sendo muito dinheiro. Assim, nesse enunciado, a locutora, no *hoje* em que representa diferentes enunciadores para narrar uma trajetória de sucesso, adere ao ponto de vista de E1 e rejeita o de e2. Auxilia na distinção dos dois pontos de vista o uso da forma verbal no pretérito imperfeito (*era*) e da expressão adverbial (*na época*) indicando o momento de referência em que Sabrina avaliava R\$ 5 mil por mês como sendo muito dinheiro.

Em outros trechos, é o conector *mas* que é empregado para expressar uma dissonância entre esses mesmos pontos de vista:

9. Juntei R\$ 300 e passei a revender bijuterias pela internet numa tentativa de cumprir meu objetivo. Confesso que as peças eram bem feias na época. Mas minha preocupação maior era ganhar experiência na área e oferecer um bom serviço às clientes.

Nesse trecho, o *mas* opõe os pontos de vista de dois enunciadores. Para o enunciador cujo ponto de vista é expresso antes do conector (Sabrina narradora) as peças eram feias, ou seja, hoje (momento da enunciação) a narradora reconhece (*confessa*) que as peças feitas na época eram feias. Já para a enunciatrice cujo ponto de vista sucede o conector (Sabrina personagem) as peças não eram feias, já que com elas acreditava oferecer um bom serviço às clientes. Articulando esses pontos de vista com o *mas*, a locutora evidencia o desejo de fazer sobressair o segundo

ponto de vista, aquele que a ajuda a construir para Sabrina personagem a imagem de uma pessoa determinada, ainda que desprovida do senso estético que caracteriza hoje a empresária de sucesso (Sabrina narradora) e que lhe permite avaliar como feias as peças que fez no passado. Esse é um bom exemplo de como o uso de marcas linguísticas, como os conectores, permitem a um locutor não só delimitar diferentes pontos de vista, mas também hierarquizá-los (RABATEL, 2016).

No depoimento, a anti-orientação dos pontos de vista de Sabrina narradora e de Sabrina personagem, anti-orientação ilustrada com os excertos (8) e (9), se explica pelo objetivo da narradora de contar sua história de sucesso. Sendo assim, ela precisa revelar que, ao longo de sua trajetória, a Sabrina personagem foi sofrendo transformações, o que implicou a modificação constante de seus pontos de vista ou da perspectiva por meio da qual foi (re)categorizando o mundo à sua volta e suas experiências de vida.

Como se percebe, a narrativa construída pela narradora tem como finalidade atribuir à Sabrina personagem valores considerados positivos no contexto de uma economia de mercado. Nesse contexto, em que a ideologia do empreendedorismo tem moldado os discursos de diferentes setores, como a política, as mídias e o ensino, apresentar Sabrina como uma instância que, com o passar do tempo, foi se transformando e passando a ver o mundo de forma cada vez mais independente (individualista), sagaz e gerencial constitui uma estratégia de que a narradora se vale para tentar influenciar as leitoras do depoimento.

#### 4 “J’influence des politiciens et des célébrités grâce à mon don”

No depoimento da edição francesa de *Marie Claire*, intitulado “J’influence des politiciens et des célébrités grâce à mon don” [Eu influencio políticos e celebridades graças a meu dom]<sup>8</sup>, Agnès, uma diretora de marketing na indústria do luxo, conta que possui o dom da mediunidade e da vidência e que esse dom se manifestou ainda na infância, quando tinha sonhos premonitórios. Foi nessa época que teve o primeiro contato com as cartas do tarô e, com elas, começou a prever o futuro de amigas.

---

<sup>8</sup> Todas as traduções de excertos desse depoimento são de nossa responsabilidade.

