

“PARA ELES E PARA ELAS”: EMOÇÃO, CORPO E IMAGENS DE SI NA CAPA DA REVISTA *SEXY*

Luana Ferreira de SOUZA
Universidade Federal de Minas Gerais
luanafesouza@gmail.com

RESUMO: Neste trabalho, busco refletir sobre as noções corpo, emoção e imagens de si, visando articular essas categorias, pautando-me na Análise do Discurso francesa em sua relação com outras disciplinas. Para esse empreendimento, recorro às capas das revistas direcionadas ao público masculino. Mais especificamente, as capas da revista *Sexy* do período de fevereiro a junho de 2011. Na análise, embora coloque em diálogo as outras capas, detenho-me a capa da revista que traz a Diana Balsini, ex-BBB 11, visto que esta apresenta um funcionamento discursivo característico. Nela, além de ser declaradamente destinada também ao público feminino, o corpo da mulher, objeto de desejo e fetiche para os homens e, nesse caso, também para as mulheres, é o corpo proibido a ser desvendado.

PALAVRAS-CHAVE: Emoção. Corpo. Imagens de si. Revistas femininas.

1. APRESENTAÇÃO

As capas das revistas direcionadas ao público (dito) masculino seduzem, sobretudo, pela “exuberância” dos corpos das mulheres que estampam suas capas. Esses corpos, sem dúvidas, são “tecnologizados”, moldados, esculpidos e idealizados, mas, não é possível deixar de compreendê-los como corpos sociais, culturalmente construídos e que representam a “imagem” da sociedade. Desse modo, assim como as capas das revistas direcionadas ao público feminino, as capas das revistas “masculinas” funcionam como um campo discursivo, constituído por discursos heterogêneos sobre como mulheres e homens se constituem como sujeito moral na sociedade, como bem pontuou Fonseca-Silva (2003).

É o funcionamento discursivo desse campo que servirá de base para as discussões que empreendo neste trabalho. Nesse sentido, compreender o funcionamento discursivo é também compreender a maneira como o sujeito, de corpo inteiro, nele se constitui (cf. LE BRETON, 2010). Corroboro, então, com o antropólogo Le Breton (2010, p. 42), ao afirmar que “o corpo não é o primo pobre da língua, mas seu parceiro homogêneo na permanente circulação de sentido, a qual consiste na própria razão de ser do vínculo social. Nenhuma palavra existe independentemente da corporeidade que a envolve e lhe confere substância”.

Refletir sobre a constituição do corpo no discurso levou-me a debruçar o olhar sobre o funcionamento discursivo da nudez feminina em revistas direcionadas ao público

masculino. Mais especificamente, sobre o corpo feminino construído nas capas das revistas impressas, observando essa corporeidade em sua articulação com a afetividade e a construção das imagens discursivas. Em outras palavras, o modo pelo qual o corpo é construído, permite analisar também o modo pelo qual o sujeito se constitui e constroem as imagens de si, bem como o suscitar e o expressar emoção no discurso.

As revistas, nesse sentido, devem ser compreendidas como materializações discursivas. São elas também as responsáveis por formar gostos, opiniões, padrões de consumo e conduta, servindo como guias de ações e conselheiras para todos os assuntos (cf. BASSANEZI, 1996). Sendo assim, as revistas são também “espaços onde as relações sociais, com sua distribuição de poder, se estabelecem, são produzidas, reforçadas e reproduzidas” (BASSANEZI, 1996, p.15).

Para empreendimento deste trabalho, recorro às capas da revista *Sexy*, publicadas de fevereiro a junho de 2011, a fim de observar a maneira como o corpo feminino é socialmente construído, bem como o modo pelo qual a afetividade e as imagens são constituídas e construídas pelo funcionamento discursivo dessas capas. Sem esquecer, entretanto, a importância que os estereótipos sociais desempenham nessa cena enunciativa.

2. EMOÇÃO, CORPO E IMAGENS DE SI: PERSPECTIVAS BASILARES

A perspectiva que adoto para compreender a corporeidade feminina nas capas das revistas *Sexy*, em sua articulação com a emoção e da construção das imagens de si, pode ser associada a uma sociologia do corpo na qual a construção corporal é determinada pelo contexto social e cultural em que os sujeitos linguageiros se inserem, e é tido como “objeto de representações e imaginários” (cf. LE BRETON, 2010, p.7).

