

SUSI MARI PRATTS

**INTERAÇÃO ENTRE LEITORA ADOLESCENTE E A TEMÁTICA DO CORPO NA
REVISTA CAPRICHIO:
UMA PERSPECTIVA DISCURSIVA CRÍTICA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Orientadora: Profa. Dra. Débora de Carvalho Figueiredo

Tubarão

2011

SUSI MARI PRATTS

**INTERAÇÃO ENTRE LEITORA ADOLESCENTE E A TEMÁTICA DO CORPO NA
REVISTA CAPRICHIO:
UMA PERSPECTIVA DISCURSIVA CRÍTICA**

Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 24 de julho de 2009.

Profa. Dra. Débora de Carvalho Figueiredo
Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Profa. Dra. Viviane Maria Heberle
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Prof. Dr. Adair Bonini
Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Dedico esse trabalho às minhas filhas Aline,
Alice e Anelise, que são as razões do meu
viver.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

Aos meus familiares e em especial meu pai Luiz Pratts (in memorian) que com certeza onde quer que ele esteja está orgulhoso de mim.

Ao meu esposo, Vilson Francisco Bonotto, pelo apoio e incentivo para que esse trabalho fosse concluído.

A professora Débora de Carvalho Figueiredo, que no início desta pesquisa era minha orientadora e hoje posso chamar de amiga e confidente.

Aos colegas do mestrado, pelo tempo inesquecível que passamos juntos, especialmente as amigas Adriana Alves Daufemback, Daniela Arns Silveira e Márcia Castro Holthausen, que continuam presentes.

A mais nova amiga, Maria Salete Buzanelo, pelo ombro amigo e por estar ao meu lado sempre, sabendo me ouvir e dizendo palavras acolhedoras.

A minha amiga, comadre e ‘torcedora’ para a conclusão deste mestrado, Almerinda Bianca Bez Batti Dias.

A ‘amigona’ Josiane Pierri que é minha incentivadora desde a nossa pós-graduação.

A todas as pessoas que contribuíram direta ou indiretamente para a conclusão deste trabalho.

“Ó beleza! Onde está tua verdade?” (William Shakespeare).

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a interação entre as leitoras adolescentes e a revista *Capricho*, mais especificamente com relação ao imperativo de corpo magro presente no discurso deste veículo midiático. Para a análise, foram utilizados doze textos interpretativos produzidos pelas adolescentes após a leitura de um artigo da revista *Capricho*. O suporte teórico-metodológico utilizado nesta pesquisa tem como base a análise crítica do discurso (ACD) e a lingüística sistêmico-funcional (LSF). Na contemporaneidade, o corpo considerado ‘belo’ é de uma magreza extrema, próximo ao anoréxico, e esse modelo se tornou objeto de desejo para quase todas as mulheres, tanto jovens quanto adultas. A *Capricho* utiliza tanto recursos visuais (fotos de meninas magras) quanto textos verbais para descrever o corpo magro como modelo ideal de beleza feminina. A análise indica que tanto o texto midiático como os textos produzidos pelas adolescentes reproduzem e reforçam a ‘necessidade’ de disciplinar o corpo e torná-lo e/ou mantê-lo magro.

Palavras-chave: ACD; discurso midiático; identidades; corpo; revista *Capricho*.

ABSTRACT

This research study aimed to investigate the interaction between female teenage readers and the teenage magazine *Capricho*, specifically in what concerns the imposition of a slim body model. The research corpus was composed of 12 interpretative texts written by female teenagers after reading an article from *Capricho* about the theme thinness and health. The theoretical background for this work comes from critical discourse analysis (CDA) and systemic functional linguistics (SFL). In late modernity, the body considered 'beautiful' and attractive is extremely slim, almost anorexic, a body design that has become the goal of countless women, young and old alike. The magazine *Capricho* makes use of both visual resources (photos of very slim young girls) and short verbal texts to describe the slim body as the ideal of female beauty. The results of this research indicate that both the article from *Capricho* and the interpretative texts produced by the teenage participants reproduce and reinforce the notion that women 'need' to discipline their bodies and to keep them slim and 'fit'.

Keywords: CDA; media discourse; identities; body; *Capricho* magazine.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Material escolar das adolescentes (ano 2007).	16
Figura 2 - Atividade em grupo na sala de aula (Nov. 2007).	16
Figura 3 - “As três Graças” (Rubens, Peter Paul; Museu do Prado, Madrid).	26
Figura 4 - Capas da revista Capricho.....	26
Figura 5 - Revista Capricho, agosto de 1953.	36
Figura 6 - Capricho edição especial, outubro de 2006.	41
Figura 7 – Seção da Capricho <i>Mundinho fashion</i>	42
Figura 8 – Capa da revista Capricho, janeiro de 2006.	43
Figura 9 – Capa da revista Capricho, edição especial de moda, abril de 2007.	44
Figura 10 – Modelo Bruna Tenório, <i>reportagem de moda</i> , Capricho, abril de 2008.....	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Circulação da revista Capricho por região do país.	37
Gráfico 2 – Perfil do leitor – IDADE.	38
Gráfico 3 – Perfil do leitor – SEXO.	38
Gráfico 4 – Perfil do leitor - CLASSE SOCIAL.	39
Gráfico 5 – O que mais lhe chama atenção na Revista Capricho?	55
Gráfico 6 – Por que você lê a Revista Capricho?	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Enquadre metodológico para a ACD.....	22
Tabela 2 - Recontextualização da LSF na ACD.....	24
Tabela 3 – Sequência Usual de Mudanças Fisiológicas na Adolescência.....	31
Tabela 4 – Fórmula para calcular o I.M.C.....	32
Tabela 5 – I.M.C. ideal de acordo com a idade.....	32
Tabela 6 – Respostas do questionário aplicado.....	53
Tabela 7 - Sistema de gêneros envolvido na presente pesquisa.	58
Tabela 8 – Operacionalização dos conceitos de modalidade e modulação.	78

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	15
1.2	OBJETIVO	15
1.3	JUSTIFICATIVA	16
1.4	QUESTÕES DE PESQUISA	18
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1	ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO	19
2.2	LINGUÍSTICA SISTÊMICO FUNCIONAL	23
2.3	CORPO E IDENTIDADE	25
2.4	ADOLESCÊNCIA.....	29
2.5	A REVISTA CAPRICHIO.....	33
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	46
3.1	PESQUISA QUALITATIVA	46
3.2	COLETA, SELEÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	47
3.2.1	Sujeitos de pesquisa.....	52
3.2.2	Questões semi-estruturadas	53
4	ANÁLISE DOS DADOS	57
4.1.1	Significados acionais: discurso como gênero discursivo	57
4.1.2	Significados representacionais: discurso como discursos	63
4.1.3	Significados identificacionais: discurso como estilo.....	72
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
6	REFERÊNCIAS	90
	ANEXOS	94
	ANEXO A - CAPA COM ADOLESCENTE GRÁVIDA, NOVEMBRO DE 1994.....	95
	ANEXO B - CAPAS HISTÓRICAS DA REVISTA CAPRICHIO, SETEMBRO DE 2006.....	96
	ANEXO C – QUESTIONÁRIO	97
	ANEXO D – PROTOCOLOS	98
	ANEXO E – ARTIGO “MADE IN BRAZIL * A POLÊMICA DO IMC”	99
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	99
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	100
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	101
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	102
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	103
	ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES	104
	ANEXO G – FOTOS DA PRIMEIRA COLETA DE DADOS	117

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, a mulher sempre sofreu pressões para adequar-se ao padrão corrente de beleza, fosse ele qual fosse. A sociedade contemporânea não é exceção, e continua dando grande valor ao corpo feminino belo e esbelto. Atualmente, o corpo considerado ‘belo’ é de uma magreza extrema, próximo ao anoréxico, e esse modelo se tornou objeto de desejo para quase todas as mulheres, tanto jovens quanto adultas. A figura do corpo feminino utilizada em variados veículos e gêneros midiáticos, como as propagandas, os *outdoors*, as revistas, a televisão, os pôsteres, é, em sua grande maioria, a figura de uma mulher com o rosto bastante bonito e o corpo magro. Com relação aos gêneros promocionais e publicitários, esse corpo é conhecido como “corpo publicitário”: “a imagem do corpo com a qual devemos nos identificar” (COELHO, 2003, p. 42).

Como professora, mãe, tia e amiga de adolescentes, acompanho suas dúvidas, medos, frustrações e desejos, muitas vezes me tornando confidente de algumas delas. Elas me relatam dúvidas e, muitas vezes, ansiedades relacionadas à insatisfação com o corpo. Procuro esclarecer para o grande grupo as perguntas feitas individualmente, já que as dúvidas individuais freqüentemente são compartilhadas por todas.

Atuando no ensino fundamental e médio, percebi que, nestes últimos anos, alguns livros didáticos e paradidáticos foram reformulados, indicando que os seus autores também estão se dando conta de que a busca excessiva por enquadramento ao modelo hegemônico de corpo magro, principalmente entre as adolescentes, é motivo de grande preocupação.¹

¹ Em alguns livros didáticos e/ou apostilas encontramos artigos/textos com os títulos *Padrões de beleza levam adolescentes a fazer dieta sem necessidade* e *Desconstruindo o belo*, ambos da apostila “Apoioescola” (Ática e Scipione), e ainda *A ditadura da moda – Diários do terror* (que narra a vida de garotas que correm o risco de morrer ao defender em blogs a anorexia e a bulimia como estilo de vida), no livro “Português Linguagens” (editora Atual), que também traz charges sobre o mesmo assunto. Há também livros paradidáticos que abordam temas sobre o culto ao corpo, anorexia, bulimia, uso de anfetaminas, como por exemplo; *Quero Ser Belo* e *Espelho Maldito* ambos da editora Saraiva. Infelizmente, devido à falta de hábito de leitura, poucos adolescentes lêem esses livros.

