

DISCURSO, PODER E A MORALIDADE (IN)DESEJADA DA CHAPEUZINHO VERMELHO NA MÍDIA

Denize Gabriel Witzel*

Resumo

A partir das formulações da Análise do Discurso de linha francesa, que apontam a relação do sujeito com o controle dos poderes de que trata Michel Foucault, proponho um estudo sobre a (re)produção de subjetividades e de identidades do feminino, focalizando o funcionamento discursivo de peças publicitárias impressas que retomam interdiscursivamente enunciados que se consolidaram nos tradicionais contos de fadas, particularmente no clássico *Chapeuzinho Vermelho*.

Palavras-chave: Contos de Fadas. Publicidade. Análise do Discurso. Identidade do Feminino.

Abstract

On the basis of the formulations of the French Discourse Analysis that indicate the relation of the subject to the control of powers which Michel Foucault deals with, I propose a study on the (re)production of subjectivities and of identities of the feminine, focusing on the discursive functioning of printed advertisement campaigns which resume interdiscursively enunciations which have been consolidated in the traditional fairy tales, particularly, in the classical fairy tale Little Red Riding Hood.

Key words: Fairy Tales. Advertising. Discourse Analysis. Identity of the Feminine.

Introdução

Meu intuito, neste trabalho¹, é dar destaque à (re)produção de subjetividades e de identidades, a partir de uma reflexão sobre o funcionamento discursivo de peças publicitárias impressas que falam não somente de produtos, marcas e ideias, mas também de sujeitos, mais precisamente de sujeitos mulheres. Ancoro-me, fundamentalmente, nas formulações da Análise do Discurso de linha francesa que apontam a relação inescapável da produção dos saberes com o controle dos poderes de que trata Michel Foucault. Mais precisamente, empenho-me em descrever e analisar o entrecruzamento de discursos e os efeitos de sentido daí decorrentes instauradores de jogos de verdade e, ao mesmo tempo, de simulacros do “eu” feminino, interrogando: *quem (o que) são as mulheres* aos olhos da publicidade, sobretudo quando esta retoma clássicos personagens dos contos de fadas?

* Doutora em Linguagem e Língua Portuguesa pela UNESP – FCL. Araraquara- S. P. Profa. do Departamento de Letras da UNICENTRO – Guarapuava- PR. E-mail: denisewitzel@hotmail.com.

¹ Trata-se do resultado obtido em parte da pesquisa realizada durante do doutoramento, financiada pelo CNPQ.

Parto, pois, do princípio de que a publicidade muitas vezes (re)estabelece enunciados consolidados nos tradicionais e muito conhecidos contos de fadas; enunciados que ingressaram na memória pela recitação, permitindo observar, no entremeio, a publicidade não como uma unidade homogênea, mas como um campo discursivo inevitavelmente constituído por dizeres heterogêneos que, desde a noite dos tempos, controlam e normalizam ideais de feminilidade.

Pensando, sobretudo, nas filiações polêmicas dos sentidos convocados por essas discursividades e pensando igualmente na publicidade como uma prática que, no nosso cotidiano, faz circular uma enormidade de discursos feéricos, volto-me analiticamente para as reverberações de enunciados (efetivamente ditos) aceitos em época determinada, com a expectativa de apreendê-los em sua dispersão de acontecimento e em sua singularidade, a partir de um retorno ao arquivo dos contos de fadas.

Concentrar-me-ei particularmente na repetição, entendida aqui como uma retomada numa nova materialidade e num novo tempo/espaço; repetição, na verdade, de discursos que “estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles [...] discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer” (FOUCAULT, 2001, p.22). Isso significa que os considero aqui fundadores de discursividades, na medida em que possibilitam outros discursos por meio de paráfrases, comentários.

Para pensar nas estabilizações e nos deslocamentos de sentidos produzidos nos contos de fadas em relação àqueles produzidos na publicidade, selecionarei particularmente o conto *Chapeuzinho Vermelho*, entendendo-o como matriz de novos efeitos de sentido. Limitar-me-ei a ele por ser, seguramente, um dos mais presentes na publicidade; também, porque, quando requisitado, faz (re)emergirem identidades femininas imediatamente reconhecidas pela força do estereótipo.