O corpo, nessa perspectiva, é produtor de efeitos de sentidos e marca a época e o lugar de inscrição dos sujeitos. Ele é moldado e estruturado conforme as exigências dos padrões socialmente definidos. É, então, um produto cultural, histórico e social que se fragmentou e se recompôs (DEL PRIORE, 2000) ao longo da história. Em específico, o corpo feminino foi o que mais sofreu modificações ao longo dos séculos, abrindo brechas para a erotização do corpo da mulher, bem como da sua nudez.

A nudez feminina se constitui, como alvo do fetiche masculino, no âmbito da vida pública, no século XX. E, conforme aponta Del Priore (2011), são as revistas responsáveis por essa construção que, associada à invenção da *lingerie*, construiu o corpo feminino como “um objeto estético, fonte de desejo e contemplação”. Dessa maneira, o corpo nu da mulher que

estampam as capas das revistas masculinas são produtos de circunstâncias sociais e manipulado conforme as exigências de cada época. Ele é construído, inicialmente, para o consumo masculino e segue os ritos sociais adequados.

Essas considerações implicam ainda na construção da imagem da mulher que é construída nessas capas, bem como na expressão da emoção que esse corpo evoca. Por meio da corporeidade, e não somente dela, se expressa emoção. A construção corpórea ajuda ainda na construção das imagens de si.

2.1 As emoções no discurso

Os sujeitos languageiros estão afetivamente presentes no mundo (cf. LE BRETON, 2009). O que permite compreender que em todas as atividades sócio-linguageiras a afetividade está intrínseca a ela e mesmo nas decisões mais racionadas a afetividade está presente. A perspectiva de Le Breton (2009) se inscreve em um viés antropológico da emoção a qual permite refletir sobre o caráter socialmente construído dos estados afetivos.

Esse aspecto antropológico, com a qual é interessante dialogar para pensar a questão das emoções nas práticas sócio-linguageiras, permite considerar que as emoções são aprendidas e apreendidas no domínio social. Dessa maneira, a expressão, bem como a interpretação de uma emoção, está associada ao modo como a sociedade constrói, historicamente, as circunstâncias morais pela qual os sujeitos devem ser afetados, bem como o modo pelo qual o sujeito comunicante avalia o acontecimento. Interessante observar o que o autor aponta sobre a expressão social das emoções. Le Breton (2009, p. 127-128) assevera que:

No seio do mesmo grupo, um repertório de sentimentos e de condutas é tido por apropriado a uma situação em função do *status* social, da idade e o sexo daqueles que são afetivamente atingidos, bem como de seu público. Uma cultura afetiva está socialmente em construção. Cada um impõe sua coloração pessoal ao papel que representa, com sinceridade ou distância, embora sempre reste uma tela de fundo que torna as atitudes reconhecíveis. [...] Indicações comportamentais ou ritualísticas marcam a forma e a duração da emoção, sua intensidade, suas expressões orais, suas mímicas e gestos de acordo com as situações e os públicos.

Essas considerações permitem refletir a maneira pela qual a emoção se apresenta no repertório de dadas culturas, delimitando o modo como os sujeitos expressam e interpretam as emoções no seio da sociedade da qual participa, bem como permite entender que o

comportamento afetivo dos sujeitos deve ser delimitado socialmente, motivado por uma expectativa dentro de determinadas situações e de acordo com o público.

Por outro viés, é preciso apontar que, para a Análise do Discurso, a emoção se mostra no discurso como efeitos possíveis (CHARAUDEAU, 2007). Pensar a emoção como os efeitos possíveis de sentido requer tomá-la como um modo significante da enunciação. A AD, desse modo, deve se ocupar em estudar o processo discursivo pelo qual a emoção pode ser estabelecida, tratando-a “como um *efeito visado*, sem nunca ter garantia do *efeito produzido*” (CHARAUDEAU, 2010, p. 34). Corroboro, inicialmente, com essa perspectiva, deixando de lado, ao menos para esse trabalho, a contribuição dos estudos cognitivos sobre a questão da emoção.

