



Completamente Normal: Como O Discurso das “Rapidinhas de Nova” Reforça o Discurso de Gênero Sob o Título “Não, Você Não Está Louca Só Porque...”¹

Briana Kathi KLAUS²
Bárbara Hendrich CORRÊA³
Manoella Fortes FIEBIG⁴
Luis Fernando Rabello BORGES⁵
Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, RS

RESUMO

Neste artigo, verifiquei na seção “Rapidinhas de Nova” da revista Nova o reforço do discurso de gênero, naturalizando a preocupação com o corpo e a submissão como próprio do gênero feminino. Na análise me vali dos conceitos teóricos e metodológicos oferecidos pelo ferramental oferecido nas obras de Theo van Leeuwen (1997) e Norman Fairclough (2001), respectivamente a Rede de Representações de Atores Sociais e o Modelo Tridimensional de Análise Crítica do Discurso. Mediada por estes, analisei a edição de março de 2014 da seção que levou o título de “Não, você não está louca só porque...”.

Palavras-Chave: Análise Crítica do Discurso; Gênero; Corpo; Nova Cosmopolitan;

Introdução

Antes mesmo de nascermos, nossa sexualidade começa a ser definida por nossos pais: o enxoval do bebê será rosa ou azul? Não é preciso explicar que essas cores são relacionadas aos gêneros; essa informação está naturalizada por nossa educação. Ser homem e ser mulher é uma receita que já vem pronta e serviu por muito tempo para sustentar diferenças e desigualdades entre os sexos.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Intercom Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Acadêmica do 7º semestre do curso de Jornalismo da UFSM/FW, e-mail: brianaklaus@gmail.com

³ Acadêmica do 7º semestre do curso de Jornalismo da UFSM/FW, e-mail: barbarahc@hotmail.com

⁴ Acadêmica do 7º semestre do curso de Jornalismo da UFSM/FW, e-mail: manoellaff@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Ciências da Comunicação – DECOM da UFSM, campus Frederico Westphalen, RS, e-mail: luisfrb@ufsm.br



O papel do homem e da mulher varia de acordo com a sociedade e o tempo em que se encontra. O que determina quem somos vai muito além de um pênis ou uma vagina. No entanto, mesmo que o nível de consciência sobre este fato tenha aumentado nas últimas décadas, ainda há aqueles que tomam algumas características (físicas e psicológicas) como próprias do feminino e do masculino – assim, como se fossem obrigatórios. A delicadeza, a “vocalização para o lar”, a fragilidade que só é superada quando a mulher tem um homem que a defenda... a despeito da força masculina, a racionalidade e a independência.

Ainda que as lutas feministas tenham contribuído para o desenvolvimento de uma maior liberdade e independência das mulheres, a tradição não perdeu seu lugar. E, para reforçar nossa visão de mundo sobre os gêneros, há o reforço diário executado por instituições sociais tais como a escola (que nos ensina desde pequenos o certo e o errado) e a mídia – que incute em cada um de nós um estado de auto-vigília, garantindo a previsibilidade de nossas ações sem o esforço do monitoramento. Certo é que este sistema não é construído por acaso e sem interesse, pois beneficia elites determinadas. Neste caso, a sociedade patriarcal e machista, que se legitima com a submissão das mulheres.

Neste viés, encontra-se a revista “Nova”, uma publicação mensal voltada ao público feminino e que, dentre suas seções, contém as “Rapidinhas de Nova”. Neste espaço, a redatora Bárbara dos Anjos Lima escolhe um tema e, a partir dele, faz breve comentários – as “rapidinhas”. Os temas giram, comumente, ao redor de sexo e comportamento (daí a conotação no título da seção). A edição escolhida para análise foi a de março de 2014, por ser a última lançada até o presente estudo. O título do mês foi: “Não, você não está louca só porque...”.

É por meio da Análise Crítica que buscarei identificar a influência do discurso das “Rapidinhas de Nova” na naturalização da mulher como dependente de uma relação afetiva com o homem e comprometida com processos inorgânicos para alcançar o padrão de beleza alimentado pela mídia. Segundo Colling (2004, p. 14) “o modo mais eficiente para desconstruir algo que parece evidente, sempre dado, imutável, é demonstrar como esse algo se produziu, como foi construído”. A Análise Crítica do Discurso, conforme Fairclough (1992) comentado por Caldas-Coulthard (2007), associa a análise textual com uma teoria social do funcionamento da língua em processos que envolvem ideologia e poder. É por esse motivo que esta se torna um ferramental



adequado para abordar a naturalização da imagem da mulher como dependente do homem, da beleza e da juventude – sustentados pelo discurso da seção “Rapadinhas de Nova”.

O Papel da Mídia no Reforço do Discurso de Gênero

Os meios de comunicação tais como a televisão, os programas de rádio, as revistas, cumprem seu papel reforçando representações socialmente construídas sobre o mundo e seus processos. Como explana Charaudeau (2006, p. 151), “a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. Nela, a instância de recepção encontrará pontos de referência, e desse encontro emergirá o espaço público.”