Agnès conta que, depois de adulta, voltou a ler as cartas por incentivo de seu marido, Thibault, que lhe pediu que ajudasse uma pessoa conhecida a resolver problemas familiares, utilizando sua vidência. A partir de então, o talento de Agnès para prever o futuro foi se tornando conhecido não só entre amigos e familiares, mas também no mundo das celebridades, no mundo dos negócios e no mundo político. Mas Agnès faz questão de esclarecer que não transformou seu dom em profissão (“Je ne fais pas profession de mon don” [Não transformei meu dom em profissão]) e que não deixa que seu talento mediúnico interfira em sua vida profissional. Por isso, ela informa: “Aujourd’hui, je ne reçois plus, en moyenne, que quatre personnalités dans l’année, ce qui n’interfère pas avec mon quotidien” [Hoje não recebo mais que uma média de quatro celebridades no ano, o que não interfere em meu cotidiano].

Assim como ocorre no depoimento analisado anteriormente, a locutora do depoimento francês estabelece uma distinção entre Agnès narradora da história e Agnès personagem da história. Agnès narradora corresponde ao locutor1/enunciador1 (L1/E1), uma vez que, na maior parte das informações expressas no depoimento, há subjetivemas que indiciam esse enunciador *principal*, como se verifica neste trecho:

10. Et je ne me suis jamais intéressée à l’ésotérisme ni aux pouvoirs paranormaux. Femme d’affaires, je suis une cartésienne, une pragmatique. J’ai un baccalauréat<sup>9</sup> scientifique et le diplôme d’une grande école de commerce.  
[E eu jamais me interessei pelo esoterismo, nem pelos poderes paranormais. Mulher de negócios, sou uma cartesiana, uma pragmática. Tenho um *baccalauréat* científico e o diploma de uma grande escola de comércio.]

No trecho, as marcas de 1ª pessoa remetem à narradora. Mas, para a identificação de seu ponto de vista, mais importante do que as marcas de 1ª pessoa é a maneira como ela, enquanto objeto de discurso, se caracteriza (categoriza) como uma pessoa dotada de determinadas características que, tendo em vista a perspectiva de

---

<sup>9</sup> No sistema educacional francês, o *baccalauréat* é uma qualificação acadêmica que os estudantes realizam ao final do ensino secundário e que é necessário para o acesso ao ensino superior.

onde se vê (o universo da indústria francesa de luxo), são entendidas como qualidades: ser mulher de negócios, ser cartesiana e pragmática, ter títulos e diplomas conferidos por instituições de ensino. Como veremos, a característica central do regime enunciativo desse depoimento é a oposição entre Agnès narradora (cartesiana) e Agnès personagem (sensitiva), oposição que permite à narradora tentar convencer suas leitoras de que é possível ser, ao mesmo tempo, uma profissional do mundo dos negócios e uma vidente nas horas vagas.

Em seu depoimento, Agnès narradora representa os pontos de vista de outros enunciadores (e2, e3, e4 etc.): a própria Agnès, personagem central da história, seu marido, sua mãe, sua avó, amigas da mãe, uma atriz famosa, um dos dirigentes da empresa onde trabalha, uma figura pública, um político etc. A presença dos enunciadores pai, mãe e marido, expressando conselhos, pedidos e opiniões, contribui para criar para a Agnès narradora a imagem de uma mulher que, embora exerça cargo de destaque na indústria do luxo, não abre mão de sua vida familiar em nome da carreira.

Mas, como dissemos, o aspecto central do regime enunciativo desse depoimento está na relação, a nosso ver, conflituosa entre Agnès narradora e Agnès personagem. Os conteúdos proposicionais imputados à Agnès personagem tratam todos de mediunidade e do impacto de sua vidência na vida e no comportamento de outras pessoas. Assim, em nenhum momento, a narradora representa a personagem fazendo avaliações sobre seu trabalho de diretora de marketing. Os conteúdos proposicionais relativos ao trabalho ficam sob a responsabilidade da própria narradora. Essa distribuição de conteúdos proposicionais às diferentes instâncias enunciativas é sinalizada por subjetivemas. Vimos, na análise do excerto (10), subjetivemas que evidenciam a perspectiva (cartesiana e pragmática) da Agnès narradora. No excerto a seguir, os verbos *sentir* e *perceber* trazem a perspectiva de Agnès personagem.