Esse processo discursivo pelo qual a emoção pode ser estabelecida deve ser compreendido aqui por meio do modo pelo qual a emoção é suscitada pelos sujeitos participantes da enunciação, bem como no que diz respeito à orientação de um discurso na expressão de um afeto, seguindo a perspectiva de Plantin (2010). Nesse sentido, a AD pode se ocupar não apenas da emoção suscitada no sujeito interpretante pelo discurso do sujeito enunciador como também da expressão de um afeto ao se valer de estratégias discursivas para argumentar a emoção, seja por meio das escolhas lexicais, da escolha de verbos que selecionam uma emoção ou mesmo na escolha de enunciados, se não emocionados, que são orientados em direção a uma emoção.

A materialidade linguística do discurso, bem como a construção da corporeidade, deixa marcas, traços, rastros que determina a orientação de um discurso em direção a expressão de um afeto. É preciso, nesse aspecto, compreender que existe uma estruturação do emocional na língua cuja materialização pode ser observada nos modos de organização do discurso (cf. PLANTIN, 2003). O caráter linguístico, para pensar as emoções, objetiva, sobretudo, observar as estratégias do sujeito enunciante ao construir seu projeto de fala na ordem do emocional.

Nesse sentido, é importante deixar claro que um termo linguístico que exprime um afeto não é categorizado como tal apenas por pertencer ao campo semântico da emoção. É possível, então, ter um enunciado de emoção sem necessariamente conter nele marcas explícitas de caráter emotivo. O funcionamento discursivo do enunciado permitirá atribuir, na enunciação, sentidos afetivos ou mesmo enunciados que suscitem emoção no outro, como pontuou Plantin (2010).

Esse posicionamento tem sido muito frutífero e, sem dúvidas, é um norte palpável para se pensar essa noção. Essa perspectiva nos permite compreender a emoção como um

efeito de sentido que mobiliza saberes de crenças, determinadas pela inscrição dos sujeitos nas práticas sociais, resultados de uma historicidade que constrói as relações sociais. Desse modo, as emoções, assim como a construção de imagens de si, estão ligadas a saberes de crença.

2.2 A construção das imagens de si no discurso

No que tange ao estudo das imagens de si no discurso, equivalente a noção de *ethos*, compreendo, seguindo a perspectiva de Amossy (2005), que, ao tomar a palavra, o enunciador constrói determinadas imagens de si em concorrência com outras. Ainda seguindo esse direcionamento, o estilo de uma pessoa, suas competências lingüísticas, bem como suas crenças implícitas no discurso é suficientemente capaz de construir a representação de uma pessoa.

Desse modo, o estudo discursivo das imagens de si permite a compreensão de como as construções imagéticas estão intimamente relacionadas ao exercício da palavra, ao modo como o sujeito da enunciação constrói o seu discurso, não apenas pelo modo como ele diz ser, como também pela forma como ele se mostra a partir da maneira como se exprime.

Nesse sentido, no momento em que enuncia, o sujeito da enunciação, por meio dos modos de se exprimir, cria determinadas imagens de si. Embora seja possível afirmar que o sujeito possua uma intenção ao enunciar de determinada maneira e não outra para alcançar determinados fins, não é o que ele quis dizer que vai ser passível de análise e sim os efeitos de sentidos gerados a partir do que foi enunciado.

Parto, assim, da assertiva de que “a maneira de dizer induz a uma imagem que facilita, ou mesmo condiciona a boa realização do projeto” de fala, como bem pontuou Amossy (2005, p. 9), em outras palavras, é através dos modos de dizer do enunciador que se pode atribuí-lo uma determinada imagem ao invés de outra, em determinada instância enunciativa.

Numa perspectiva corpórea, o *ethos* se constitui como lugar de reflexão sobre a simbólica do corpo. E está diretamente associado ao modo pelo qual, na enunciação, se estabelece a relação entre corpo e discurso, não apenas o corpo enquanto imagem, mas, também, o corpo subjetivo que emerge da voz dos textos escritos¹.