Estando em uma sociedade capitalista, as mídias procuram nichos em que possam sobreviver e lucrar. Com as revoluções feministas, os meios de comunicação tiveram que mostrar seu apoio para garantir sua sobrevivência – e a forma que encontraram foi valer-se de produtos para as mulheres (programas e revistas) – que mais normalizam do que realmente contribuem para uma visão diferente da mulher. Foi, na verdade, a exploração de um nicho. Em geral, as revistas femininas adotam um padrão de assuntos tais como culinária, família e beleza. Como afirma Buitoni (Online), o jornalismo feminino já nasceu secundário, com uma função de entretenimento ou no máximo um utilitarismo prático.

Embaladas pelo movimento de (re)configuração identitária, as identidades masculina e feminina vêm sendo continuamente (re)formuladas, (re)engendradas. Dentre as muitas instâncias (discursivas) responsáveis pelo (por esse) (re)agendamento identitário, a mídia ocupa lugar central. Responsável pela (re)produção de uma ampla gama de discursos circundantes no seio social, ela mexe nas redes de sentidos já estabilizadas com vistas à promoção de outros “novos” efeitos de sentido; efeitos estes que dão/darão vazão a novos estatutos de masculinidade e feminilidade e/ou ainda ratificarão antigos paradigmas (FREITAS, 2011, p. 148).

A mídia entra no conjunto de condições que perpetuam normas do que é “ser homem” e “ser mulher” – uma “natureza” para cada gênero, sendo uma incompatível com a outra. E para fundamentar seus argumentos, os discursos apresentados em revistas como a *Nova Cosmopolitan* valem-se de artifícios como o apelo ao corpo, que é também uma desculpa para nossas ações; pois há um determinismo biológico em nossa identidade: se nascemos com pênis, temos de ser corajosos, trabalhadores, livres pública e politicamente. Já se surgimos ao mundo com uma vagina, somos o “sexo frágil”, a mãe, aquela que serve à família – que é o seu destino. E aquilo que foge a isso pode ser



visto como estranho, reprovável, condenável e passível de punição (física ou psicológica).

Quando entendemos a maneira como as identidades são construídas e naturalizadas, viabilizamos o processo desenvolvido por Jaques Derrida chamado de “desconstrução”. Esse processo sugere que uma leitura desconstrutivista do texto - desmontando-o – “subverte o que é aparentemente significativo, ao descobrir nele contradições e conflitos”. Assim sendo, viabilizar a desconstrução é um dos objetivos da Análise Crítica do Discurso e intenção deste artigo.

A Análise Crítica Do Discurso

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma orientação transdisciplinar dos estudos da língua. Alguns de seus expoentes foram Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunther Kress, Teo van Leeuwen e Ruth Wodak. Ela busca combinar uma teoria social do discurso com um método de análise textual (FAIRCLOUGH, 2001), investigando criticamente como o uso da linguagem e do discurso produz, reproduz e legitima desigualdades sociais (WODAK, 2004).

Para Gouveia (Online) a diferença entre o analista crítico do discurso e os linguistas está no fato de que o discurso, para os últimos, se dá como o uso da língua. Já para os primeiros, é uma prática social e, por isso mesmo, socialmente determinada.

Neste sentido, o significado é produzido não por vontade de um sujeito unitário, não por determinação do sistema linguístico ou por relações sócio-econômicas, mas por intermédio de sistemas de poder/conhecimento que são impostos pelas instituições sociais, que organizam textos e que criam as condições de possibilidade para diferentes actos linguísticos. (GOUVEIA, Online)

O discurso naturaliza convenções sociais e essas são reforçadas por meio de instituições como os sistemas de educação, saúde e prisão (Foucault, 2004). Fairclough (1989, p. 85 apud RAMALHO; RESENDE, 2006, p. 22) ainda afirma que “a ideologia é mais efetiva quando sua ação é menos visível”. A ACD traz, então, ferramentas para desconstruir sistemas de conhecimento e crença que, por serem naturalizados no discurso na sociedade, passam despercebidos.

Por meio da desconstrução de fenômenos sociais, a Análise Crítica do Discurso procura defender os interesses daqueles que estão à margem e chama a atenção das elites que podem resolver os problemas destes (VAN DIJK, 1986, p. 4 apud WODAK,



2004, p.1). Por argumentos como esses o emprego da Análise Crítica do Discurso como método desta pesquisa, em especial sob a ótica das ramificações desenvolvidas por Fairclough (2001), com a Teoria Tridimensional do Discurso e por van Leeuwen (1997), a partir de sua Rede de Representação dos Atores Sociais, é altamente cabível.

A Identidade Feminina

Conforme Mattelart (1982), a evolução da imagem da mulher se concretiza e é favorecida, até certo ponto, pelo sistema econômico que durante seus períodos de expansão viu nas mulheres um novo e potencial mercado consumidor. E, para adaptar-se às características deste novo mercado, a mídia, por meio de revistas especializadas, organiza os temas, os problemas e os conflitos relacionados a este novo perfil feminino.