11. Dernièrement, j'ai rencontré une personnalité publique très engagée dans l'action humanitaire et, en lui serrant la main, j'ai senti une froideur, une obscurité de cave m'envahir, j'ai perçu la dureté intrinsèque de cette personne, son indifférence profonde, j'en ai presque sursauté.

[Recentemente, encontrei uma personalidade pública muito engajada na ação humanitária e, lhe apertando a mão, sentí uma frieza, uma escuridão profunda me invadir, eu percebi a dureza intrínseca dessa pessoa, sua indiferença profunda, eu quase me sobressaltei]

No trecho, o verbo *sentir* é empregado com o fim de evidenciar a manifestação da capacidade mediúnica de Agnès personagem. Da mesma forma, o verbo *perceber* não é empregado no sentido de avaliar uma situação de modo racional, mas no sentido de apreender um fenômeno de modo sensorial ou por meio da sensibilidade, sendo, por isso, comutável por *sentir*. Com esses verbos, a narradora busca reforçar a imagem de Agnès personagem como uma pessoa altamente sensível, dotada de um talento (a mediunidade) que ela não se esforçou por desenvolver.

Na maior parte das passagens em que se encena o ponto de vista de Agnès personagem, ela está aparentemente co-orientada em relação à Agnès narradora, na medida em que não se explicita a existência de conflito ou oposição clara entre os pontos de vista dessas instâncias enunciativas. Porém, há passagens em que essas instâncias estão claramente anti-orientadas. São exatamente as passagens em que a narradora descreve suas propriedades no presente. Uma passagem é o excerto apresentado anteriormente e reproduzido a seguir:

12. Et je ne me suis jamais intéressée à l'ésotérisme ni aux pouvoirs paranormaux. Femme d'affaires, je suis une cartésienne, une pragmatique. J'ai un baccalauréat scientifique et le diplôme d'une grande école de commerce.

[E eu jamais me interessei pelo esoterismo, nem pelos poderes paranormais. Mulher de negócios, sou uma cartesiana, uma pragmática. Tenho um bacharelado científico e o diploma de uma grande escola de comércio.]

Nesse excerto, a narradora reivindica para si a imagem de mulher de negócios que rejeita a aproximação com o universo do esoterismo e da paranormalidade e que possui as qualidades consideradas necessárias, em uma economia de mercado, para uma pessoa ocupar um posto de trabalho: racionalismo, praticidade,

pragmatismo, saberes técnicos etc. Essas propriedades contrastam com aquelas de Agnès personagem, cuja sensibilidade é tão aguçada que consegue não só sentir os sentimentos e sofrimentos do outro, mas também prever seu futuro. Outra passagem em que a narradora e a personagem estão anti-orientandas é esta, que se localiza no último parágrafo do depoimento:

13. Je ne suis plus fascinée, comme je l'étais au début, par ceux qui ont le pouvoir, la célébrité.

[Não sou mais fascinada, como eu era no começo, por aqueles que têm o poder, a celebridade.]

No trecho, a oração sublinhada funciona como uma espécie de parêntese com o qual a narradora estabelece um contraste entre o modo como vê seus clientes hoje e o modo como os via no passado. Nesses dois excertos (12 e 13), a contradição ou anti-orientação entre os pontos de vista da Agnès narradora e da Agnès personagem parece ter como fim permitir à narradora evidenciar que a mediunidade é apenas uma parte de sua vida e que ela consegue conciliar e, mais importante, separar as diferentes tarefas. Além disso, essa contradição parece contribuir para a construção da imagem da Agnès narradora como mais racional do que a Agnès personagem, já que, ao contrário desta, aquela não se deixa fascinar por poder e fama. Reforça essa interpretação esta passagem final do texto:

14. Aujourd'hui, je ne reçois plus, en moyenne, que quatre personnalités dans l'année, ce qui n'interfère pas avec mon quotidien.

[Hoje não recebo mais que uma média de quatro celebridades no ano, o que não interfere em meu cotidiano.]