Embora geralmente não tenham o hábito de ler livros, muitos adolescentes (principalmente meninas) se interessam por revistas com artigos curtos e ‘receitas rápidas’ para mudar seus corpos, suas vidas, seus mundos. As revistas destinadas a esse público têm nas mãos um grande poder, exercendo forte influência na definição do padrão hegemônico de beleza corporal, assim como apontando, muitas vezes de forma irresponsável, meios para alcançar esse modelo (e.g. dietas, atividades físicas).

É bastante provável que, devido a sua imaturidade, as adolescentes que lêem as revistas destinadas à sua faixa etária, como *Capricho*, *Todateen* e *Atrevida*, não consigam perceber que o corpo publicitário é diferente dos corpos reais, e que diferentes padrões de beleza podem conviver num mesmo grupo social. Percebo que as adolescentes com as quais convivo estão cada vez mais angustiadas por não conseguirem se igualar ao modelo de corpo magro socialmente imposto, sobretudo pelos veículos midiáticos. Essas e outras questões são centrais para minha pesquisa, e serão retomadas no decorrer deste trabalho.

Esta pesquisa está baseada no arcabouço teórico e analítico proposto pela Análise Crítica do Discurso (doravante ACD), vista aqui como uma forma de pesquisa social crítica. Segundo Fairclough, “o objetivo da pesquisa social crítica é entender melhor como as sociedades funcionam e produzem tanto efeitos benéficos quanto negativos, e como os efeitos negativos podem ser mitigados, senão eliminados” (2003 p. 202-3, minha tradução). Portanto, utilizei a ACD para abordar criticamente a interação das leitoras adolescentes da revista *Capricho* com as representações do modelo hegemônico de corpo magro presentes nesse exemplar da mídia revista.

A preocupação com o peso e em ‘se sentir linda’ tem tirado o sono de muitas adolescentes. Muitas delas nem se dão conta da importância de uma alimentação saudável e param de comer para se adequarem ao modelo ideal sem se preocupar com a própria saúde.

Esta pesquisa faz parte do projeto “*A Representação das Transformações Corporais e Identitárias Pós Modernas nos Discursos Midiáticos*”, coordenado pela professora Doutora Débora de Carvalho Figueiredo. Além da presente pesquisa, fazem parte do projeto os seguintes trabalhos: “*Eu Consegui!*”: *A representação de identidades corporais contemporâneas no discurso midiático sobre o emagrecimento* (SILVA, 2007); *A representação de identidades corporais femininas pós-modernas na mídia de massa: os discursos das revistas de moda* (MELLO, 2008); *O imperativo do corpo magro e identidades corporais adolescentes na revista capricho: uma análise a partir da gramática visual* (DAUFEMBACK, 2008), havendo dois outros em andamento.

Esse trabalho está organizado em cinco capítulos. No primeiro, *Introdução*, apresento o problema, o objetivo, a justificativa e as questões de pesquisa. Nas questões de pesquisa, levanto hipóteses sobre como o modelo hegemônico de corpo magro, presente no discurso da revista Capricho, repercute na interpretação de suas leitoras. No segundo capítulo, *Fundamentação Teórica*, apresento uma descrição panorâmica da Análise Crítica do Discurso, seguida de uma breve apresentação da Linguística Sistêmico Funcional. Discorro também sobre questões centrais para minha pesquisa, como as relações entre corpo e identidade, adolescência e, em especial, a revista Capricho. No capítulo três, *Metodologia da Pesquisa*, descrevo o desenho de pesquisa, assim como a coleta, seleção e identificação do corpus. No quarto capítulo, apresento a *Análise dos Dados*. Finalizo com o capítulo cinco, no qual apresento as *Considerações Finais* a respeito do estudo feito.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A busca de aceitação e inserção social é comum a todos os seres humanos. As mulheres, porém, estão expostas a pressões específicas e mais fortes, ligadas a seu gênero, para se enquadrarem em um padrão corporal hegemônico socialmente valorizado. Resistir e/ou fugir a esse padrão implica em sanções sociais de diversos tipos (tanto na vida pública quanto na privada), e requer maturidade emocional e recursos intelectuais e teóricos que não estão disponíveis para todas as mulheres. As meninas e adolescentes, em particular, tendem a ver o modelo hegemônico de corpo magro como uma regra escrita em pedra. A crença é que sem esse corpo elas não conseguiriam se integrar aos grupos e ‘tribos’ dos quais desejam fazer parte em seu período de formação subjetiva.

O imperativo do corpo magro ocupa uma boa parte das preocupações das meninas adolescentes, e lhes causa desde ansiedade e sensação de inadequação até distúrbios físicos e psicológicos graves ligados à alimentação, como a anorexia, a bulimia, a anemia, problemas de crescimento, etc. Dessa forma, a pressão relacionada ao culto ao corpo configura-se como um problema social grave que merece nossa atenção, sobretudo na forma como é construído e disseminado pela mídia, e a ACD oferece um arcabouço teórico-metodológico capaz de lidar com as nuances sociais e discursivas desse problema.

1.2 OBJETIVO

O objetivo desta pesquisa é analisar criticamente a escrita produzida pelas adolescentes após a leitura de um artigo da Revista Capricho, como forma de investigar a interação entre as leitoras adolescentes e a Capricho.

1.3 JUSTIFICATIVA

Meu interesse pela interface entre culto ao corpo e revistas para adolescentes surgiu no momento em que percebi a grande popularidade de algumas revistas direcionadas ao público jovem, sobretudo da revista *Capricho*, entre adolescentes do meu convívio (minhas alunas e, em especial, minhas filhas). As alunas 'fãs' da *Capricho*, além de levar para a sala de aula exemplares da revista, têm acessórios escolares da mesma, por exemplo cadernos, pastas, arquivos, estojos, canetas, como podemos observar nas seguintes fotos:



Figura 1 - Material escolar das adolescentes (ano 2007).



Figura 2 - Atividade em grupo na sala de aula (Nov. 2007).

Comecei a prestar atenção na forma como essas jovens leitoras interagiam com alguns artigos ou anúncios publicitários que mostravam certo modelo de corpo feminino, na grande maioria desses textos representado pelo corpo de uma menina magra, ou muito magra. A fala das adolescentes começou a me preocupar, pois muitas delas relatavam seguir dietas rigorosas ou até mesmo privar-se quase inteiramente de alimentação, comprometendo seriamente sua saúde, além de contemplarem a possibilidade de cirurgias plásticas para esculpir o corpo. Percebi também o sofrimento psicológico daquelas leitoras cujos corpos não se adequavam ao modelo ilustrado nas publicações da revista *Capricho*.

Em resumo, o discurso midiático sobre o corpo estimula as adolescentes a se preocuparem menos com hábitos saudáveis de vida e mais em adequar-se ao modelo vigente de corpo magro. Como podemos constatar em vários casos atuais, essa submissão de jovens adolescentes ao padrão hegemônico tem comprometido sua qualidade de vida, causando-lhes sofrimentos psicológicos e físicos (e.g. distúrbios alimentares, anemia, subnutrição) e até mesmo a morte (e.g. decorrente de distúrbios alimentares ou de cirurgias mal sucedidas). Apesar disso, muitas publicações de massa defendem o corpo magro como saudável, e afirmam que se exercitar e fazer dieta para manter a ‘elegância’ não faz mal algum.

Além disso, diferentes das revistas eróticas masculinas, por exemplo, que só podem ser adquiridas por pessoas acima dos 18 anos, as revistas voltadas para meninas adolescentes não têm restrição de idade para a venda, e seus artigos podem ser lidos por crianças, jovens pré-adolescentes ou na puberdade, fase em que seus corpos ainda estão em formação e na qual dietas sem orientação médica e exercícios físicos sem a supervisão de um especialista podem comprometer seu desenvolvimento físico e psicológico, causando danos potencialmente irreversíveis.²

² Uma das minhas filhas, hoje com 19 anos, é leitora assídua de várias revistas, entre elas a *Capricho*. Ela é diabética dependente de insulina, e alguns anos atrás foi hospitalizada no C.T.I. por não fazer as refeições obrigatórias, o que lhe causou hipoglicemia (seu perfil glicêmico, monitorado diariamente, chegou a 12, a

1.4 QUESTÕES DE PESQUISA

Analisei criticamente as interpretações elaboradas por adolescentes leitoras da revista *Capricho* e, para que a pesquisa apresentasse os resultados esperados, segui alguns questionamentos:

Partindo do pressuposto de que as revistas direcionadas ao público feminino adolescente apresentam e defendem, em diferentes gêneros textuais (anúncios publicitários, artigos, colunas, seção de cartas, etc.), o modelo hegemônico de corpo magro a ser seguido, questiono:

1. Como as adolescentes leitoras da revista *Capricho* lidam como o imperativo do corpo magro construído, sustentado e disseminado pelo discurso dessa e de outras revistas para adolescentes?
2. Existe (e se existe, qual é) o espaço aberto para negociações identitárias entre as leitoras e a revista *Capricho* com relação ao modelo hegemônico de corpo? Em termos de poder, que relações são estabelecidas entre as jovens leitoras e a revista?
3. Com relação às perguntas acima, como o discurso das jovens leitoras (no caso específico dessa pesquisa, os textos produzidos pelas participantes após a leitura de um artigo da *Capricho*) interagem com o desenho de mundo desse veículo midiático? Como as leitoras representam as relações (de poder, de classe social, etc.) estabelecidas entre a publicação e seu público leitor? Que modelos identitários dominantes as leitoras identificam na *Capricho*?

taxa é considerada normal quando está entre 70 e 140). Ela queria ir à praia e usar um biquíni novo, por isso ficou sem se alimentar seguindo uma “receita para perder a barriga”. Em 2006 uma outra adolescente, minha aluna, relatou que tinha faltado às aulas porque estava hospitalizada. Ela havia feito uma dieta rigorosa e desmaiado, sendo diagnosticada com anemia profunda em função da má alimentação. Segundo seu relato, a dieta seguida foi retirada de “uma revista, com uma pequena modificação minha”.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No presente capítulo, apresento os pressupostos teóricos que sustentam essa pesquisa: a Análise Crítica do Discurso (ACD) e a Lingüística Sistêmico Funcional (LSF). O capítulo conta ainda com uma seção sobre corpo, identidade e adolescência e uma outra sobre a revista Capricho.

2.1 ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO

Usarei aqui a sigla ACD para referir-me à análise crítica do discurso, que até o final dos anos 80 era denominada “lingüística crítica”. A ACD preocupa-se em investigar principalmente questões de poder, ideologia e discriminação presentes no discurso, assim como onde e como estes discursos se apresentam ou são produzidos. Um dos maiores representantes desse campo discursivo crítico é o lingüista britânico Norman Fairclough (1992; 1995; 2003; 2006).

Selecionei a ACD como suporte teórico-metodológico para esta pesquisa, pois essa abordagem permite não só descrever e analisar o discurso midiático, aqui representado por um artigo da revista Capricho, como também analisar e explicar textos interpretativos produzidos por adolescentes, leitoras assíduas dessa revista, a partir da leitura do artigo selecionado. Nesta pesquisa, foram analisados somente os textos produzidos pelas adolescentes.

A interdisciplinaridade é uma das principais características da ACD, ou seja, ela utiliza conceitos de outras áreas das ciências sociais, como a sociologia, a filosofia e a psicologia social. Segundo Wodak, “a ACD almeja investigar criticamente como a

desigualdade social é expressa, sinalizada, constituída, legitimada, e assim por diante, através do uso da linguagem ou do discurso” (2004, p. 225).

A ACD vai além do texto, isto é, sua proposta é analisar não somente os conteúdos presentes no texto de forma expressa e explícita (conteúdos proposicionais), mas também os conteúdos ideológicos, que não aparecem explicitamente. Parte do projeto político da ACD é conscientizar as pessoas de que a linguagem, seja ela escrita ou falada, imagem ou gestos, tem um grande poder, pois nós não a usamos somente para a comunicação, mas também para criar significados sociais e ideológicos que expressam e constroem relações de poder e hegemonias. Para a ACD, a linguagem é um tipo de prática social, pois os participantes dos eventos discursivos são pessoas que possuem graus de poder diferenciados ligados a variáveis como classe social, poder aquisitivo, profissão, etnia, e as formas como usam e interagem com a linguagem revelam e contribuem para a formação de suas identidades individuais e sociais.

Fairclough (1992, p. 92) identifica três funções básicas da linguagem:

- Função identitária – “relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso”;
- Função relacional – “relaciona-se a [forma] como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas”;
- Função ideacional – “relaciona-se aos modos pelos quais os textos significam o mundo e seus processos, entidades e relações”.

Segundo esse autor, a linguagem deve ser estudada como uma prática social já que a forma como nos comunicamos ou como criamos sentidos e representamos o mundo ao nosso redor, depende do lugar onde estamos e do lugar de onde viemos, com quem falamos, quando, e sobre o que devemos falar ou calar. Para tanto, Fairclough (1992) propôs um modelo tridimensional que inclui três dimensões de análise: do texto, da prática discursiva e

da prática social. Na dimensão ‘texto’, são descritos e analisados aspectos micro-estruturais, como vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual; na dimensão ‘prática discursiva’, são investigadas as condições de produção, distribuição, consumo dos textos, assim como o contexto, a força, a coerência e a intertextualidade; na dimensão ‘prática social’, é discutida e investigada a presença de ideologias (sentidos, pressuposições e metáforas) e de hegemonias (orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas).

As abordagens funcionais da linguagem têm enfatizado seu caráter multifuncional, e nesse sentido Halliday (1991) registra três macrofunções que atuam simultaneamente em um texto: ideacional, interpessoal e textual.

- A função ideacional é de representações da experiência, um modo de refletir a realidade na língua.
- A função interpessoal refere-se a língua como ação, trata dos usos da língua para expressar relações sociais e pessoais, está presente em todos os usos da linguagem, assim como a função ideacional.
- A função textual deve analisar no texto aspectos semânticos, gramaticais, estruturais com vistas ao fator funcional.

As três macrofunções estão interligadas, e um mesmo enunciado realiza simultaneamente todas elas. Assim, os textos devem ser analisados em cada um desses aspectos.

Linguagem e sociedade estão interligadas, as instituições sociais dependem cada vez mais da linguagem para atingir seus objetivos. Para facilitar a compreensão dessa relação de interdependência, Chouliaraki e Fairclough (1999) propuseram um novo modelo de análise crítica:

ETAPAS DO ATUAL ENQUADRE METODOLÓGICO PARA ACD		
1) Um problema (atividade, reflexividade)		
2) Obstáculos para serem superados	(a) análise da conjuntura	
	(b) análise da prática particular	(i) práticas relevantes
		(ii)relações do discurso com outros elementos da prática
	(a) análise de discurso	(i) significado acional
		(ii) significado representacional
		(iii) significado identificacional
3) Função do problema na prática		
4) Possíveis maneiras de superar os obstáculos		
5) Reflexão sobre a análise		

Tabela 1 - Enquadre metodológico para a ACD.
(CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999)

No modelo atual, Chouliaraki e Fairclough (1999) mantêm as mesmas três dimensões iniciais do modelo tridimensional (FAIRCLOUGH, 1992), que analisava o discurso de acordo com três dimensões distintas, porém interconectadas: texto, prática discursiva e prática social. Nesse novo enquadre analítico-metodológico, o discurso já não é o elemento central do novo enquadre teórico-metodológico da ACD, sendo considerado como apenas um momento da prática social, que passa a ser agora o foco da análise. A prática social, dimensão intermediária e mediadora entre os eventos sociais (e.g. um texto) e as estruturas sociais, pode ser assim definida:

As práticas sociais podem ser vistas como maneiras de controlar a seleção de certas possibilidades estruturais e a exclusão de outras, e a retenção dessas seleções com o passar do tempo, em áreas particulares da vida social. As práticas sociais são interconectadas de modos particulares e estão em constante mudança. (FAIRCLOUGH, 2003, p.23-24):

A linguagem, no novo modelo, é investigada nas estruturas sociais assim como nas práticas e nos eventos sociais. Nas estruturas sociais falamos da linguagem em si. Nas práticas sociais, a linguagem está nas ordens de discurso, ao passo que os textos são a

linguagem em eventos sociais específicos. A linguagem “define um certo potencial, certas possibilidades, e exclui outras” (FAIRCLOUGH, 2003, p.24). Em outras palavras, os textos representam escolhas feitas no potencial das estruturas da língua, mediadas pelas restrições e controles estabelecidos pelas práticas sociais.

2.2 LINGÜÍSTICA SISTÊMICO FUNCIONAL

Por considerar a linguagem como multifuncional, a Lingüística Sistêmico Funcional (LSF) proposta por Halliday (2004) adapta-se bem aos princípios da ACD, oferecendo excelentes recursos metodológicos para a micro-análise dos textos.

Segundo Magalhães (2004, p. 117), a lingüística sistêmico-funcional é sistêmica porque vê a gramática como um sistema de escolhas, e é funcional porque procura explicar as funções da linguagem dentro de um desses sistemas.

Para a lingüística sistêmico-funcional, os componentes principais do significado na linguagem são componentes funcionais. O quadro da concepção tridimensional do discurso de Fairclough é baseado na gramática sistêmico-funcional, seguindo as três macro-funções da linguagem propostas por Halliday: ideacional, interpessoal e textual.

Na perspectiva sistêmico-funcional, a linguagem é vista como forma de construir e registrar a realidade e de permitir que o falante/escritor interprete e registre suas experiências do mundo, tanto do mundo físico quanto do mundo mental. Essa função lingüística foi denominada por Halliday de *ideacional*.

Além de servir à função de representar nossas experiências do mundo, a linguagem também funciona como instrumento para estabelecer, manter ou alterar relações sociais. A essa função da linguagem, chamamos de função *interpessoal*.

A terceira metafunção, a função textual, é aquela que permite que as duas anteriores se realizem. A linguagem atua como meio que permite a execução das duas primeiras funções, criando relações entre as orações, parágrafos e seções do texto, construindo-o como mensagem coesa, coerente e inteligível, como um todo de significado dentro de um dado contexto (HALLIDAY, 2004).