“La vida de todos los días; La vida cotidiana. Esa temporalidad específica en la que se cumple el papel social y económico de la mujer. El tiempo de lo doméstico cotidiano en el que se manifiesta la discriminación fundamental de los papeles sexuales. La separación entre lo público y lo privado, la producción y la reproducción. La esfera de los intereses públicos y de la producción para el hombre, la privada y de reproducción para la mujer. En efecto, la jerarquización de los valores se traduce en una valorización positiva de la temporalidad femenina, la cual, pese a su potencial riqueza de sentido, está implícitamente sancionada por sociedad, interiorizada y vivida como lo trivial cotidiano, la repetición y la monotonía”. (MATTELART, 1982, p. 15)

A mulher é orientada a voltar seu interesse ao lar e ao seu homem. Ainda que hoje o patriarcado já não seja tão presente (ou ao menos não tão evidente), a sociedade é construída sobre uma ótica masculina. É papel da mulher, então, “encaixar-se” ao homem, completando-o. O homem trabalha fora: a mulher cuida do lar. O homem é promíscuo: a mulher lhe deve ser fiel para que ele permaneça ao seu lado. O homem é racional: a mulher emocional. As mulheres têm essas funções assim definidas devido a sua “natureza feminina” e vários são os argumentos que a sustentam; biológicos, culturais, sociais, históricos...

Segundo Hall (2000, p. 15), “o corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade – por exemplo, para a identidade sexual”. Neste sentido, Strey (2004) ilustra, com as menções contidas em Aristóteles, sobre as diferenças biológicas entre homens e mulheres, sendo o homem o desenvolvimento cabal do ser humano (a despeito das mulheres), levantando até mesmo discussões científicas que duraram desde o quarto século depois de Cristo até o século XVIII.



As ideias biológicas de Aristóteles giravam ao redor no conceito de calor. Segundo o filósofo grego, apenas os embriões que tivessem calor suficiente poderiam desenvolver-se completamente como forma humana (masculina). O resto se tornaria feminino. [...]

Segundo acadêmicos clássicos, a falta de calor também produzia uma plethora de outras deficiências nas mulheres, incluindo uma estatura mais baixa, uma constituição fraca, um cérebro menos desenvolvido, uma fraqueza emocional e moral que poderia pôr em perigo qualquer homem que ficasse sob a influência feminina.”(STREY, 2004, p. 226).

Além desse determinismo biológico, as mulheres sofrem (assim com os homens, mas em maior medida) com o culto ao corpo. A necessidade de manter-se jovem e bonita é cobrada dia-a-dia nos meios de comunicação e entre o círculo de convívio, afinal nosso corpo é o nosso lugar no mundo. Um corpo bonito garante *status* e prestígio na sociedade (SILVA, Ca. 2000). Os processos estéticos são um sofrimento velado, que muitas vezes veste-se de prazer, mas que mais parece um ritual bizarro se analisados a cabo.

Como conclusão, deve-se fazer referências a certas práticas que têm suas bases na estética nativa, mas que decorrem da aversão perversiva ao corpo natural e suas funções. Existem jejuns rituais para tornar as magras pessoas gordas, e banquetes cerimoniais para tornar gordas pessoas magras. Outros ritos são usados para tornar maiores os seios das mulheres que os têm pequenos, e torná-los menores quando são grandes. A insatisfação geral com o tamanho do seio é simbolizada no fato da forma ideal estar virtualmente além da escala de variação humana. Umhas poucas mulheres, dotadas com um desenvolvimento hipermamário, são tão idolatradas que podem levar uma boa vida indo de cidade em cidade e permitindo aos embaixados nativos, em troca de uma taxa, contemplarem-nos. (NACIREMA - <https://docs.google.com/document/d/1t-ft0al-v9zDuzDz3LK1Ihck-AfMidog0XrkSISStw0/preview?pli=1>)

O reforço desse discurso de corpo e gênero serve aos interesses de determinadas parcelas da sociedade, alimentando uma relação de poder que só é perpetuada graças a um aparelho sutil de dominação. Nenhum poder se institui se for opressor (FOUCAULT, 2001). Tentando desconstruir essa relação de poder, parto para a apresentação do objeto a ser analisado posteriormente.

Metodologia

Para investigar o a influência do discurso normalizador sobre o gênero feminino na revista *Nova Cosmopolitan* em sua seção “Rapidinhas de Nova”, me utilizo do ferramental teórico-metodológico ofertado pela Análise Crítica do Discurso (ACD). Nas subseções apresentadas a seguir, explano sobre o *corpus* analisado, a rede de



representação dos atores sociais de Van Leeuwen (1997) (vide Anexo A) e o modelo tridimensional do discurso proposto por Fairclough (2001) (vide Anexo B).

Características do Corpus

“Rapidinhas de Nova” é uma seção da revista *Nova* da Editora Abril definida como “Uma lista divertida e bem-humorada sobre relacionamentos, atitudes e comportamento.” *Nova* é uma publicação mensal, lançada nas bancas em setembro de 1973 abordando o assunto “sexo” que, na época, começava a ser discutido e deixava de ser tabu. A revista encontrou um nicho entre as mulheres de 20 a 30 anos que não tinham um espaço para ler sobre o assunto. Esse grupo publica quarenta e sete edições diferentes, em vinte e três idiomas, que circulam em mais de 100 países (há uma edição, por exemplo, que circula em toda a América Latina). Aqui no Brasil, *NOVA* tem uma tiragem mensal de aproximadamente 260 mil exemplares e cerca de 1.012.000 leitores (Fonte: Site NOVA).