Assim, se em todo o depoimento a visão de mundo de Agnès personagem é impregnada pela mediunidade, pela sensibilidade e pela emotividade, a visão de mundo de Agnès narradora permanece cartesiana e pragmática, a ponto de

conseguir reservar ao dom da mediunidade o *status* de *hobby* ou de atividade secundária em relação a seu trabalho como diretora de marketing na indústria do luxo (“je savais, au fond, que mon don resterait un loisir, que je n'en ferais jamais mon métier [eu sabia, no fundo, que meu dom permaneceria um lazer, que eu não faria dele jamais minha profissão]”). Com isso, a construção de uma Agnès personagem sensitiva e mediúnica parece funcionar como uma estratégia que permite à Agnès narradora mostrar-se como alguém que é capaz de controlar seu dom, sem que ele atrapalhe sua vida no mundo dos negócios, e priorizar a vida profissional em detrimento dos outros setores da sua vida (mediunidade).

### 5 Estratégias enunciativas em confronto: semelhanças e diferenças na encenação dos pontos de vista nos depoimentos brasileiro e francês

Nesta etapa final da análise, nosso intuito é comparar os depoimentos estudados, para ressaltar semelhanças e diferenças na maneira como neles as narradoras Sabrina e Agnès constroem imagens de si, por meio da encenação dos enunciadores, bem como para verificar a que se devem essas semelhanças e diferenças.

No que se refere às semelhanças, ambos os depoimentos se caracterizam pela cisão entre uma narradora que conta sua história (sujeito da enunciação – L1/E1) e uma personagem que representa a narradora em momentos pregressos de sua vida (sujeito do enunciado – e2). Nos dois depoimentos, as narradoras reivindicam para si valores ou atributos semelhantes. Ambas querem ser vistas como sendo competentes para os negócios, capazes de desempenhar funções no mercado, racionais e pragmáticas na realização de seu trabalho. Afinal, é assim que se categorizam nas passagens em que, tomando-se como objetos de discurso, atribuem a si sucesso, racionalidade, pragmatismo etc. Por isso mesmo, nos segmentos em que expressam a perspectiva da qual enxergam o mundo, ambas constroem imagens semelhantes de si como mulheres empreendedoras ou que manifestam igualmente seu apreço pelos valores que caracterizam a ideologia de empreendedorismo:

15. *Sabrina*: O divisor de águas, no entanto, aconteceu depois de ser selecionada para fazer um curso de gestão de negócios oferecido pela universidade Dom

Cabral, de Minas Gerais, no Rio. Depois dele, vi o potencial da minha empresa e me profissionalizei.

16. *Agnès*: Femme d'affaires, je suis une cartésienne, une pragmatique. J'ai un baccalauréat scientifique et le diplôme d'une grande école de commerce.

[Mulher de negócios, sou uma cartesiana, uma pragmática. Tenho um bacharelado científico e o diploma de uma grande escola de comércio.]

É a semelhança entre as narradoras que explica as diferenças no que se refere à maneira como ambas encenam os demais enunciadore e, principalmente, as personagens que as representam em outros momentos. O depoimento brasileiro caracteriza-se, em especial, pela co-orientação entre Sabrina narradora e Sabrina personagem, já que a imputação de conteúdos proposicionais à personagem tem como fim permitir à narradora se revelar como uma pessoa determinada e focada em seu crescimento profissional e apontar os passos que seguiu para se tornar, a partir de sua perspectiva (a do mundo dos negócios), um exemplo de sucesso. A anti-orientação entre essas instâncias, quando ocorre, tem como fim revelar as mudanças por que Sabrina personagem precisou passar para deixar de ser uma cortadora de cana até chegar a ser uma empresária de sucesso.

A maneira como a Sabrina narradora representa sua trajetória e dispõe em relação a si, orientando ou anti-orientando, os diferentes enunciadore, mas sobretudo a Sabrina personagem contribui para perceber que a visão de mundo da narradora se estrutura com base em dicotomias, tais como: riqueza x pobreza, indivíduo x coletivo, cidade x campo. O que a Sabrina narradora nos conta, então, é que, para Sabrina personagem se tornar a empresária de “sucesso”, ela precisou ir abandonando progressivamente a pobreza, o coletivo e o campo, aspectos que, de seu ponto de vista gerencial e empresarial, são negativos e ligados à sua visão de insucesso.