Sobre contos de fadas

Muito antes de a infância ter sido inventada no século XVIII, muito antes, também, de os homens se darem conta de que a educação das crianças seria um excelente mecanismo para legitimar saberes e instituir poderes regulamentadores da vida em sociedade, os contos de fadas percorreram longos e emaranhados caminhos, tramando-se interdiscursivamente com os fios dos textos místicos e com os de outros que falam de meninas lindas, obedientes, submissas, frágeis e meigas, além de bruxas astutas e de lobos dominadores. Os novos fios

que surgiram engendraram novos textos, numa intensa dinâmica de (re)produção e subjetivação de sujeitos reais e imaginados.

Os contos eram, no início, destinados a todos da família e tratavam de temas nada infantis. Voltemos à França do *ancien regime*, época em que contar e ouvir histórias era uma prática muito comum nas aldeias de camponeses iletrados. Durante as longas e gélidas noites de inverno, ao redor das lareiras, muitos se encantavam ou se aterrorizavam com as narrativas maravilhosas, repletas de ingredientes “mágicos”. Mais do que um entretenimento, essas histórias funcionavam como um importante meio de construção, transmissão e controle de costumes, valores e aspirações.

Foram, certamente, os primeiros atos simbólicos a partir dos quais pessoas humildes enxergavam na magia um conjunto de possibilidades que lhes permitiam sonhar com a inesperada intervenção de um cavaleiro ou de uma linda princesa, vindos de algum reino distante, aptos a salvá-los da miséria e do sofrimento que os assolavam. Se existem tantos reis, rainhas e princesas nos contos infantis é porque esses personagens habitavam o imaginário de felicidade voltado para o luxo, a riqueza e a opulência daqueles que sofriam os efeitos mais perversos da pobreza e da brutalidade da vida cotidiana. (DARNTON, 1996).

Naquela época, os temas mais comuns dos contos davam visibilidade (e dizibilidade) aos elementos mais cruéis arregimentados por essa pobreza e brutalidade, tais como o estupro, a morte, a violência, o canibalismo e a temível fome. Esta de forma bastante especial, pois o país de Louis XIV, no final do século XVII, vivia uma de suas piores crises de miséria e a fome era, certamente, “o espectro capaz de ceifar a vida dos mais frágeis, mês a mês” (KHEL, 2006, p.16). Tal realidade era discursivizada e narrada por habilidosos contadores de histórias de forma “nua e crua”, segundo expressão de Darnton (1996, p.24). Quer dizer, nas matrizes dos contos tradicionais, encontramos histórias avassaladoras que, mais tarde, precisaram sofrer uma abstração simbólica, ou mesmo uma censura, para que pudessem ser contadas a outra audiência, esta mais elitizada e, sem dúvidas, mais impregnada de escrúpulos, tabus e interditos morais.

Cito alguns exemplos desses contos fundadores, repertoriados por Darnton (1996).

Na versão primitiva da "Bela Adormecida" [...], o Príncipe Encantado, que já é casado, viola a princesa e ela tem vários filhos com ele, sem acordar. As crianças, finalmente, quebram o encantamento, mordendo-a durante a amamentação [...] Num dos primeiros contos do ciclo de Cinderela, a heroína torna-se empregada doméstica, a fim de impedir o pai de forçá-la a se casar com ele. Em outro, a madrasta ruim tenta empurrá-la para dentro de um fogão, mas incinera, por engano, uma das mesquinhas irmãs postiças.

[...] Num conto mais desagradável, "Les trois chiens" ("Os três cães") [...], uma irmã mata seu irmão escondendo grandes pregos no colchão de seu leito conjugal. No conto mais maligno de todos, "Ma mère m'a tué, mon père m'a mangé" ("Minha mãe me matou, meu pai me devorou") uma mãe faz do filho picadinho e o cozinha, preparando uma caçarola à lionesa, que sua filha serve ao pai (DARNTON, 1996, p.24).