Gostaria de apontar ou reforçar ainda é que a relação do patêmico com as imagens (ou das emoções com as imagens) é totalmente fluída e que se relacionam e dialogam em um

¹ Para melhor compreensão dessa noção, ver os títulos de Maingueneau em “Imagens de si no discurso” (2005) e “Cenas da Enunciação”(2006).

sentido transversal. No momento em que o sujeito comunicante toma a palavra, instaurando um processo enunciativo e se constituindo como sujeito enunciante, ele, ao mesmo tempo em que se vale de uma memória discursivo-emocional para a expressão e o suscitar das emoções, constrói as imagens de si.

3. “PARA ELES E PARA ELAS”: O CASO DA REVISTA SEXY

A *Sexy* é conhecida pela nudez feminina que estampa a capa e o conteúdo da revista, como também como sendo dedicadas ao público masculino. Ela pertence ao gênero, inaugurado no Brasil, pela *Playboy*, em 1975, conhecido como pornô *soft* que se caracteriza por apresentar ensaios fotográficos, considerados artísticos, de corpos nus, fato que consolidou as revistas como erótico-pornôs, conforme aponta Fonseca-Silva (2003).

Essa tensão entre o pornô e o erótico é regulada nas práticas sociais. Tanto a pornografia quanto o erotismo são modos mais ou menos estabilizados de representação das relações sexuais, ou das relações da sexualidade, presentes no imaginário discursivo dos sujeitos. Essas duas representações são regularmente contraposta, em uma sociedade, na qual há uma valorização do erótico e uma “condenação” do pornográfico (cf. MAINGUENEAU, 2010).

A ruptura entre essas representações se dá, sobretudo, nas convenções sociais. O erotismo, nas palavras de Maingueneau (2010, p. 32), é um modo de representar a sexualidade “compatível, dentro de certos limites, com os valores reivindicados pela sociedade e dado que ele constitui uma espécie de solução do compromisso entre a repulsão das pulsões imposta pelo vínculo social e sua livre expressão”. Ao contrário, o pornográfico “não mascara suas tendências sexuais agressivas”, conforme aponta o autor.

É nessa tensão que as revistas destinadas ao público masculino se constituem e se consolidam não somente pornográficas, mas também não apenas eróticas. Elas se constituem nessa linha tênue que, em muitas discursivizações, é impossível se diferenciar. No que tange a revista *Sexy*, é possível observar que, no conteúdo das revistas, o nu feminino fica nessa fronteira entre o erótico-pornô, diferente de suas capas que, embora estampem os corpos nus, o que é característico do gênero, há algo, desse corpo feminino, que não pode ser mostrado.

No período analisado, o que se observar, conforme fig1, é que há uma predileção pela exibição do “bumbum” das mulheres (observem os meses fev., mar. e mai.). Recorrendo ao que figura no imaginário brasileiro masculino, há a corrente discussão da preferência dos homens por essa parte do corpo da mulher (cf. GOLDENBERG, 2006). Além de serem as

brasileiras, no que tange ao senso comum, as que possuem “as melhores curvas” que atingem tal sucesso.

Sobre a constituição da revista *Sexy*, as capas apresentam os corpos nus ou seminus de mulheres que, de algum modo, pertencem à cena midiática. Em todas as edições analisadas, na capa têm-se como padrão o nome da revista, toda em caixa alta, no topo da página, antecedendo o nome da revista tem o seguinte enunciado “mulher bonita é aqui!”.

O estilo da letra utilizado na escrita do nome da revista mantém-se o mesmo durante as publicações, mudando apenas as cores a cada edição. Os enunciados que aparecem como chamadas na capa, a cada edição das revistas, vêm do lado esquerdo e/ou direito ou mesmo embaixo. Os enunciados de chamada para o conteúdo da revista giram em torno dos temas mulheres, sexo, beleza, moda, bebidas, viagens, esporte, laser, cultura, entre outros.



Figura 1 – As capas da revista *Sexy* entre os meses de janeiro a junho de 2011

Gostaria de me deter aqui, sobre o funcionamento discursivo da capa da revista *Sexy* de junho de 2011, estampada pela ex bbb Diana Balsini, visto que essa capa discursiviza a nudez de modo característico. Antes de me deter especificamente a essa capa, é preciso compreender a construção das imagens da “gata mais polêmica do bbb11”: a Diana.