Resende e Ramalho (2006) elaboram um quadro intitulado “recontextualização da LSF na ADC”, em que apresentam as modificações, relacionadas ao caráter multifuncional da linguagem, efetuadas no modelo de análise proposto por Fairclough (2003).

LSF (Halliday, 1991)		ACD (Fairclough, trad.2001)		ACD (Fairclough, 2003)
F. Ideacional	→	F. Ideacional	→	S. Representacional
F. Interpessoal	→	F. Identitária	→	S. Identificacional
	↘	F. Relacional	↘	
F. Textual	→	F. Textual	→	S. Acional

Tabela 2 - Recontextualização da LSF na ADC.
(RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 61)

De acordo com as autoras, a interação entre a ACD e a LSF é intensificada no livro “Analysing discourse” (FAIRCLOUGH, 2003), no qual o autor propõe, como paralelo às três funções básicas da linguagem, três principais tipos de significado presentes em um texto: os significados representacionais, os significados identificacionais e os significados acionais.

A análise de discurso deve ser simultaneamente a análise de como os três tipos de significados são realizados em traços lingüísticos dos textos e da conexão entre o evento social e práticas sociais, verificando-se quais gêneros, discursos e estilos são utilizados e como são articulados nos textos. (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 61).

2.3 CORPO E IDENTIDADE

A mídia representa a figura do corpo magro como ‘fonte da juventude’, ou associada à juventude. Os textos midiáticos constroem um modelo de corpo ‘perfeito’, fazendo com que a consumidora potencial de suas informações, produtos e serviços, caso não tenha o mesmo perfil do corpo publicitário, aceite submeter seu corpo ‘imperfeito’ a intervenções corretivas (regimes obsessivos, atividades físicas intensas, produtos e serviços estéticos, cirurgias plásticas cosméticas, etc.). Coelho (2003) afirma que o sistema publicitário privilegia a imagem do corpo jovem como a principal expressão do corpo perfeito, ao mesmo tempo em que divulga a jovialidade e a alegria de viver como o sentimento que acompanha esse corpo. A figura feminina apresentada em textos publicitários é magra, ‘linda’ e ‘feliz’ em todos os sentidos. Para a ideologia de consumo presente nos textos promocionais, a mulher jamais pode envelhecer ou engordar, sob pena de se tornar ‘feia’ e ‘infeliz’. Fica evidente, em textos midiáticos como os encontrados em revistas femininas, a ‘necessidade’ de disciplinar o corpo e torná-lo e/ou mantê-lo magro; muitas revistas femininas, por exemplo, combinam os conceitos de beleza e magreza como se fossem sinônimos (especialmente aquelas voltadas especificamente para a temática do corpo, como as brasileiras “Boa Forma” e “Corpo a Corpo”).

Entretanto, a obsessão pela magreza é relativamente recente (ver GIDDENS, 1991; DEL PRIORE, 2004; etc.). O corpo cheio de ‘dobrinhas’, hoje considerado acima do peso, já foi apreciado e desejado nos períodos anteriores ao século XX. No quadro “As três Graças”, de Rubens (séc. XVII), temos uma mostra do padrão de beleza feminina da época, quando a magreza era interpretada como doença e a gordura associada à boa saúde:



Figura 3 - “As três Graças” (Rubens, Peter Paul; Museu do Prado, Madrid).

Hoje, as mulheres representadas em textos midiáticos, e até mesmo em obras de arte, são muito diferentes das mulheres existentes no mundo real. As modelos são magérrimas, como podemos ver nas fotos a seguir, que estampam as capas da revista Capricho, o que é bastante preocupante, já que se tornam ícones de beleza, levando incontáveis jovens mulheres (até mesmo meninas) a acreditarem que, para serem bonitas e desejadas, precisam obrigatoriamente ser magras.



Figura 4 - Capas da revista Capricho.



Em termos identitários, já não podemos descolar corpo de subjetividade, uma vez que o primeiro assumiu, na modernidade tardia, um papel central em nosso desenho de ‘eu’.

Como afirma Goellner:

Falar de corpo é falar, também, de nossa identidade dada a centralidade que este adquiriu na cultura contemporânea cujos desdobramentos podem ser observados, por exemplo, no crescente mercado de produtos e serviços relacionados ao corpo, a sua construção, aos seus cuidados, a sua libertação e, também, ao seu controle. (GOELLNER, 2003, p. 29)

O corpo faz parte da nossa história, e os distintos modelos de corpo surgidos em diferentes épocas foram modificados, valorizados ou desvalorizados de forma historicamente situada. Essas transformações ocorridas através dos tempos têm muito a ver com o consumo de produtos e serviços para deixar o corpo mais próximo ao modelo hegemônico do momento, atualmente o corpo magro. Essas transformações corporais dependem fortemente de distintas formas de controle do corpo, resultantes dos saberes sobre o corpo gerado a partir das ‘disciplinas’ produzidas nas escolas, nos hospitais, nas fábricas, nos quartéis, nas prisões.³

Sobre o laço entre saber e poder em relação ao corpo, Foucault afirma que

o poder, longe de impedir o saber, o produz. Se foi possível constituir um saber sobre o corpo, foi através de um conjunto de disciplinas militares e escolares. É a partir de um poder sobre o corpo que foi possível um saber fisiológico, orgânico (1992, p. 149).

Antes da primeira metade do século XX, por ser vista como fisicamente mais frágil, a mulher não podia participar de atividades físicas consideradas ‘pesadas’, e era aconselhada a permanecer no espaço doméstico se desejasse manter-se saudável e algum dia dar à luz. Segundo Goellner, “por muito tempo as atividades corporais e esportivas não eram recomendadas às mulheres porque poderiam ser prejudiciais à natureza de seu sexo considerado como mais frágil em relação ao masculino” (2003, p. 31). Pele bronzeada e mãos

³ Na contemporaneidade, surgiram novos espaços disciplinares e geradores de saberes sobre o corpo, como as academias de ginásticas, os centros de estética, os *spas*, os grupos de dietas (e.g. ‘Vigilantes do Peso’), e as clínicas de cirurgia plástica.

calejadas não eram características ‘adequadas’ para as mulheres brancas de classe média, que deveriam permanecer sempre frágeis e belas.⁴ Pouco mudou nos dias atuais; a mulher ainda sofre pressões para se manter dentro do padrão esbelto de beleza como forma de conquistar um ‘bom’ parceiro, assim como reconhecimento e espaço sociais. A mulher contemporânea, ainda que consiga ser bem sucedida em sua vida profissional, é pouco valorizada e discriminada se ‘descuidar’ do controle corporal, adquirir sobrepeso e/ou não se esmerar em sua aparência física.

As motivações, ou condicionantes sociais, levam os indivíduos contemporâneos a cultuarem os próprios corpos e perseguirem um ideal estético estabelecido socialmente, ideal que coloca a beleza como o conjunto de traços externos que valorizam as formas retilíneas, a pele clara e limpa, os cabelos lisos e, sobretudo a magreza. (CASTRO, 2007, p. 113)

Em resumo, a mulher contemporânea é pressionada a se adequar aos novos tempos, tomando seu lugar no mundo público, mas se mantendo dentro do padrão hegemônico de corpo magro. A construção, disseminação e legitimação desse modelo se dão principalmente através do discurso da mídia, tanto através do que esse discurso exhibe (o prescrito) quanto do que ele oculta (o proscrito). Frequentemente aparecem, ilustrando comerciais de TV, corpos *seminus* que se apresentam como modelos a serem imitados. As mulheres que são destaques em desfiles carnavalescos, as adolescentes vencedoras de concursos de beleza (e.g. Garota Verão (em Santa Catarina), Garota Fantástica (Rede nacional)), entre outras, são sempre magras, quase magérrimas. A maioria dos anúncios publicitários estampados nas revistas não foge a essa regra. Com relação à revista *Capricho*, por exemplo, Figueira argumenta que ela

⁴ Como nos lembra Strey, o poder social, sempre centrado nos homens, fez com que, até meados do século XX, idéias ‘científicas’ fossem combinadas com definições tradicionais do corpo feminino como frágil, formando uma estratégia para justificar a manutenção das mulheres brancas de classe média no espaço doméstico, argumentando que lhes faltava “condições de sustentar as responsabilidades do poder político ou os encargos da educação ou do emprego” (WEITZ, 1998, apud STREY, 2004, p. 228). Mulheres negras e/ou de classes baixas, por outro lado, pareciam não partilhar da característica de fragilidade atribuída socialmente aos seus pares brancos e ricos. Elas sempre estiveram no mercado de trabalho, porém geralmente ocupando espaços cultural e politicamente subalternos, atuando como criadas, babás, cozinheiras, trabalhadoras rurais, operárias, etc.

educa pelo que exhibe e também pelo que silencia. Não só não aparecem garotas corpulentas nas suas páginas como também a ênfase conferida pela revista está centrada no incentivo à perda de peso, à adesão de diferentes dietas fazendo com que o controle da alimentação faça parte do controle de corpo adolescente feminino (2005, p. 133).

Como já argumentei anteriormente, a mídia representa a figura do corpo magro como ‘fonte da juventude’, ou associada à jovialidade. Nós adultos podemos, em tese, diferenciar o que nos faz bem e o que é perigoso para nossa saúde. As crianças e as adolescentes, por outro lado, têm pouca noção disso. Portanto, suas tentativas de disciplinar seus corpos para alinhar-se ao padrão hegemônico e para obter a aceitação de seus pares podem colocar em risco sua saúde.