Devemos a Charles Perrault, poeta da academia francesa, grande burguês e advogado de prestígio na corte do Rei Sol (Louis XIV), a iniciativa de recolher os contos da tradição oral e de inscrevê-los no mundo oficial da literatura, na França do século XVII. Ao lançar uma pequena coletânea de oito narrativas, dedicada à sobrinha do rei, ele dá o impulso inicial do que depois se tornou a literatura infantil. Os *Contos da Mamãe Gansa*², título da coletânea, apresentaram as personagens mais famosas que há séculos vêm enchendo o imaginário, não somente de beleza, poesia e sonho, mas também de memórias, estereótipos e posições. *O Pequeno Polegar, Chapeuzinho Vermelho, Barba Azul, Gato de Botas, As fadas, Cinderela, A Bela Adormecida e Riquê do Topete* continuam, ainda hoje, encantando e legitimando saberes, além de contribuírem na formatação de contornos identitários.

Já pelos títulos dos contos pode-se observar a predominância de personagens femininas na sua obra. Figuram como protagonistas em quatro e desempenham papel relevante em mais dois. Nesse mundo feminino, a meu ver, ganha especial relevo os saberes construídos em torno da Chapeuzinho Vermelho, protagonista do conto infantil mais disseminado no mundo, segundo Oresteia (2002). Interrogar sobre os saberes, a partir das relações históricas e das condições que possibilitam a apropriação e o (re)estabelecimento dessa personagem em um sem número de peças publicitárias, requer rememorar as formulações origens dessa narrativa, isto é, voltar ao texto da tradição oral inspirador de Charles Perrault, para que fiquem evidentes os vestígios que me levam a considerar esse conto como um discurso normatizador de condutas das mulheres. Trata-se de um conto que coloca no centro das preocupações e no foco dos olhares vigilantes do século XVII o que sujeitos têm de mais íntimo: a sexualidade.

Sexualidade que ao longo da história do corpo da mulher - que é, igualmente, a história de uma dominação reveladora das relações de poder-saber sobre o ser mulher - configurou as marcas da diferenças, determinando-lhe lugares, interditos, liberdades, trabalhos, limites e exclusões.

² O primeiro título era *Histórias ou contos do tempo passado com moralidades*, título que já antecipava a estratégia de poder que movimentava a sociedade daquela época.

Histórias da Chapeuzinho Vermelho

Início recuperando trechos de uma versão pouco conhecida da saga da menina devorada pelo Lobo, mas que, segundo Darnton (1996), está na gênese das demais versões que nos atingem hoje.

(...) Então o lobo seguiu pelo caminho dos alfinetes e chegou primeiro a casa. Matou a avó, despejou seu sangue numa garrafa e cortou sua carne em fatias, colocando tudo numa travessa. Depois, vestiu sua roupa de dormir e ficou deitado na cama, à espera.

Entre, querida.

Olá, vovó. Trouxe para a senhora um pouco de pão e de leite.

Sirva se também de alguma coisa, minha querida. Há carne e vinho na copa.

A menina comeu o que lhe era oferecido e, enquanto o fazia, um gatinho disse: "menina perdida! Comer a carne e beber o sangue de sua avó!"

Então, o lobo disse:

Tire a roupa e deite-se na cama comigo.

Onde ponho meu avental?

Jogue no fogo. Você não vai precisar mais dele.

(...)

- Ah, vovó! Que dentes grandes você tem!

- É para comer melhor você, querida.

E ele a devorou (apud DARNTON, 1996, p.21).

Quando Perrault, em 1697, tomou esse conto para reescrevê-lo no mundo oficial da literatura, tendo em mira crianças (e adultos), ele apagou a parte do canibalismo e os detalhes avaliados como obscenos do *striptease*. Esta adaptação visava a atender às exigências dos gostos da alta sociedade francesa, reunida nos *salons* das *précieuses*. Mais do que isso, atrelada à necessidade de alertar as meninas em relação aos perigos das florestas, realmente frequentadas por lobos, havia uma preocupação de ordem moral. A destemida camponesa da tradição oral agia tal qual uma menina de sua época e de sua classe social, ou seja, considerava de modo natural e isento de interditos e proibições tudo o que dizia respeito ao corpo ou à sexualidade, quando diante de um eventual sedutor, segundo Zipes (2007, p.57). Segue esse historiador dizendo que Perrault transformou a protagonista em uma menina impotente, ingênua e culpada, “para não dizer estúpida”, por se deixar seduzir pelo Lobo, ou melhor, por ela não ter controlado seus desejos naturais.