Já o depoimento francês é marcado por graus mais ou menos explícitos de anti-orientação entre Agnès narradora e Agnès personagem. Essa anti-orientação tem como fim permitir à narradora revelar que, embora a personagem seja uma pessoa altamente sensível e possua o dom da mediunidade, ela, narradora, é racional,

pragmática e, por isso, perfeitamente adequada às exigências do mundo dos negócios, tendo consciência do lugar subalterno que deve reservar a seu dom mediúnico.

Assim como ocorre no depoimento brasileiro, no francês a forma como a Agnès narradora anti-orienta, de modo mais ou menos sutil, seu ponto de vista e o da Agnès personagem revela que a visão de mundo da narradora se estrutura com base em dicotomias, que, no depoimento francês, são: ciência x espiritualidade (mediunidade), estudo x talento (dom), razão x emoção. De um lado, a narradora busca se apresentar como uma pessoa racional e ligada ao mundo da ciência, do estudo e da razão, atributos que, de seu ponto de vista, são necessários para atuar no mundo dos negócios. De outro lado, ela associa à personagem a mediunidade, que é vista como um dom ou um talento e não como algo que se aprende por meio de estudo, bem como a capacidade de se emocionar.

Apesar das diferenças de estratégias enunciativas empregadas na construção dos depoimentos, as análises realizadas neste trabalho permitiram verificar que, em ambos, é um mesmo conjunto de valores ligados a um setor do mundo do trabalho (empresarial, gerencial, neoliberal) que subjaz à visão de mundo das locutoras. São esses valores que fazem com que Sabrina e Agnès, ao selecionarem os enunciadores e os hierarquizarem de determinada forma, busquem construir para si imagens de mulheres bem sucedidas, racionais, ambiciosas, pragmáticas etc.

Confirmando nossa hipótese apresentada inicialmente, as análises mostraram que, ainda que tenham sido produzidos em contextos distintos e tragam especificidades, esses depoimentos apresentam semelhanças que, acreditamos, se devem ao fato de as versões brasileira e francesa de *Marie Claire* possuírem linhas editoriais parecidas e serem voltadas para públicos com perfis muito próximos: mulheres brancas, de classe média, com grau de escolaridade elevado, economicamente ativas e preocupadas em conciliar vida profissional e vida familiar (DIAS, 2003, RÉIGNER, 2005, BARBOSA; SILVA, 2010, BLANDIN, 2011, GEERS, 2016, FERREIRA, 2017). Às nossas pesquisas futuras cabe a tarefa de investigar se as imagens de si identificadas nas análises constituem uma marca ou um traço apenas dos depoimentos aqui analisados ou se essas mesmas imagens não seriam uma característica definidora dos depoimentos sobre trabalho veiculados nas seções *Eu, leitora* e *Moi, lectrice*, da revista.

## Referências

AMOSSY, R. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, R. (org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 09-28.

AMOSSY, R. *L'argumentation dans le discours*. Paris: Armand Colin, 2006.

BARBOSA, E. G.; SILVA, S. A. B. Cor e sexo no jornalismo: representações das mulheres negras nas páginas de duas revistas femininas. *Revista da ABPN*. v. 1, n. 2, 2010, p. 133-156.

BENVENISTE, E. As relações de tempo no verbo francês. In: BENVENISTE, E. *Problemas de linguística geral*. São Paulo: Ed. Nacional, Ed. Universidade de São Paulo, 1976, p. 260-276.

BENVENISTE, E. O aparelho formal da enunciação. In: BENVENISTE, E. *Problemas de linguística geral II*. Campinas: Pontes, 1989, p. 81-90.

BLANDIN, C. Elle et le travail des femmes. *Sciences de la société*. N. 83, 2011, p. 118-135.