O conteúdo editorial de todas as edições é composto pelos seguintes temas: Amor/Sexo, Vida/Trabalho, Gente Famosa, Beleza/Saúde, Moda/Estilo. O tema Beleza/Estética é de interesse de 794.772 leitoras de NOVA, e Moda/Vestuário despertam a atenção de 701.269 leitoras. Para essa pesquisa, foi selecionada apenas a última edição até o presente estudo – a edição de março de 2014. Essa escolha se deve à restrição de espaço deste artigo e também ao critério de atualidade da informação da revista. Na edição de março, as “Rapidinhas de Nova” estão sob o título de “Você não está louca só porque...”.

Para a análise, recorro a dois pressupostos teórico-metodológicos da Análise Crítica do Discurso (ACD) que, combinados, trazem um resultado satisfatório para o estudo pois analisam o âmbito textual, discursivo e social. São eles: o modelo tridimensional de Fairclough (2001) e a Rede de Representação dos Atores Sociais de van Leeuwen (1997).

Van Leeuwen (1997) propõe a classificação dos atores sociais mostrando de que forma eles são representados no discurso. Essa representação pode ter um caráter “inclusivo” ou “exclusivo”. A *exclusão* pode se dar por supressão (quando o ator social não aparece no texto) ou por encobrimento (uma menção mais velada do sujeito). Já a *inclusão* se faz de 46 maneiras diferentes – pelas quais os atores sociais podem ser representados nos discursos. Sobre cada uma delas vou discorrer à medida que forem identificadas no *corpus* analisado.



Em relação à análise tridimensional proposta por Fairclough (2001), as três dimensões que devem ser consideradas neste processo são: texto, prática discursiva e prática social. A primeira diz respeito à construção do texto, às formas utilizadas em termo de vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual (FAIRCLOUGH, 2001). A segunda refere-se à análise do discurso produzido pelo texto e qual é seu contexto social de consumo e distribuição; já a prática social trata do cenário social em que está circunscrito este texto, dando atenção às noções de poder e ideologia que, para Fairclough, ajuda a construir as dimensões sociais do conhecimento, das relações e da identidade social (MAGALHÃES, 2001).

Após expor brevemente os fundamentos do ferramental metodológico que dará base para os procedimentos analíticos desta pesquisa, parto à análise e discussão dos resultados.

Apresentação e discussão dos resultados: a análise

Dentro do texto escrito da seção “Rapidinhas de Nova” foram identificados 8 atores sociais – assim nomeados (Vide Apêndice):

- Mulher – leitora;
- Homem – pretendente;
- Redatora – Bárbara dos Anjos Lima;
- Chefe;
- Amigas;
- Motorista;
- Rodrigo Hilbert;
- Fernanda Lima.

Devido à relevância de cada um dos atores para o presente estudo, apenas três serão analisados: a leitora, a redatora e o homem/preendente. Estes três se apresentam sob a forma de pronomes, substantivos, adjetivos e verbos (conforme tabelas do Anexo I).

A leitora é a mulher que usufrui das informações contidas na revista. Intui-se que é uma mulher por a redatora dirigir-se à ela em pronomes femininos tais como “suas” e adjetivos como “louca”.

Exemplo: “Sonha que Rodrigo Hilbert entra na **sua** casa...” (Vide Anexo I)



Esse ator social foi identificado em 19 pronomes, sendo eles: “Você” em elipse (o mais numeroso; 10 ocorrências), “Sua” (3 ocorrências), “Você” (2 ocorrências), “Se”, “Lhe”, “Seu” e “A” (todos com 1 ocorrência). Também aparece em 1 substantivo, “Gerente” e 4 adjetivos (surpresa, chateada, sozinha e maluca). Por fim, é notada em 27 verbos (entre eles, “promete”, “assiste”, “fica”, “canta”, “nega”).

O homem/prestidante é, mais do que apenas um ser do sexo masculino, um alvo da leitora. O objetivo dela é engajar-se numa relação com este ator social. O homem/prestidante aparece 9 vezes nos pronomes “do” (1 ocorrência), “o” (4 ocorrências), “ele” (3 ocorrências) e “ele” em elipse (1 ocorrência); 6 vezes como substantivos (Namorado, Atual, Bom Partido, Ex-Pegrete e Gato; sendo que só o último se repete) e 1 vez no adjetivo “Gato”. Já nos verbos, é identificado em 9 casos (alguns deles são “abandonar”, “anda”, “liga”, “convidando”).

Por fim, a redatora é a jornalista Bárbara dos Anjos Lima, que pouco é identificada no texto – no entanto, sente-se sua presença pois o texto segue o formato de um diálogo. Ela se manifesta em apenas 3 casos: 2 pronomes (minha, me) e 1 substantivo (Sra. Hilbert).