Relembremos o final da versão de Perrault, sempre com o intuito de recuperar matrizes de sentidos que produzem efeitos de memória.

[...] O lobo, ao vê-la entrar, disse-lhe, escondendo-se na cama debaixo do cobertor:

-Ponha o bolo e o potinho de manteiga em cima do armário e venha deitar-se comigo.

Chapeuzinho tirou a roupa, deitou-se na cama, e ficou muito surpresa ao ver como sua avó era quando estava só com roupas de baixo.
[segue o diálogo bastante conhecido]
- Que dentes grandes você tem vovó!
São para comê-la.
E ao dizer tais palavras, o lobo mau se atirou sobre Chapeuzinho Vermelho e a comeu (PERRAULT, 2004).

Sob a pena dos Grimm, que conheceram o conto francês na Alemanha como parte da diáspora huguenote, a narrativa passa por outro processo de depuração; desapareceram os indícios mais evidentes da eroticidade e o final trágico. Tais retoques, em especial o final feliz, emprestam à narrativa o caráter de contos de fadas.

Em quaisquer versões repete-se o célebre diálogo e, mesmo nas mais bem comportadas adaptações, entrevê-se, embora sutilmente, que entre o Lobo e sua presa não há uma relação restrita à iminente devoração, pois a conversa sempre guarda uma indiscutível coloração erótica. As famosas perguntas e respostas se realizam na cama; atitude que só pode ser tomada como um jogo preliminar de sedução, se observado o fato de que o lobo não devorou a menina com a mesma objetividade que devorou a vovó, assim que entrou em sua casa. “Em vez disso, ele e a menina ficam travando um duelo verbal, totalmente dispensável se Chapeuzinho não passasse de um bocado de carne tenra” (CORSO; CORSO, 2006, p.54).

O conjunto de saberes e de práticas que permitiam falar de canibalismo e *striptease* na primeira versão, foram pouco a pouco substituídos por outros imperativos. Com o fim da Idade Média e o aparecimento da sociedade burguesa, *Chapeuzinho Vermelho* mudou em função do aparecimento e o desenvolvimento da noção de civilidade (ZIPES, 2007) e de sua estreita associação com a moralização dos gestos, dos costumes, dos corpos. A sociedade medieval que falava de uma menina sexualmente seduzida, que come a carne e bebe o sangue da própria avó, dissolve-se; impõem-se, no lugar, os preceitos religiosos que se infiltraram no cerne dos modos de individualização do poder, produzindo outras verdades sobre o sujeito, este que, segundo Foucault (1988), precisou se reconhecer como sujeito moral, mediante práticas modeladoras que incidiam especialmente sobre a sexualidade do indivíduo.

Atenta a essas transformações históricas do conto, fujo aqui de retomar análises encetadas no campo da psicanálise que enxergam, na trajetória da menina ingênua, símbolos reveladores da perda da inocência, das fantasias de sedução, da curiosidade sexual infantil, das superações das relações edípicas etc.

Na esteira de Foucault, importa entender o conto como um documento histórico, ou melhor, como um documento que precisa ser tratado como um monumento, arqueologicamente. E o primeiro passo nesse sentido é lembrar que na França absolutista,

época de Louis XIV e de Perrault, instaurou-se um poder disciplinar bastante rígido, gerando, a partir de estratégias focadas no medo, *corpos obedientes, dóceis e úteis*. No caso específico das mulheres, tais estratégias centravam-se especialmente no seu corpo e na sua sexualidade.