CHARAUDEAU, P. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CORTEZ, S. A representação de pontos de vista em reportagens de revista feminina. In: EME-DIATO, W. (org.) *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso, 2013, p. 293-316.

CUNHA, G. X. A construção de imagens de si no discurso organizacional. In: TOMAZI, M. M.; ROCHA, L. H. P.; POMPEU, J. C. (Orgs.). *Estudos discursivos em diferentes perspectivas: mídia, sociedade e direito*. São Paulo: Terracota Editora, 2016, p. 111-126.

CUNHA, G. X. O papel dos conectores na co-construção de imagens identitárias: o uso do *mas* em debates eleitorais. *ALFA*, v. 61, p. 599-623, 2017.

DIAS, S. M. M. *Imprensa feminina, folhetim e histórias de vida*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003, p. 1-12. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/82582712958835071037170038566568615252.pdf> >.

CUNHA, G. X.; CORRÊA, T. E. A construção de imagens de si como um fenômeno enunciativo: estudo comparativo de depoimentos brasileiro e francês publicados na revista *Marie Claire*

DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.

EMEDIATO, W. Face, imagens de si e posturas enunciativas. In: CUNHA, G. X.; OLIVEIRA, A. L. M. (orgs.) *Múltiplas perspectivas do trabalho de face nos estudos da linguagem*. Belo Horizonte: POSLIN/FALE/UFGM, 2018, p. 71-92.

FERREIRA, B. C. *O jornalismo nas revistas femininas Claudia e Marie Claire: os conceitos de beleza e saúde aplicados ao corpo feminino e ao controle do comportamento da mulher*. 2017. 206f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

GEERS, A. *Le sourire et le tablier: la construction médiatique du féminin dans Marie-Claire de 1937 à nos jours*. 2016. 330f. Tese (Doutorado em História) – Écoles des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris, 2016.

HARVEY, D. *O neoliberalismo: história e implicações*. São Paulo: Loyola, 2008.

HERNANDES, N. *A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. São Paulo: Contexto, 2006.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. *L'énnonciation: de la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand Colin, 1980.

\_\_\_\_\_. *Les interactions verbales*. Paris: Colin, 1992.

MAINGUENEAU, D. A propósito do ethos. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.) *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008a, p. 11-32.

MARCUSCHI, L. A. *Da fala para a escrita: atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez, 2008.

MARIE CLAIRE. “Fui cortadora de cana e hoje minha empresa fatura na casa dos milhões”. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Work/noticia/2017/06/fui-cortadora-de-cana-e-hoje-minha-empresa-fatura-na-casa-dos-milhoes.html>. Acesso em: 02/03/2018.

MARIE CLAIRE. “J’influence des politiciens et des célébrités grâce à mon don”. Disponível em : <https://www.marieclaire.fr/j-influence-des-politiciens-et-des-celebrites-grace-a-mon-don,1136079.asp>. Acesso em: 02/03/2018.

RABATEL, A. *Homo narrans*: por uma abordagem enunciativa e interacionista da narrativa. Volume I: Pontos de vista e lógica da narração: teoria e análise. São Paulo: Cortez, 2016.

\_\_\_\_\_. O papel do enunciador na construção interacional dos pontos de vista. In: EMEDIATO, W. (org.) *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso, 2013, p. 19-66.

\_\_\_\_\_. Analyse énonciative du point de vue, narration et analyse de discours. *Filologia e linguística portuguesa*. n. 9, 2007, p. 345-368.

\_\_\_\_\_. L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques. *Langages*. n. 156, 2004, p. 03-17.

RÉIGNER, F. Exotisme et altérité dans la presse féminine: quelques différences franco-allemandes. *Questions de communication*. N. 8, 2005, p. 339-354.

ROULET, E.; FILLIETTAZ, L.; GROBET, A. *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*. Berne: Lang, 2001.

VION, R. *La communication verbale: analyse des interactions*. Paris: Hachette, 1992.

Recebido em 12/10/2018.

Aprovado em 16/11/2018.