Apresentados os dados quantitativos e textuais em relação aos atores sociais desta pesquisa, parto para a Prática Discursiva (PD), assim chamada por Fairclough (2001). Nela, concentram-se os processos de produção, distribuição e consumo do texto – é aquilo que o texto quer dizer. Aliado a esta técnica, estará a Rede de Representação dos Atores Sociais de Van Leeuwen (1997).

Primeiramente, é evidente que a redatora é excluída por encobrimento. É possível identificar sua existência, mas ela pouco se faz durante o texto: são apenas três aparições. A sua presença se faz mais pelo processo de “diálogo” que está implícito no texto e nas afirmações sobre o comportamento da mulher com certa distância que parece dizer: “não sou em quem digo isso! É você, mulher, que pensa assim!”. Por exemplo:

Exemplo: “Afinal, quer estar com as unhas feitas quando ele for lhe entregar o anel de noivado” (Vide Anexo I)

A leitora e seu comportamento são o cerne da coluna e, no entanto, aparece em menos formas verbais que o homem. Ela não é explicitada, não é chamada por substantivos como o homem (exceto no único balão em que a redatora se refere a ela como “nova gerente”) e é nomeada por suas características emocionais como: maluca, sozinha, chateada e surpresa. No entanto, sua presença se dá o tempo todo por verbos, o



que sugere que a leitora é incluída por *ativação* nas “Rapidinhas de Nova”. Nesse processo, o participante sociológico é realizado linguisticamente como o ator, aquele que executa a experiência.

Já o ator social homem/pretendente, está presente em 6 dos 10 parágrafos que a seção tem. Ele é chamado por expressões que tem a ver com uma posição de namorado ou pretendente da leitora: “gato”, “bom partido”, “ex-peguete”. Entretanto, o homem não está definido, não sabemos quem ele é – por isso constata-se que o homem/pretendente é incluído por *genericização*. Essa forma de inclusão diz respeito à representação dos participantes enquanto classe; nesse caso, a classe são os “gatos”, “ex-peguetes”, os “bons-partidos”. Também, os verbos utilizados para os homens são de maior atitude e energia do que os das mulheres.

Dentro do texto da seção “Rapidinhas de Nova”, fica clara a submissão da mulher pelo homem e a preocupação em manter com este um relacionamento. Mesmo que o perfil seja de uma leitora solteira, essa não deve permanecer assim por muito tempo. Sem falar que o relacionamento homossexual é completamente excluído de qualquer possibilidade, já que a mulher deve procurar seu “gato”. Algumas frases sugerem, abertamente, que o objetivo diário da mulher é ser pedida em casamento e, por assim dizer, ficar completa. E a pouca presença da redatora faz com que haja um processo de identificação, já que se supõe que ela está falando de situações cotidianas.

Exemplo: “...lê o horóscopo do mês, marca na agenda os dias especiais e capricha no visual. Afinal, quer estar com as unhas feitas quando ele for lhe entregar o anel de noivado. Foto da mão com aliança = muitos likes no Instagram!” (Vide Anexo I)

Ainda, neste exemplo é possível perceber que, mais do que ser pedida em casamento, a mulher quer receber a aprovação dos outros sobre o noivado – nesse caso, por meio dos “likes”. Ela se produziu, pintou suas unhas e “caprichou no visual” para que os outros a vejam – não é por ela mesma. Isso deixa explícito a obrigação da mulher em manter uma aparência impecável porque, afinal, onde é que já se viu estar com as unhas malfeitas?

A importância do casamento é dada também no destaque das “Rapidinhas de Nova”, onde a própria redatora se denomina “Sra. Hilbert”, em referência ao ator Rodrigo Hilbert. Mais do que apreciar um homem, é motivo de orgulho pertencer a ele.

Outra constatação sobre a importância dada para o culto ao corpo na seção “Rapidinhas de Nova” está no seguinte parágrafo:



Exemplo: “...acredita que o fim da celulite é tão importante quanto a paz mundial. Ok, um mundo sem guerras ganha. Mas por pouco”. (Vide Anexo I)

A banalização de um objetivo mundial a despeito de sua vaidade dá a noção da relevância que um corpo bonito e sarado deve ter para a mulher. Ainda, sugere que a mulher é ignorante e egoísta, fútil, pois ignora necessidades humanas a despeito de sua beleza. E vale lembrar que o título da seção é “Não, você não está louca só porque...”; ou seja, é perfeitamente normal que a mulher moderna pense assim. No texto da seção também é normalizada a privação, já que “você não está louca só porque...” deixa de comer para emagrecer.

São as ambiguidades da imprensa feminina: ela foi instrumento de democratização da moda, trouxe informação sobre sexo, contribuiu para a revolução sexual e, todavia sugere a colocação de próteses como uma grande conquista de beleza e identidade. O corpo, para ser bonito, deve ser invadido por uma prótese. Próteses como requisito imprescindível para conquistar o homem e discussões sobre gravidez de adolescentes; a roupa mais cara e a fome na África; a fala inconsequente de uma participante de reality show e a reportagem sobre sustentabilidade: paradoxos, contradições e ambiguidades fazem a revista feminina. (Buitoni, Online)

Tema secundário na seção é o trabalho. Ele aparece em apenas no quarto parágrafo (Vide Anexo I) e demonstra a preocupação com o salário – e não uma satisfação pessoal, já que (segundo o texto) a leitora está insatisfeita com sua remuneração.