2.4 ADOLESCÊNCIA

Adolescência é uma das fases do desenvolvimento humano, um período transitório no qual o indivíduo é infantil e adulto ao mesmo tempo, ou seja, em alguns momentos é tratado como um adulto, mas para certas atividades é considerado ainda uma criança.

Segundo a Organização Mundial da Saúde, adolescente é o indivíduo que se encontra entre os dez e vinte anos de idade, assim como Papalia (2006) afirma que a duração da adolescência é de aproximadamente 10 anos, começa entre 11 ou 12 anos e termina por volta dos 20. Já no Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece outra faixa etária: dos doze aos dezoito anos.

Adolescência não é sinônimo de puberdade. Papalia (2006, p. 440) define adolescência como “uma transição no desenvolvimento entre a infância e a idade adulta que envolve grandes mudanças físicas, cognitivas e psicossociais inter-relacionadas” sendo que

puberdade a autora descreve como um “processo pelo qual uma pessoa alcança a maturidade sexual e a capacidade de reprodução”.

Na adolescência fica muito visível a mudança na aparência física em função do desenvolvimento hormonal. O adolescente já possui corpo de adulto, mas seus pensamentos ainda estão desorganizados. Na adolescência, período de transição da infância para a vida adulta, o indivíduo se depara com muitas dúvidas, inclusive com relação a sua identidade sexual.

Os adolescentes, por precisarem se sentir “enturmados”, ou seja, participar de um grupo que já tenha um espaço social garantido, tentam de todas as formas se enquadrar ao estilo de vida (incluindo o desenho do corpo, as roupas, o dialeto, a linguagem corporal) adotado por esse grupo. O grupo de amigos é uma importante fonte de apoio emocional durante a adolescência. Como lembra Papalia:

Adolescentes que estão passando por rápidas transformações físicas reconfortam-se estando com outros que estão passando por mudanças semelhantes. Adolescentes que desafiam os padrões adultos e a autoridade dos pais renovam sua confiança buscando aconselhamento com amigos que estão na mesma posição que eles. (2006, p. 500)

No mundo atual, dominado por discursos comodificados como o da moda, a mulher é convencida a acreditar que, para ser desejada ou ter sucesso, precisa se adequar aos modelos dominantes. Atualmente, ‘andar na moda’, estar magra, ter cabelos lisos e longos, etc. é adequar-se aos modelos que estão estampados nas revistas. Para uma adolescente que não se enquadra nesse modelo, por exemplo, por ser negra, não possuir roupas de grife ou ter os cabelos cacheados, com frequência sente-se excluída e ou discriminada.

A fase da adolescência é bastante complexa, pois as jovens passam por um turbilhão de mudanças, entre elas mudanças físicas e emocionais (ver tabela 3 abaixo), com as quais muitas vezes não sabem lidar.

CARACTERÍSTICAS FEMININAS	IDADE DE APARECIMENTO
Crescimento dos seios	6 aos 13 anos
Crescimento dos pêlos pubianos	6 aos 14 anos
Crescimento corporal	9,5 aos 14,5 anos
Menarca	10 aos 16,5
Pêlos auxiliares	Cerca de 2 anos após o aparecimento dos pêlos pubianos
Aumento na produção das glândulas sebáceas e sudoríparas (o que pode causar acne)	Aproximadamente na mesma época do aparecimento dos pêlos auxiliares.

Tabela 3 – Seqüência Usual de Mudanças Fisiológicas na Adolescência.
(PAPALIA, 2006, p. 443)

Não acrescentei na tabela acima as mudanças fisiológicas dos adolescentes do sexo masculino posto que a presente pesquisa envolve apenas adolescentes do sexo feminino. Sabemos que meninos e meninas crescem de maneiras diferentes; nas meninas as mudanças físicas são percebidas mais precocemente, pois seus corpos se desenvolvem cerca de dois ou três anos antes do que o dos rapazes. Quanto à altura, os meninos e as meninas alcançam sua altura final com a mesma idade, ou seja, por volta dos 18 anos.

A maioria dos jovens adolescentes preocupa-se mais com sua aparência do que com qualquer outro aspecto de si mesmos, e muitos não gostam do que vêem no espelho. As moças tendem a ser mais infelizes em relação a sua aparência do que os rapazes, refletindo a maior ênfase cultural sobre os atributos físicos das mulheres. As moças, principalmente as que estão adiantadas no desenvolvimento da puberdade, tendem a achar que estão muito gordas, e essa imagem corporal negativa pode acarretar problemas alimentares. (PAPALIA, 2006, p. 444)

Muitas revistas para adolescentes ensinam como calcular o IMC (índice de massa corporal) através de uma “fórmula muito simples: basta dividir seu peso em quilogramas pela altura (em metros) ao quadrado” (TODATEEN, janeiro/2008), ou seja, seguindo a fórmula abaixo:

$$\text{IMC} = \frac{\text{peso(kg)}}{\text{altura x altura(m)}^2}$$

Tabela 4 – Fórmula para calcular o I.M.C.
Fonte: TODATEEN, janeiro/2008

Há revistas femininas que afirmam que “o IMC entre 18,5 e 25 é sinal de que seu peso está ideal” (BOA FORMA, janeiro 2008). Entretanto, as adolescentes geralmente não se dão conta de que o IMC de crianças e de jovens em processo de desenvolvimento físico deve ser calculado de forma diferente de uma pessoa adulta. Em outras palavras, as fórmulas que aparecem nessas revistas não deveriam servir de parâmetro para as adolescentes, embora sejam apresentadas (e provavelmente aceitas) como tal.

O IMC considerado saudável, de acordo com a idade, para as adolescentes do sexo feminino é o seguinte:

IDADE	IMC
12 anos	16-22,1
13 anos	16,5 - 23
14 anos	16,8 – 23,9
15 anos	17,2 – 24,2
16 anos	17,6 – 24,7
17 anos	17,9 – 25,2
18 anos	18,1 – 25,5

Tabela 5 – I.M.C. ideal de acordo com a idade.
Fonte: www.copacabanarunners.net/imc-criancas.html

Na adolescência necessita-se consumir mais ou menos duas mil calorias por dia, valor que varia de acordo com o sexo, idade, peso e altura.⁵ As adolescentes precisam se dar conta de que um corpo em desenvolvimento necessita de cuidados especiais, e que deixar de comer pode impactar negativamente esse processo, pois o corpo jovem está em formação e os ossos estão se calcificando. Especialmente nessa fase da vida, alguns quilos de sobrepeso não significam que não se esteja saudável; por outro lado, a privação alimentar certamente implica em perda de saúde, algo que não é discutido nas revistas femininas para adolescentes. Em resumo, a preocupação com o peso e com o embelezamento corporal tem levado muitas adolescentes a estados de stress e depressão, além de acarretar problemas fisiológicos ligados à privação alimentar, como anemia, constipação, queda de cabelo, suspensão da menstruação, etc.

2.5 A REVISTA CAPRICHÔ

O mercado editorial brasileiro produz revistas direcionadas para todo o tipo de público.⁶ Entre as muitas revistas em circulação voltadas para públicos pré-estabelecidos, podemos citar:

- *Playboy, Placar, Quatro Rodas, Men's Health, Vip...*(público masculino);
- *Nova, Claudia, Marie Claire, Boa Forma, Corpo a Corpo* (público feminino adulto);
- *Capricho, Todateen, Atrevida, Carinho, Smack, Loveteen,...* (público feminino adolescente);

⁵ Fonte: CDC – Centers for Disease Control and Prevention, texto traduzido por Helio Augusto Ferreira Fontes disponível em www.copacabanarunners.net/imc-criancas.html

⁶ No Brasil há 453 tipos de publicações (jornais e revistas) em circulação. (Fonte:IVC – Instituto Verificador de informação. www.ivc.org.br acesso 07/07/2007)

- *Recreio, Atividades Disney, Revistas em quadrinhos* (Mônica, Tio Patinhas, etc.) (público infantil de ambos os sexos);
- *Princesas, Witch* (público infantil – somente para meninas);

Existem também aquelas revistas que se encaixam em mais de uma classificação, como, por exemplo, *Fluir, Superinteressante* e *Mundo Estranho*, destinadas ao público, geralmente jovem (masculino e ou feminino); *Veja, Istoé, Seleções, Época*, etc., para quem procura informações sobre a atualidade; e muitas outras. Existem revistas femininas direcionadas a todas as idades, para crianças, adolescentes e mulheres adultas, mas não há nenhuma revista exclusivamente para meninos ou jovens adolescentes do sexo masculino.

Muitos pesquisadores/analistas do discurso estão se interessando pelos discursos apresentados nas revistas femininas. Como afirma Heberle (2004, p. 85), “[as] revistas para mulheres têm sido objeto de estudo tanto em estudos culturais quanto em ACD”. O discurso midiático exerce um grande efeito nas leitoras de revistas, e esse poder, em grande parte discursivo, tem sido objeto de muitas discussões e pesquisas acadêmicas (e.g. CRAMER; CREEDON, 2006; WYKES; GAUNTLETT, 2002; JACKSON, STEVENSON; BROOKS, 2001; JOKE, 1995).