A Diana ficou conhecida após integrar o *reality show*, BBB11, na TV Globo. Carioca, 28 anos, foi uma das últimas eliminadas do programa e ficou conhecida, conforme

entrevista concedida ao site *O Fuxico* (2011)² e à revista virtual *Paparazzo* (2011)³, como “observadora, durona, misteriosa e fria”. Assumidamente, bissexual, embora tenha deixado claro sua preferência por mulheres, ela ficou conhecida também pelo seu jeito polêmico, sendo considerada uma das preferidas da edição.

No que tange a capa da revista, estampada pela ex-bbb, tem-se como chamada para a capa, o seguinte enunciado: “para eles e para elas, Diana Balsini, a nudez da gata mais polêmica do BBB11”. A primeira vista, a afirmativa de que essas publicações são direcionadas ao público masculino parece indiscutível. No entanto, há uma ressignificação da imagem dos consumidores de tais revistas.

Detendo-me ao enunciado “para eles e para elas”, retomo a discussão, mencionada sobre o direcionamento dessas revistas. O fato de esta revista especifica ser direcionada também ao público feminino desloca do esperado, que seria uma revista para ser consumida por homens. Esse deslocamento é significado à medida que é associada à própria sexualidade da Diana Balsini. Em um discurso marcado pela heterossexualidade compulsória, esse direcionamento significa para o funcionamento dessa capa, visto que marca o público feminino como consumidoras dessas publicações.

Nesse contexto, esse enunciado constrói a imagem da revista e do público da revista, visto que o sujeito enunciativo se vale da imagem de bissexual, inscrevendo essa revista numa dupla teia de significações: a da heterossexualidade masculina e a da homossexualidade feminina. A construção dessa imagem legitima o dizer da revista quanto ao direcionamento da publicação.

Essa cena enunciativa, embora preserve os aspectos da sensualidade, característico do discurso erótico, recorre ao imaginário da meiguice e de uma sensualidade angelical, em contraposição ao erótico-pornô. Vale ressaltar que, embora não tenha trazido ao escopo da análise, as fotos das páginas da revista, há a recorrência ao lúdico na composição da sensualidade.

Nessas fotos, a construção da nudez se constrói por meio de elementos que figuram no imaginário juvenil, da “meninice”. Há, então, fotos que a apresentam andando seminua em uma bicicleta rosa, em outro momento, sentada de patins olhando para baixo (como menção de quem está olhando a vagina), com uma bala na boca, falando ao telefone em formato de banana, com a boca suja de leite condensado e brincando em um parque de diversões. Mesmo nas fotos em que ela aparece completamente nua, há elementos que remete ao universo do

² <http://ofuxico.terra.com.br/>

³ <http://www.youtube.com/watch?v=pv9MurMggh4>

lúdico, de uma nudez comedida. Isso fica evidente no jogo que, chamo aqui, de “esconde e mostra” no qual o corpo feminino não estampa o nu “escancarado”, característico tanto das outras edições do período quanto deste gênero.

A posição do corpo na capa da revista representa o que está a ser revelado. As pernas cruzadas, seguras pelas mãos da modelo, emerge a imagem de um corpo proibido, um corpo a ser decifrado que, mesmo consentido, expressa a emoção de vergonha. Como aponta Le Breton, “os sentimentos ou emoções fundamentam-se, então, sobre uma concepção social do bem e do mal, do lícito e do ilícito”. Esse corpo “envergonhado”, a ser desvendado, exerce a função de construir uma imagem positiva de si no discurso erótico.

Além disso, a construção imagética do corpo esconde completamente as partes da sexualidade e da fertilidade feminina, a saber: os seios, a bunda, a vagina e o ventre. Em contraposição as outras fotos, nas quais há uma exposição da bunda e a erotização das outras partes. A construção corpórea dessa capa está associada também à imagem da bissexualidade. Ao mesmo tempo em que em um corpo a ser consumido por homens, é também para ser consumido por mulheres.

A construção da face da modelo também é significativa. O olhar de canto, com um entre sorriso e a marcação acentuada das bochechas foi devidamente construído, assim como a construção corporal, em decorrência do olhar do sujeito interpretante. É o olhar do outro que constrói socialmente a face e o corpo. A face da modelo lisa de expressão revela ainda a imagem da mulher a ser desvendada.