Considerações Finais

Ainda que as revistas femininas tenham surgido como um espaço para discussão de temas modernos, auxiliando no desenvolvimento da democracia com as mulheres, sua execução não poderia ser mais contraditória. Dentro do discurso de “Rapadinhas de Nova”, o que se nota é um reforço do enclausuramento da mulher em suas obrigações de estar sempre bonita, jovem e bem resolvida emocionalmente – o que significa ter um casamento estável e feliz.

Apesar da atual possibilidade manter um emprego que a realize e fazer escolhas que dizem respeito apenas a si mesmas, as mulheres ainda têm a incumbência de ser o eixo do lar, da família. E não apenas isso: uma família heterossexual e, de preferência, com filhos. Também não se pode esquecer da obrigação de estar sempre bela e jovem, fugindo dos processos orgânicos de nossa existência, mutilando-se e passando pelos



mais diversos processos terapêuticos e cirúrgicos para manter corpo e mente com uma jovialidade que não nos é natural.

Em “Rapidinhas de Nova” ainda pode-se explorar muito mais do discurso – inclusive o visual – aspectos que não puderam ser analisados neste artigo devido à limitação espacial. E mais do que nesta publicação, é imensa a lista de apontamentos que se pode fazer acerca dos discursos de gênero presentes em nossa sociedade. Todos os dias na TV, nas instituições de ensino e em nossos próprios lares estas ideias são repercutidas, reforçando tal discurso normalizador; sustentando uma invisível e efetiva rede de poder.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, S. S. **Mídia impressa e a educação de corpos femininos**. In: Guacira Lopes Louro; Jane Felipe Neckel; Silvana Vilodre Goellner. (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 7ed. Petropolis: Vozes, 2011, v. , p. 108-123.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel**. A Representação da Mulher Pela Imprensa Feminina Brasileira. Disponível em: <<http://www.gruposummus.com.br/indice/10521.pdf>> Acesso em 15/03/2014

CALDAS-COULTHARD, C. R. **Da Análise do Discurso à Análise Crítica do Discurso: introduzindo conceitos**. In: CALDAS-COULTHARD, C. R. (Org.); SCLiar-.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

COLLING, A. **A construção histórica do masculino e do feminino**. In: STREY, M. N (Org).

CABEDA, S. T. L. (Org), PREHN, D. R. (Org). **Gênero e Cultura: Questões Contemporâneas**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2004. p.13-18.

DUTRA, F. S. **Letramento e Identidade:(Re)Construção das Identidades Sociais de Gênero**. In: Luiz Paulo da Moita Lopes. (Org.). *Discursos de Identidade*. Campinas: Mercado de Letras, 2003, v. , p. 135-155.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 29 ed. São Paulo: Graal, 2009.



_____. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. Disponível em: <<http://projetophronesis.files.wordpress.com/2009/08/foucault-michel-as-palavras-e-as-coisas-digitalizado.pdf>> Acesso em: 03/08/2013

FREITAS, Karla. **Mídia, sexualidade e identidade de gênero: redes de memória e (re)atualização de dizeres sobre o sexo na revista men's health**. Disponível em <<http://www.periodicos.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/view/970>> Acesso em 13/03/2014

GOUVEIA, Carlos A. M. **Análise crítica do discurso: enquadramento histórico**. Disponível em: <<http://ww3.fl.ul.pt/pessoais/cgouveia/bc/5.pdf>> Acesso em 13/03/2014

MAGALHÃES, C. M. **Análise Crítica do Discurso enquanto teoria e método de estudo**. In: MAGALHÃES, C. M. (Org.). Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso. Belo Horizonte: FALE/UFGM, 2001, v.1, p.15-30.

MATTELART, Michèle. **La Mujer Y Las Industrias Culturales**. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/.../048493sb.pdf>> Acesso em 15/03/2014

RAUEN, F. J. **Roteiros de pesquisa**. Rio do Sul: Nova Era, 2006.

RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA, Fabio. **Corpo, identidade e espetáculo: possíveis significações**. S.l. Ca. 2000

STREY, Marlene Neves. **A “Criação” do Corpo Feminino Ideal**. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=kxKsI5Kb_74C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 22/06/2013

VAN DIJK, T. A. **Discurso e Poder**. 2 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

VAN LEEUWEN, T. **A representação os actores sociais**. In: PEDRO, E. R. (Org.) Análise Crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.

WODAK, R. **Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos**. In: CALDAS-COULTHARD, C. R.; FIGUEIREDO, D. de C. (Orgs.). Linguagem em (Dis)curso: Análise Crítica do Discurso. v. 4. Tubarão: 2004. p. 223-243



Anexo I

RAPIDINHAS DENOVA
BÁRBARA DOS ANJOS LIMA

não, você não está louca só porque...

...se lembra do namorado da adolescência toda vez que briga com o atual. Onde será que ele anda? Será que continua gato? Se já abandonou o skate, pode ser um bom partido.

...passa "por acaso" no bar onde o gato da vez fez check-in no Facebook. E, com cara de surpresa, ainda diz: "Que coincidência!"