Todas as publicações direcionadas às mulheres, tanto as de temas específicos quanto as que cobrem assuntos mais gerais, têm uma característica em comum: servem como manuais de comportamento para as mulheres, dando conselhos sobre como elas devem se relacionar, trabalhar, cuidar dos filhos e da família, maquiar-se, vestir-se e cuidar do corpo. Em resumo, as mulheres são concebidas por esse mercado editorial como espaços abertos para a modelagem e transformação identitárias, inclusive no que diz respeito ao corpo (cf. MILLS, 1995; FIGUEIREDO, 2006).

Desde a menina mais jovem, que lê a revista *Princesas*, até as adolescentes que lêem a *Capricho* ou as mulheres adultas que lêem *Boa Forma*, *Cláudia* ou *Nova*, todas nós somos, a partir da mais tenra idade, ensinadas, através dessas publicações, a nos adaptarmos aos modelos socialmente aceitos de comportamento feminino e de identidade corporal, se quisermos conquistar valor e espaço sociais. Como afirma Andrade

Os discursos das revistas, tanto para mulheres como para meninas, se equivalem, de alguma forma, repetindo receitas e dicas para conquistar o homem, para cuidar da pele, do cabelo, para andar na moda, enfim, para atingirem aquele corpo que é representado na mídia como 'ideal' (2004, p. 111).

As revistas para adolescentes não fogem ao formato de 'guia de construção da feminilidade hegemônica', e abordam os mesmos temas das revistas para mulheres adultas (culto ao corpo, relacionamentos, sexo, dicas de beleza, moda, maquiagem), em espaços editoriais bastante semelhantes (seções de moda, de cartas, horóscopo, saúde, entrevistas, etc.). Entre as revistas destinadas ao público adolescente feminino as mais conhecidas são *Capricho*, *Todateen*, *Atrevida*, *Carinho*, *Smack*, *Loveteen*, como já citei anteriormente. Para esta pesquisa utilizei a revista *Capricho*.

A *Capricho* foi a primeira revista publicada pela editora Abril direcionada ao público feminino. Sua primeira edição foi lançada em junho de 1952, e seu conteúdo era composto apenas por fotonovelas.⁷ No início eram fotonovelas italianas reformuladas, ou seja, as cenas de sexo, assassinatos e tudo que pudesse ofender a moral da época, eram cortadas. No mesmo ano sua tiragem chegou a 500 mil exemplares, algo surpreendente para a época.

As vendas cresceram quando a revista começou a oferecer histórias inteiras, e não mais em capítulos, e quando trocou o formato de gibi pelo tamanho grande. Tinha chegado à dose que a leitora queria. Em agosto de 1953, "a revista da moça moderna" trazia a fotonovela completa *Corações Enamorados*. (<http://www.abril.com.br/institucional/50anos/femininas.html> acesso em 17/06/2007)

⁷ Segundo informações disponíveis no site <http://www.abril.com.br/institucional/50anos/femininas.html>



Figura 5 - Revista Capricho, agosto de 1953.

Ainda segundo o site da Editora Abril, a revista foi reformulada em 1981 e relançada ao público jovem, pois nesse ano as telenovelas apareceram com força total. A revista tornou-se de variedades e dedicada a dona de casa jovem, porque as leitoras da Capricho perderam a motivação pela leitura de fotonovelas já que tinham acesso diário a telenovelas em suas casas.

Em 1985, a publicação reduziu o número de exemplares passando por mais uma reformulação editorial. Nesse período, a Capricho foi intitulada a “revista da gatinha”, e passou a ter um público alvo bem definido, ou seja, adolescentes do sexo feminino. A edição de novembro de 1994, que trazia uma adolescente grávida na capa, foi um recorde de vendas, com 400 mil exemplares vendidos. (Ver anexo A)

A revista Capricho passou a ser publicada quinzenalmente a partir de março de 1996 e continua sendo uma publicação quinzenal até hoje. A publicação sofreu muitas modificações desde então, e está sempre se renovando para seguir as tendências do mercado. Assim, a revista acrescenta e retira seções quando percebe não serem mais atraentes para seu público, como podemos comprovar folheando revistas publicadas em diferentes datas. (Ver anexo B). Segundo a própria revista:

a Capricho nasceu adulta, em 1954, com fotonovelas. Em maio de 1985, virou ‘a revista da gatinha’ e trazia modelos nas capas. A partir de 96, foi a vez das celebridades. Essa, de 2003, ganhou até prêmio de melhor do ano. Em junho de 2006, nova mudança. (Capricho, ed. nº. 1000, setembro/ 2006, p. 20)

No gráfico abaixo podemos ver a circulação da Capricho por regiões do país:

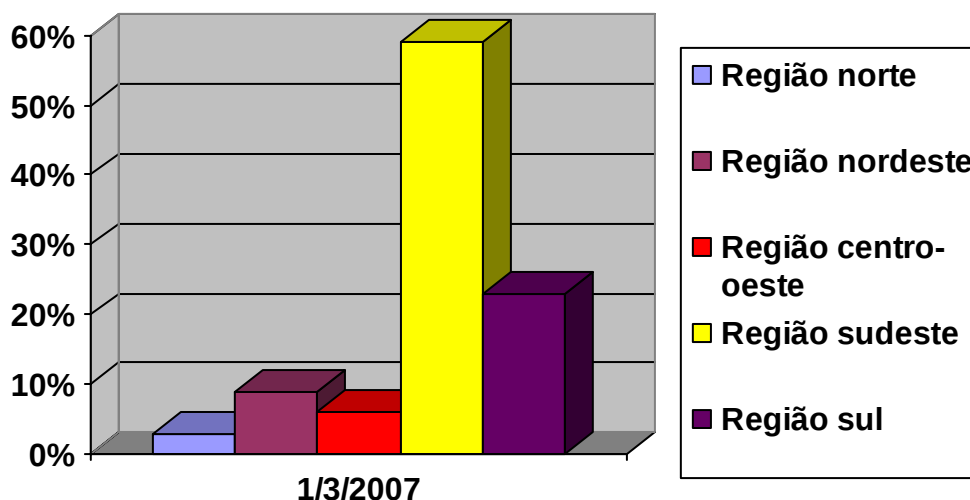


Gráfico 1 - Circulação da revista Capricho por região do país.

Fonte IVC – Instituto Verificador de Circulação, www.ivc.org.br, dados de março de 2007.

Segundo o gráfico 1, as regiões Norte (3%), Nordeste (9%) e Centro-Oeste (6%) são as regiões com um número menor de leitoras da revista. Como podemos observar, a grande maioria dos exemplares são vendidos nas regiões Sudeste (59%) e Sul (23%), onde se concentram as faixas populacionais com maior poder aquisitivo.

Quanto ao perfil do leitor da Capricho (idade, sexo e classe social), a editora Abril apresenta os seguintes dados:

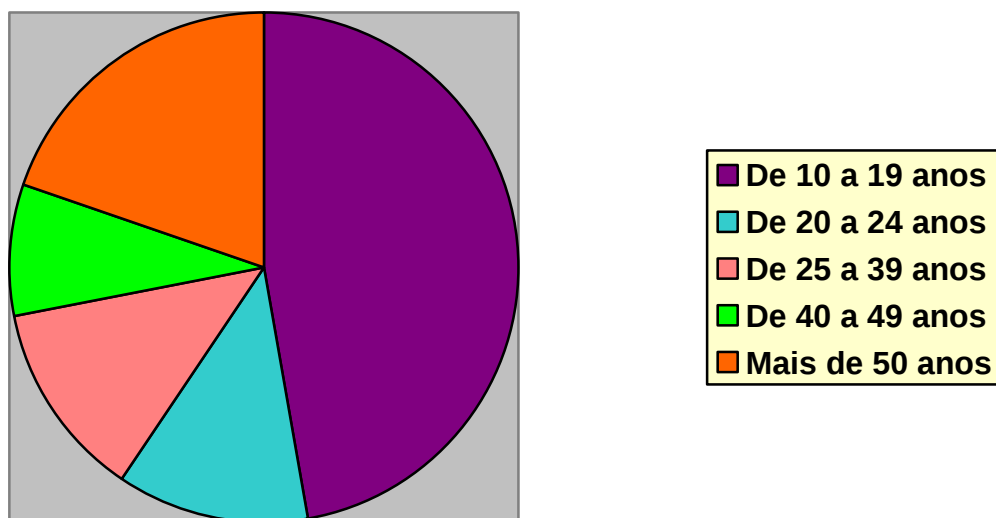


Gráfico 2 – Perfil do leitor – IDADE.

(Fonte: <http://www.publicidade.abril.com.br>, acesso em março de 2007).

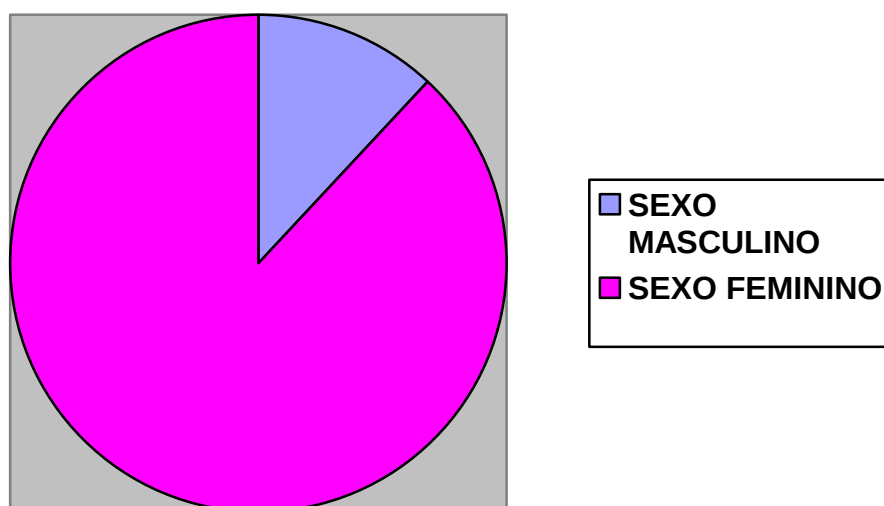


Gráfico 3 – Perfil do leitor – SEXO.