A cor rosa vibrante, utilizada no título da revista e no nome da modelo da capa, associado à construção do corpo, do gesto e do ar “angelical” do rosto da modelo, retoma no interdiscurso o estereótipo do rosa como representante do meigo e da feminilidade que, por sua vez, instaura a imagem da meiguice.

A afetividade, nessa cena, é materializada linguisticamente pelo uso do adjetivo “polêmica”, que inscreve a construção da imagem da mulher. Essa afetividade simboliza, como apontou Le Breton (2010), o clima moral que envolve em permanência a relação do indivíduo com o mundo e a ressonância íntima das coisas e dos acontecimentos que a vida cotidiana oferece. Nesse sentido, “ser polêmica”, além de estar associada à imagem do enunciador, como aquele que gosta de abordar assuntos tidos como polêmicos, desestabilizar uma discussão ou mesmo que gosta de causar ou provocar efeito no outro, orienta o discurso a suscitar emoção no outro, visto que uma pessoa polêmica pode suscitar no outro a emoção da raiva, da satisfação por exemplo. Além disso, a própria construção do corpo na capa,

associada ao tom do enunciado e à construção da imagem de si, orienta o discurso para a emoção do desejo.

5. ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES

Debruçando o olhar sobre a *Sexy*, foi possível observar a maneira pela qual as emoções auxiliam na construção da imagem sobre a mulher, observando a quais esferas essas imagens estão associadas, ao mesmo tempo em que descortina a imagem construída do sujeito enunciante por meio de operações linguístico-discursivas.

O que permite acreditar que a construção corporal, aliada à dimensão da emoção e das imagens pode desencadear, por meio dos imaginários sócio-discursivos, determinados tipos de comportamentos que a mulher deve possuir para ser o objeto de desejo masculino. Fato este que é preponderante para a construção das imagens sobre a mulher que circulam no seio social que, por sua vez, é um viés para pensar na constituição da posição da mulher e do seu corpo na sociedade contemporânea.

As emoções e as imagens que permeiam o discurso midiático respondem a uma ação do sujeito enunciante, relacionada com o modo de se apresentar e de se representar, engloba a maneira de se vestir, de se pentear, de se maquiar, de cuidar do corpo e são fundamentados em estereótipos sociais que fundam o modo como os sujeitos sociais se constituem discursivamente.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth (org.). Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: _____. **Imagens de si no discurso**. Tradução de Sírio Possenti *et al.* São Paulo: Contexto, 2005.
- BASSANEZI, Carla. **Virando as páginas, revendo as mulheres**: revistas femininas e relações de homem-mulher 1945 – 1964. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e Discurso político. In: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, Willian; MENDES, Emília (org). **As emoções no discurso**. v1. Lucerna: Rio de Janeiro, 2007.
- _____. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emilia e MACHADO, Ida Lúcia. **As emoções no discurso**. Vol II. São Paulo: Mercado das letras, 2010.
- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- _____. **Histórias íntimas**: sexualidade e erotismo na história do Brasil. São Paulo: Editora Planeta, 2011.

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. **O discurso do cuidado de si e sexualidade em Claudia, Nova e Playboy**. 2003. 342f. [Tese] Doutorado em Linguística – Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP.

GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira. In: **Revista Eletrônica da Escola de Educação Física e Desporto da UFRJ**. vol 2. n 2. Jul/dez 2006. Disponível em: <http://b200.nce.ufrj.br/~revista/artigos/v2n2/artigo09_v2n2.pdf>. Acesso em 10 jan 2011.

LE BRETON, David. **As paixões ordinárias**: antropologia das emoções. Editora Vozes: RJ, 2009.

_____. **A sociologia do corpo**. Tradução de Sonia Maria Fuhrmann. 4 ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010 [1992].

PLANTIN, C. Structures verbales de l'émotion parlée et de la parole émue. In: COLLETA, Jean-Marc e TCHERKASSOF, Anna. **Les émotions**: cognition, langage et développement. Belgique: Pierre Mardaga, 2003. p. 97-105.

_____. As razões das emoções. In: MENDES, Emília e MACHADO, Ida Lúcia (org.). **As emoções no discurso**. vol. II. São Paulo: Mercado de Letras, 2010.