...lê o horóscopo do mês, marca na agenda os dias especiais e capricha no visual. Afinal, quer estar com as unhas feitas quando ele for lhe entregar o anel de noivado. Foto da mão com aliança = muitos likes no Instagram!

...ensaia — em voz alta! Em frente ao espelho! — os argumentos para pedir um aumento para seu chefe na próxima segunda.

...fica realmente chateada depois de negar um picolé, dois pedaços de pizza e fazer uma hora de esteira sem ver a balança com (no mínimo!) 2 quilos a menos no dia seguinte.

...acredita que o fim da celulite é tão importante quanto a paz mundial. Ok, um mundo sem guerras ganha. Mas por pouco.

...acorda com a maior ressaca da história na manhã de domingo, promete nunca mais beber na vida e... abre um vinho para assistir a um filme à noite com o gato!

...avisa as amigas que NUNCA mais vai ficar com o ex-peguete sacana... Até ele ligar pedindo desculpas e a convidando para sair.

...canta com toda a força dos pulmões Wannabe, das Spice Girls, sozinha no carro — e daí que o motorista ao lado vai achar que você está maluca?

pode me chamar de sra. Hilbert

bom dia, nova gerente!

...Sonha que o Rodrigo Hilbert entra na sua casa, toma conta da sua cozinha e enche de beleza sua vida — não, na minha imaginação a Fernanda Lima não existe.

154 NOVA MARÇO 2014

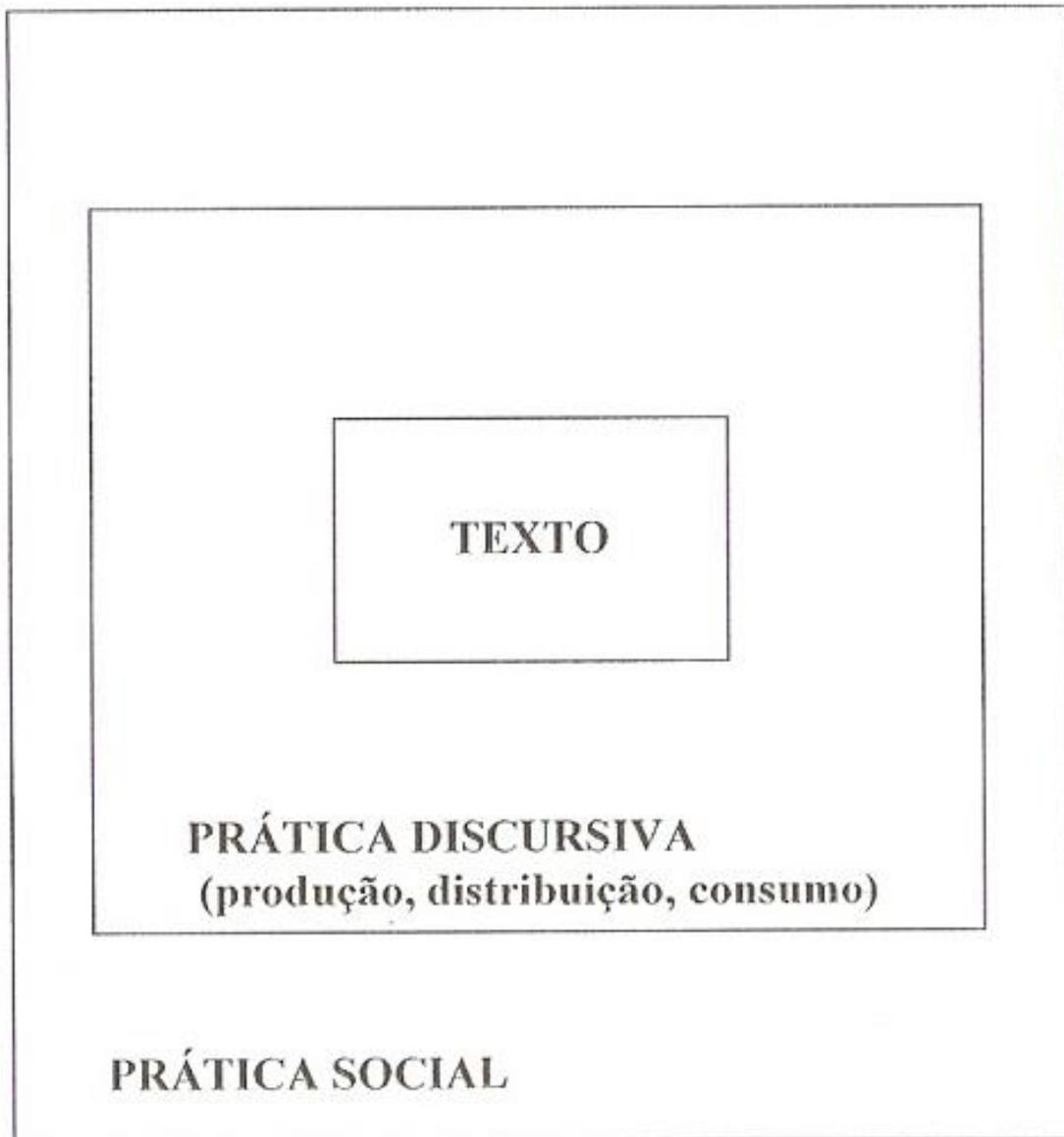
NOVA.COM.BR

FOTOS MARCELO CORRÊA (RODRIGO HILBERT), DANIEL ARATANGY (SORVETE), FABIO HEIZENREDER (ESPELHO), JACK MISKELL (TAÇA DE VINHO)