(Fonte: <http://www.publicidade.abril.com.br>, acesso em março de 2007).

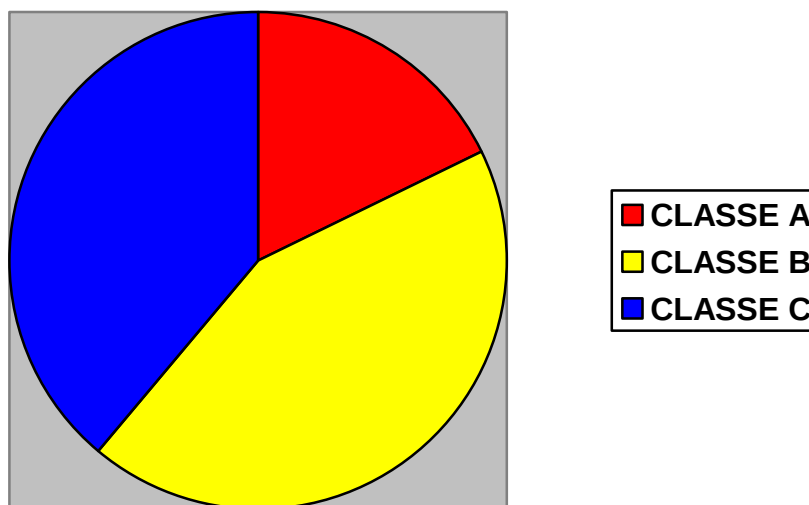


Gráfico 4 – Perfil do leitor - CLASSE SOCIAL.

(Fonte: <http://www.publicidade.abril.com.br>, acesso em março de 2007).

A partir dos dados obtidos no site da editora Abril, podemos dizer que quem lê a *Capricho* vive nas regiões Sul e Sudeste do país, tem entre 10 e 19 anos, é do sexo feminino, e pertence majoritariamente a classe média. Durante o mês de março de 2007 circularam um total de 74.250 exemplares da revista *Capricho* no território nacional, sendo 28.630 assinaturas, 45.620 exemplares avulsos e 5 exemplares no exterior.

Selecionei um exemplar da revista para ilustrar alguns dados. A *Capricho* da primeira quinzena do mês de setembro de 2006 tem 114 páginas, 33 com anúncios publicitários de diferentes produtos, 24 deles utilizando a figura da mulher, ou seja, 73% do total dos anúncios publicitários presentes nessa edição utilizam imagens de jovens adolescentes magras. As seções *About me* (fotos das leitoras), *Em órbita* (previsão astral), *Editorial de moda* (o que está se usando em diferentes cidades), *As gêmeas* (duas maneiras de usar o mesmo *look*), *Mundinho fashion* (o melhor de cada passarela), *180°* (mudanças radicais), *Meu corpo* (dúvidas sobre pele, cabelo, nutrição e ginástica), *Carregando* (o que

está na internet) e *V.P.I.* também são ilustradas com a figura do corpo adolescente feminino.

A função pedagógica dessas seções é evidente, como argumenta Figueira:

Identifico na *Capricho* a existência de uma pedagogia que, de certa forma, está educando adolescentes no que diz respeito à construção de seu corpo. Ou seja, como uma instância pedagógica, esta revista produz conhecimentos e saberes sobre o corpo, pois figuram nas suas páginas vários conselhos e recomendações que apontam caminhos e atitudes a serem seguidos, depoimentos de personalidades consideradas como exemplos, anúncios que vendem distintos produtos específicos, enfim, nas suas páginas ensina-se como ser uma adolescente bonita, atraente e moderna. [...] São inúmeros os editoriais, as reportagens, e artigos a dizer o que é ser adolescente, como são inúmeras, também, as imagens a mostrar atitudes e corpos que não apenas são, mas retratam e produzem um jeito adolescente de ser. (2005, p. 127-131)

Com relação ao culto ao corpo, a revista utiliza tanto recursos visuais (fotos de modelos, atrizes e meninas magras) quanto textos verbais curtos para descrever e/ou exortar o corpo magro como padrão de beleza feminina. Sobre a utilização de recursos visuais pela mídia de massa, sobretudo para representar identidades corporais, Oliveira e Napoleão (2008, p. 90) afirmam que “a mídia aciona os mecanismos de projeção e de identificação, criando laços afetivos com o espectador. [...] Por isso, há uma grande preocupação com o trabalho técnico, visando garantir belas imagens. O visual passa a prevalecer sobre o verbal. O registro lúdico-estético também é uma maneira eficiente de seduzir o espectador, de entretê-lo.”

Em resumo, embora Figueira argumente que “observando a *Capricho* seja possível identificar que lá estão estampadas diferentes representações de corpo” (2005, p. 127), e embora essas representações possam variar quanto a estilos de vestuário ou ‘tribos’, o modelo corporal é sempre o mesmo: o corpo magro.

Nas edições publicadas no ano de 2006 não foram encontradas explicitamente receitas e dietas para emagrecer, mas em outubro desse mesmo ano foi lançado um *Guia teen de dietas saudáveis*, uma edição especial da *Capricho*. Esse guia continha informações sobre como calcular o IMC (índice de massa corporal), a importância das seis refeições diárias, mitos e verdades sobre os alimentos que engordam, os alimentos e suas calorias, atividades

físicas, inimigos da dieta, o que comer em diferentes lugares sem engordar (pizzaria, shopping, festa, escola, etc.) e, sobretudo, várias dietas.



Figura 6 - Capricho edição especial, outubro de 2006.

Na seção *Mundinho fashion* da edição de setembro de 2006, editada por Cecília Fontes, podemos observar diferentes semioses (fotos, ilustrações, fontes e textos verbais curtos) trabalhando para construir e reforçar um modelo de identidade adolescente que incluiu um corpo bastante magro, cabelos lisos e claros, e pele branca.



Figura 7 – Seção da Capricho *Mundinho fashion*.

(CAPRICHIO, setembro/2006, p. 56)

Com relação ao público alvo da revista Capricho, Figueira corrobora os dados mostrados acima, e afirma que a adolescente “para quem e de quem [a Capricho] fala é branca, de classe média e heterossexual” (2005, p. 128). Muitas das jovens mulheres que aparecem nas páginas da revista são atrizes bonitas e magras, muitas delas atuando na *Malhação*, novela de sucesso entre o público adolescente.⁸

⁸ *Malhação* é uma novela da rede Globo de televisão direcionada ao público adolescente, transmitida de segunda a sexta-feira às 17h40min, com aproximadamente 30 minutos de duração diária.



Figura 8 – Capa da revista Capricho, janeiro de 2006.

As leitoras provavelmente se identificam com as atrizes, que são conhecidas e fazem parte de suas vidas, já que todos os dias entram em suas casas como personagens da novela, tornando-se quase ‘amigas íntimas’.

Outros produtos televisivos de massa (e seus participantes/celebridades) também são promovidos pela Capricho, como podemos ver na capa da edição da primeira quinzena do mês de abril de 2007, que traz uma ilustração de Alemão e Íris, dois participantes do *reality show* BBB 2007 (Big Brother Brasil) (ver ilustração 9 abaixo).



Figura 9 – Capa da revista Capricho, edição especial de moda, abril de 2007.

Embora essas celebridades tenham uma duração meteórica no imaginário popular, elas representam o importante papel de ‘modelos de vida’, constituindo o que Morin chamou de ‘olimpianos’. O “olimpianismo”, ou seja, a promoção de indivíduos a heróis, vedetes, um misto de humano e sobre-humano, é uma tendência forte da cultura de massa. Nos termos de Morin, os “olimpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que veste os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (1981, p. 106).

A ilustração 9 representa a capa da revista da qual foi retirado o artigo lido pelas adolescentes como parte do protocolo de coleta de dados desta pesquisa. A foto do casal foi digitalmente modificada, fazendo com que eles pareçam personagens fictícios de uma

animação gráfica. Essa estratégia semiótica transforma seres comuns em “celebridades, heróis e estrelas [que] estabelecem uma relação entre o real e o imaginário, porque, além do mundo terreno, participam do mundo sobrenatural e dos sonhos” (CAMPOS, 2008), um mundo duplamente imaginário, uma vez que a própria participação num *reality show*⁹ já confere a uma pessoa comum o status de celebridade instantânea, o que é reforçado na capa da Capricho para recontextualização desses personagens como figuras ainda mais mitificadas, agora personagens de animação gráfica.