Assim, mediante práticas modelares, Chapeuzinho irrompe como resultado de relações de poder que constroem, destroem e reconstroem, ao longo da história, verdades sobre o sujeito e, conseqüentemente, constroem, destroem e reconstroem identidades de gênero. Daí uma pergunta importante para a sequência deste estudo: O que é poder, para Foucault?

Chapeuzinho Vermelho nas tramas da microfísica do poder disciplinar

É importante lembrar que, na analítica foucaultiana, há um menor interesse pela ideia marxista de luta de classes que parte, *grosso modo*, do princípio de que o aparelho de Estado, conforme postulou Louis Althusser, é uma força soberana e centralizadora do poder, cuja intervenção nas relações sociais se daria ou pela repressão ou pela ideologia, na tentativa de sempre forçar a classe dominada a submeter-se às condições de exploração. Não existe, segundo Foucault, uma única força totalizante como pressupõe o paradigma marxista, determinando todas as relações sociais. O que existe é uma multiplicidade de correlações de forças concomitantes estendidas no tecido social, ainda que haja evidências de que essas forças são controladas e regradas por tecnologias a serviço de uma parte da sociedade.

“O poder está em toda parte” (FOUCAULT, 1988, p.102), circula em todas as instâncias, recobre as instituições e os indivíduos, reproduz-se a cada instante, atinge todos os domínios da vida humana. Está pulverizado na sociedade, atuando em pequenos enfrentamentos, nas microlutas diárias, e seus efeitos atingem “a realidade mais concreta dos indivíduos – o seu corpo, e que se situa ao nível do próprio corpo social, e não acima dele, penetrando na vida cotidiana e por isso podendo ser caracterizado como micro-poder ou subpoder” (MACHADO, 2006, p.168).

Não se possui poder; exerce-se poder, ou seja, por não ser uma propriedade ou uma coisa, ninguém o detém, não é algo que se possa tomar ou dar, ganhar ou perder. Não está localizado em nenhum lugar específico e atinge a todos, passando por entre todos, para uni-los e separá-los ao mesmo tempo, para reuni-los no próprio conflito que os cliva; somente é percebido como um conjunto de relações de força, funcionando em acontecimentos singulares (entre um homem e uma mulher, entre aquele que sabe e aquele que não sabe, entre os pais e as crianças, na família etc.), nos movimentos históricos e na própria história. Nesses campos

de correlações de forças, ele não é transcendente, mas imanente a outros tipos de relação (cognitiva, econômicas, sexuais).

Coexiste necessariamente com pontos de resistências que funcionam como adversidades, alvo, apoio e saliência. São pontos presentes em toda rede de poder, por isso Foucault não aceita a ideia de que há um único lugar de recusa, “alma da revolta, foco de todas as rebeliões, lei pura do revolucionário” (FOUCAULT, 1988, p106). O que há são resistências, no plural.

A problemática do poder adquire, na obra do filósofo, pelo menos três modos de funcionamento não excludentes, na medida em que se interrelacionam: poder soberano, poder disciplinar e o biopoder. Importa, aqui, entender algumas características do poder disciplinar.

Ele se concentra no corpo “como máquina: no seu adestramento, na ampliação de suas aptidões, na extorsão de suas forças, no crescimento paralelo de sua utilidade e docilidade, na sua integração em sistemas de controle eficazes e econômicos” (FOUCAULT, 1988, p.151). Esse mecanismo de poder se materializa nos corpos dos sujeitos individualizados, mediante técnicas de controle asseguradas por procedimentos que caracterizam as “disciplinas: anátomo-política do corpo humano”. São técnicas que desencadeiam ações específicas sobre o corpo, como as que visam a adestrar os gestos, regular os comportamentos, normalizar o prazer, “com o objetivo de separar, comparar, distribuir, avaliar, hierarquizar”, fazendo com que surja “pela primeira vez na história esta figura singular, individualizada – o homem – como produção do poder” (MACHADO, 1979, p.20). Produto, pois, de um intrincado processo de objetivação e de subjetivação.