Anexo II

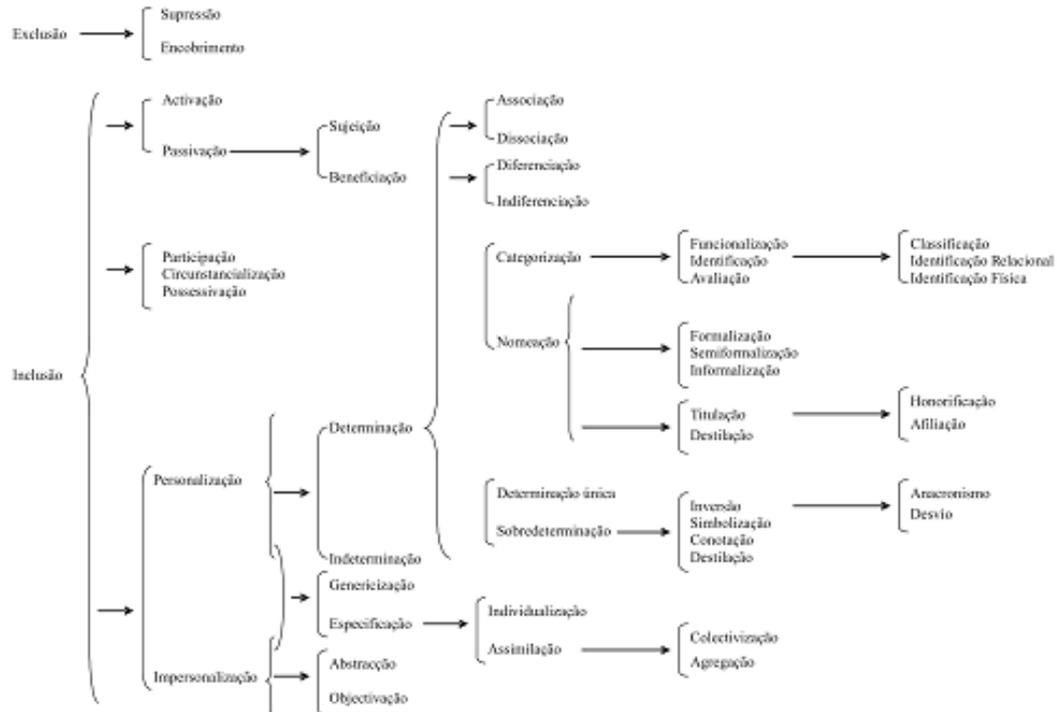
Modelo Tridimensional do Discurso, por Fairclough (2001)





Anexo III

Rede de Representação dos Atores Sociais, por van Leeuwen (1997)





Apêndice I

Formas de representação dos atores sociais encontradas nas “Rapidinhas de Nova” de março de 2014

PRONOMES		
Ator Social	Forma	Número de Ocorrências
Leitora	Você	2
	Você (elipse)	10
	Se	1
	Lhe	1
	Seu	1
	A	1
	Sua	3
Homem	Do	1
	O	4
	Ele	3
	Ele (elipse)	1
Redatora	Minha	1
	Me	1
Amigas	As	1
Rodrigo Hilbert	O	1
Chefe	Seu	1
Fernanda Lima	A	1

SUBSTANTIVOS		
Ator Social	Forma	Número de Ocorrências
Homem	Namorado	1
	Atual	1
	Bom Partido	1
	Gato	2
	Ex-Peguate	1
Mulher	Nova Gerente	1
Redatora	Sra. Hilbert	1



Chefe	Chefe	1
Amigas	Amigas	1

VERBOS		
Ator Social	Forma	Número de Ocorrências
Leitora	Lembra	1
	Briga	1
	Passa	1
	Diz	1
	Lê	1
	Marca	1
	Capricha	1
	Quer	1
	Estar	1
	Usaria	1
	Pedir	1
	Fica	1
	Negar	1
	Fazer	1
	Ver	1
	Acredita	1
	Acorda	1
	Promete	1
	Beber	1
	Abre	1
	Assistir	1
	Avisa	1
	Vai	1
Ficar	1	
Canta	1	
Está	1	
Sonha	1	
Homem	Anda	1



	Continua	1
	Abandonar	1
	Ser	1
	Fez	1
	Entregar	1
	Ligar	1
	Pedindo	1
	Convidando	1
Motorista	Vai	1
	Achar	1
Fernanda Lima	Existe	1
Rodrigo Hilbert	Entra	1
	Toma	1
	Enche	1

ADJETIVOS		
Ator Social	Forma	Número de Ocorrências
Leitora	Surpresa	1
	Chateada	1
	Sozinha	1
	Maluca	1
Homem	Gato	1