Tendo em conta que na base de todos os sistemas, funciona um pequeno mecanismo penal, apto a qualificar e a reprimir “um conjunto de comportamentos que escapava aos grandes sistemas de castigo por sua relativa indiferença” (FOUCAULT, 2005, p.149), em suas especificidades punitivas, a disciplina opera mediante um sistema duplo: gratificação-sanção.

É nessa linha de raciocínio que *Chapeuzinho Vermelho* pode ser considerada um procedimento da microfísica do poder, na medida em que joga exatamente com a eficiente relação gratificação-sanção. Em que pesem as diferentes versões consagradas à menina que se deixa levar pela “lábria lupina” (CORSO; CORSO, 2006, p.53), todas preservam um eixo de vigilância e punição o que nos permite tomá-lo como um conto de advertência, forjado nas tramas da microfísica do poder disciplinar.

Brotam dessa narrativa sentidos que sugerem uma vigilância orientada para a pregação da moral sobre o comportamento das meninas-mulheres; particularmente sobre seus instintos

naturais e sexuais, advertindo que, se agirem como Chapeuzinho Vermelho, elas podem ser devoradas pela sua própria “sexualidade que é como um lobo faminto” (ZIPES, 2007, p.48), irracional e incontrolável.

Sempre tendo muito claro que há uma relação indissociável entre discurso, sujeito e história, nota-se uma ênfase, no conto, com relação ao perigo de ser mulher. Na interdiscursividade, ressoam discursos ecoados na longa duração da História das Mulheres que argumentam que “toda mulher em liberdade é um perigo, e ao mesmo tempo, está em perigo, um legitimando o outro. Se algo de mau lhe acontece, ela está recebendo apenas aquilo que merece” (PERROT, 2005, p.447). Ou seja, Chapeuzinho infringiu a lei moral; mereceu a sanção.

Enfim, disciplinar os atos, traçar diretrizes para controlar os desejos e os comportamentos sexuais são, portanto, o alvo daquele discurso que se espalhou por toda parte e transformou-se em uma fonte inesgotável de inspiração para as publicidades que nos atingem atualmente.

Chapeuzinho em outras tramas

As peças publicitárias reproduzidas na seqüência são exemplares para pensarmos a Chapeuzinho como um contra discurso que parece querer perturbar ou mesmo apagar aqueles discursos que instauraram uma biopolítica das relações entre os sexos, ou melhor, uma ‘sexualização’ do gênero. Discursos que, agora, estabelecem uma nova relação entre poder e corpo, produzindo conseqüentemente novos processos de subjetivação.



Figura 1: Peça publicitária de cosméticos³

³ Fonte: Revista *Veja*, maio, 2005.



Figura 2: Peça Publicitária de bebida⁴

Os sentidos sobre a docilidade da mulher, fundados no regime do poder disciplinar (FOUCAULT, 2005), deslizam para outras regiões; integram-se a outras redes de formulações, provocam outros trajetos; enfim, polemizam com o texto fonte de modo a agregar outros feixes desencadeadores de novos sentidos.

As duas peças jogam com o enunciado **Ponha o lobo mau na coleira**, quer no plano visual quer no verbal, ao mesmo tempo em que apresentam mulheres usando um capuz vermelho, capuz que rememora, incontornavelmente, o enunciado **Chapeuzinho Vermelho**, ícone da história que o justifica. Na figura 1, o destaque está no rosto da Chapeuzinho, belo e jovem; a franja do cabelo loiro cai parcialmente sobre a testa, deixando apenas um olho à mostra. Na figura 2, ela está num cenário mais lúdico: uma praia em que há uma lareira acesa e raios cortando o céu escuro. Ela, a Chapeuzinho, é igualmente bela e jovem, mas o destaque recai sobre a perna à mostra. O lobo, por sua vez, já está na coleira, dominado, reagindo ferozmente contra algo que parece surgir como ameaça. Ambas as produções sugerem uma mulher insinuante, sensual e provocante, capaz de melhor seduzir por conta do uso ou do consumo do produto anunciado.

Em ambas, a recuperação dos sentidos do texto fundante é imediata, assim como o acesso à discursividade que, interdiscursiva e intericonicamente, subverte tais sentidos. Subversão que não implica apagamento, pois, na tensão polêmica, os sentidos tradicionais e os novos coexistem, entrelaçam-se. Assim, nesses nós discursivos, é preciso recuperar as configurações que levam à advertência e à catequese que recaem sobre a Chapeuzinho, na anterioridade, e sobre todas as demais meninas a quem o texto se dirige. Em um movimento

⁴ Esta peça publicitária faz parte de um calendário produzido pela Campari, em 2008, em que a atriz Americana, Eva Mendes, encarna várias personagens dos contos de fadas. Fonte: <<http://www.revistaquem.globo.com>>. Acesso em 04/04/2008

de análise, enxergamos a ingenuidade e a bondade conduzindo a menina à morte (ou à quase morte); em outro movimento, complementarmente, enxergamos a ignorância e a ‘vontade de saber’ definindo seu final. É essa posição de sujeito vítima da potência viril do lobo, marcada pela penalidade, que autoriza a compreensão de que há um prevalecimento do sujeito masculino, em aberta consonância com os jogos de verdade que definiram, desde os primórdios, a tradicional dissimetria na relação entre os sexos e instauraram os códigos de sociabilidade daquela época.

Códigos, por exemplo, que, ao estabelecerem regras de condutas estabeleciam que o corpo das mulheres não lhes pertencia, podendo ficar à disposição de lobos que dele quisessem usufruir. Na família, o corpo pertence ao marido que deve “possuí-lo [...] mais tarde, a seus filhos, que as absorve, inteiramente. Na sociedade, pertence ao Senhor”, esclarece Perrot (2005, p.447). Ela ainda pontua os casos das escravas que deveriam ficar à disposição de seus donos, além dos casos bárbaros de primazia da primeira noite, em que os senhores feudais tinham direito sobre a virgindade das servas. Enfim, toda essa história sobre o corpo subjugado das mulheres se entrelaça e se emaranha com as verdades que demoraram a assimilar valores religiosos e progressos de civilidade. Voltando à Chapeuzinho, veem-se ali resquícios dessa lentidão, se observado o fato de que a virilidade do lobo repousa sobre a “representação de um desejo masculino, natural, irrefreável, que necessita de um exutório” (p.448).

Vejam, portanto, como a publicidade subverte e desloca tal posicionamento. Deslocamento e subversão que são, sem dúvidas, efeitos da transformação histórica de um sujeito dócil, resguardado no espaço doméstico, reprimido e, não raro, punido (até mesmo com a morte), para um sujeito destemido, confiante, capaz de dominar, transformando lobos selvagens em indefesos animais de estimação.

Ressalto que essa transformação aciona um arquivo a partir do qual saberes foram compondo e alterando as identidades do feminino ao longo da história, e são os ecos desses saberes que produzem as seguintes oposições, observadas nas diferenças entre Chapeuzinho de Perrault e a da publicidade. Submissa, frágil, seduzida, portadora de uma beleza pueril e natural, caracterizam a primeira; liberada, forte, sedutora, portadora de uma beleza madura e produzida, caracterizam a segunda. Ambas, porém, convivem necessariamente com lobos maus, antes dominadores, agora, dominados.

Mais emancipada em seu corpo e suas aspirações, as novas chapeuzinhos vão ao encontro do processo de desmistificação de um corpo feito não para o prazer, mas para a maternidade, devendo ser resguardado, vigiado e punido. As inversões dos papéis sociais que

a publicidade (re)produz, estão calcadas nas profundas mudanças culturais dos últimos tempos que subverteram a puritana e platônica suspeição do corpo, impulsionadas pela “revolução sexual e a ‘permissividade’ em geral, o capitalismo consumista, as críticas acumuladas, tanto pela ‘contracultura’ dos anos 60, quanto pelo feminismo dos 70” (PORTER, 1992. p.293).

Quando a publicidade propõe a inversão dos papéis sociais tão valorizados e perseguidos desde a noite dos tempos, ela - mais do que espelhar as mulheres que já se soltaram dos grilhões da submissão, mais do que reverberar os discursos que apregoam a igualdade entre os sexos - ela, a publicidade, coloca em cena uma nova hierarquização dos sexos, dando a ver o homem subordinado, assujeitado e comandado sob o jugo de um poder feminino.

Essa inversão de papéis e de significados vai ao encontro de uma poderosa estratégia de sedução do texto publicitário: o humor. O riso é deflagrado por meio dos mecanismos que instauram o diferente e polemizam o discurso da submissão, da obediência. Para fechar, vale indagar se alguém sentiria pena do lobo. Ao contrário, fica a impressão de essa inversão desperta na consumidora um prazer de vingança.

Considerações finais

A partir da tematização da Chapeuzinho na estruturação das materialidades, ocorre um movimento discursivo regular que situa as formulações novas, atuais perante uma mesma anterioridade. Repetem-se e deslocam-se, pois, as verdades antigas sobre a sexualidade que dominaram na longa história das mulheres os discursos sobre o corpo feminino; reiteram-se e transformam-se os tradicionais fundamentos da identidade e da história das mulheres. São discursos que apontam para uma posição sujeito na qual a mulher ainda é identificada, como já havia assinalado Foucault (1979), com o seu sexo, sexo esse que a absorve e a impregna completamente.

Entendendo que a publicidade é uma prática discursiva prescritiva que se liga inevitavelmente a uma memória histórica e coletiva, observou-se que quando retoma/recita discursos que se consolidaram nos tradicionais contos de fadas, ela provoca atualizações e deslocamentos de enunciados que remetem aos saberes históricos tomados em certo momento e em certo lugar como saberes verdadeiros sobre o que é ser mulher.

Insistentemente (re)estabelecida em peças publicitárias, Chapeuzinho Vermelho, porque se deixa seduzir pelo Lobo e acaba devorada, incita um retorno ao arquivo, ao sistema geral

de formação e transformação daqueles enunciados; um retorno, pois, a discursos esquecidos, apagados, absorvidos na memória, como se não tivessem ocorrido, porque não mais nos pertencem. Contudo, eles são recuperáveis pela análise, possibilitando a descrição das filiações dos sentidos e das condições históricas de sua existência. Discursos, enfim, que nos dão acesso à singularidade de um mundo feminino forjado nas tramas da microfísica do poder, constituída por interditos, sanções, vigilância e punição, tudo isso presidindo condutas e reconstruindo velhas identidades.

As peças analisadas, junto com as memórias que trazem, recitam enunciados que se colocam em contato e em confronto com outras formulações enunciativas, dando relevo aos desdobramentos das batalhas sociais que contribuíram, ontem, e contribuem, hoje, para o desenho nunca completo dos contornos identitários do sujeito mulher. Na atualidade das peças, a moralidade (in)desejada em outros tempos, é reinventada nos tempos de agora.

Referências

- CORSO, D. L.; CORSO, M. *Fadas no divã: psicanálise nas histórias infantis*. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DARNTON, R. *O grande massacre dos gatos (e outros episódios da História cultural francesa)*. Rio de Janeiro: Graal, 1996.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- _____. *História da Sexualidade I: a vontade de Saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2001a.
- _____. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- KEHL, M. R. A criança e seus narradores. In: CORSO, D. L.; CORSO, M. *Fadas no divã: psicanálise nas histórias infantis*. Porto Alegre: Artmed, 2006. p.15-19.
- MACHADO, R. *Foucault, a ciência e o saber*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- ORENSTEIN, C. *Little red riding hood uncloaked: sex, morality and the evolution of a fairy tale*. New York: Basic books, 2002
- PERRAULT, C. *Histórias ou Contos de Outrora*. SP: Landy, 2004.
- PERROT, M. **As mulheres ou os silêncios da história**. Bauru-SP: EDUSC, 2005.
- PORTER, R. História do corpo. In: BURKE, P.(Org.). **A Escrita da História: perspectivas**. São Paulo: EdUSP, 1992.
- ZIPES, J. **Les contes de fées et l'art de la subversion**. Paris: Payot, 2007