No site de vendas da editora Abril podemos observar, no seguinte excerto, como a editora classifica a revista e seu público alvo:

CAPRICHÔ mudou. Agora, a revista das garotas brasileiras está com uma pegada mais *cool* ainda. Moda de rua, beleza inteligente, muita informação engraçada, curiosa e o que há de mais legal em arte e conteúdo jovem. Capricho: irreverente, independente, inteligente, in, decente! Periodicidade: Quinzenal. (www.assineabril.com acesso no dia 25/04/07 20:35)

Em geral, as adolescentes não gostam de ler, não se prendem a textos longos, pois estes não chamam atenção (“têm muita coisa para ler”, como as jovens afirmam). Em resumo, através de textos curtos e de muitas ilustrações a Capricho consegue, em diferentes gêneros textuais, prender a atenção de suas leitoras, disseminar o modelo hegemônico de corpo magro e estimular o consumo ligado a esse modelo de corporeidade.

Uma importante característica da mídia impressa é a utilização de imagens, o que consiste num meio eficaz para o convencimento e o controle das leitoras. [...] Pode-se dizer ainda que a revista Capricho é composta de reportagens curtas, destinando grande parte de seu espaço jornalístico para imagens, provavelmente uma estratégia editorial para atingir o público adolescente, que prefere textos curtos e multimodais. (DAUFEMBACK, 2008)

⁹ Os *reality shows* são um dos produtos da indústria cultural de massa que geram celebridades instantâneas. Segundo Campos (2008, p.4), “uma celebridade tem uma curtíssima trajetória, já que alimenta a necessidade da novidade, uma das características da indústria cultural. [...] Um exemplo da criação de celebridades são os ‘*reality shows*’, que não faz muito tempo surgiram na televisão. Tudo ali é fabricação: a casa, em alguns casos; a privacidade artificial; os tipos construídos pelos participantes; e a intensa exposição a que se submetem, durante e depois do espetáculo.”

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A primeira etapa dessa pesquisa consistiu de um levantamento bibliográfico, ou seja, foi feita uma revisão da literatura sobre o tema “representações identitárias na mídia de massa”. Paralelamente, foi aplicado um questionário com o propósito de mapear os futuros sujeitos de pesquisa. Uma vez selecionadas as participantes da pesquisa, foi aplicado um protocolo de leitura que gerou textos interpretativos a partir da leitura de um artigo da revista *Capricho* pelas participantes. Essa segunda etapa da pesquisa, seguindo uma abordagem qualitativa, consistiu da análise crítica (micro e macrotextual) dos textos interpretativos produzidos individualmente pelas leitoras, como explico na sub-seção abaixo.

3.1 PESQUISA QUALITATIVA

As pesquisas qualitativas são principalmente interpretativas, ou seja, “guiadas por um conjunto de crenças e de sentimentos em relação ao mundo e ao modo como este devia ser compreendido e estudado” (DENZIN; LINCON, 2006, p. 34). Qualquer definição de pesquisa qualitativa deve ser entendida dentro de um contexto histórico, uma vez que a pesquisa qualitativa tem um significado diferente em cada época.

A pesquisa qualitativa é direcionada. Seu foco de interesse parte de uma perspectiva diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos. Dela faz parte a obtenção de dados descritivos mediante contato direto e a interação do pesquisador com o objeto de estudo. Através dela, o pesquisador procura entender os fenômenos segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí, situar sua interpretação dos fenômenos estudados (RAUEN, 2006, p. 46).

Optei pela pesquisa qualitativa por ela ser participativa e trabalhar com descrições, comparações e principalmente interpretações, o que propicia reflexão a respeito das questões culturais que envolvem o problema da obsessão pela magreza. Para a compreensão de fenômenos culturais como o culto ao corpo, precisamos buscar dados qualitativos, como os que encontramos em textos da mídia de massa.

Segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 17), a pesquisa qualitativa é uma atividade situada que localiza o observador no mundo, ou seja, é um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão maior viabilidade ao mundo. Ainda segundo os autores, existem quatro paradigmas interpretativos principais: positivista e pós-positivista, construtivista-interpretativo, crítico e feminista-pós-estrutural. A presente pesquisa, baseada na abordagem proposta pela ACD, se relaciona com o paradigma interpretativo crítico.

3.2 COLETA, SELEÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DO *CORPUS*

Para obter os textos interpretativos sobre o artigo da *Capricho*, utilizei uma adaptação de protocolo verbal (ERICKSON; SIMON, 1987) com o objetivo de fazer com que as leitoras focassem as questões relativas ao corpo presentes no artigo lido, e não outras questões consideradas periféricas para essa pesquisa (ver anexo D). O tipo de protocolo verbal adaptado aqui foi o auto-relato ou auto-percepção (retrospecção) (BONINI, 2002), sendo que os sujeitos foram chamados a relatar, por escrito, sua experiência de certos aspectos do texto lido à pesquisadora/analista. Como já disse, analiso criticamente como essas leitoras jovens interagem com o modelo de corpo prescrito pela revista, e como se relacionam, em termos de poder, com a revista enquanto instituição produtora de textos e enquanto mediadora de informações sobre o corpo.

O *corpus* de pesquisa foi montado com textos interpretativos produzidos por essas adolescentes a partir da leitura de um artigo da revista *Capricho*, escolhido por mim, sobre a temática do culto ao corpo: “Made in Brazil * A polêmica do I.M.C” (*Capricho*, Abril, 2007).

O artigo, escrito por Luiza Andrade, foi publicado na seção *Reportagem de Moda* da edição da primeira quinzena do mês de abril de 2007. A primeira página exibe a foto da modelo Bruna Tenório, extremamente magra, quase emaciada. O corpo da modelo é o elemento mais destacado, seguido do título “Made in Brazil” em letras grandes e do subtítulo, no qual a frase ‘**estouraram no circuito [da moda internacional]**’ está escrita em letras maiúsculas.



Figura 10 – Modelo Bruna Tenório, *reportagem de moda*, *Capricho*, abril de 2008.

A segunda página está dividida em dois blocos; o primeiro apresenta a história da carreira da modelo Bruna Tenório e o segundo a definição do termo *neotops* (modelos muito jovens, recém chegadas ao mercado, mas de grande sucesso). Na terceira e quarta páginas

aparecem as demais modelos *neotops*. Além dessas, na quarta página aparecem fotos de mais quatro modelos consideradas “apostas da Capricho”. Todas as modelos presentes no artigo são identificadas por uma foto de rosto, nome, idade, agência e IMC.

Na quinta e última página há um texto intitulado ‘A polêmica do IMC’. Como recurso visual, há alguns ramos de mosquitinho [nome popular de florzinhas miúdas e com caules fininhos] como pano de fundo para o artigo. O texto está dividido em dois blocos e aborda a polêmica, iniciada na semana de moda de Madri, sobre a proibição de modelos com IMC abaixo de 18 de desfilarem.

As quatro primeiras páginas do artigo fazem uma clara apologia às ‘olimpianas’ (as modelos ilustradas), vendendo para as leitoras adolescentes da Capricho a ilusão de que, assim como aquelas modelos famosas, elas também podem ser ‘descobertas’ e alcançarem o mundo da moda e do glamour, desde que permaneçam magras e ‘belas’. Somente na última página é apresentado o problema do peso extremamente baixo das neotops, embora essa questão seja a tal ponto naturalizada pela fala da jornalista que se transforma em “um fato da vida”, algo contra o qual não se pode lutar ou questionar, como podemos ver no excerto abaixo:

Para nós, mortais, o IMC 18 é até menor do que o aceitável (abaixo de 18,5 já seria peso baixo). **Mas, no mundo das modelos, esse número pareceu um absurdo.** Isso porque, como você pode conferir nas páginas anteriores, **modelos costumam ter IMCs baixíssimos, raramente acima dos 17.** (“Made in Brazil * A polêmica do I.M.C” - Capricho, abril de 2007, p. 90).

Na primeira coleta de dados, a qual me refiro como pesquisa piloto, trabalhei com leitoras selecionadas após conversa informal em sala de aula sobre assiduidade de leitura de revistas femininas. Para essa etapa da coleta dos dados foram utilizados os seguintes instrumentos: um questionário respondido pelas adolescentes antes da leitura do artigo da revista Capricho; o artigo “A que século pertence o seu corpo?”, da edição da primeira

quinzena do mês de abril de 2006; e um protocolo verbal, com o objetivo de fazer com que os sujeitos da pesquisa produzissem um texto interpretativo após a leitura do artigo da Capricho.

Como comentei acima, a coleta de dados ocorreu em duas etapas. Na pesquisa piloto (novembro/2007), foram produzidos textos por dez leitoras com idades entre 14 e 15 anos que cursavam o nono ano do ensino fundamental, todas minhas alunas da disciplina de língua portuguesa. Essas adolescentes pertenciam às classes média e alta e todas estudavam (à época) em uma mesma escola da rede particular de ensino da cidade de Criciúma, SC.

A pesquisa piloto foi realizada em um encontro em minha casa (ver anexo G¹⁰), quando apresentei a edição impressa da revista na qual foi publicado o artigo e entreguei uma cópia xérox a cada uma delas para leitura individual. O texto produzido pelas participantes, seguindo o protocolo verbal, foi elaborado individualmente, sem intervenção das colegas ou minha. No primeiro experimento, com o objetivo de deixar as adolescentes o mais a vontade possível, sem se preocupar com a avaliação, aconselhei-as a escrever como se fosse para si mesmas. Entretanto, as participantes escreveram muito resumidamente, gerando uma quantidade insuficiente de material para análise, o que exigiu a adaptação e re-aplicação do protocolo verbal.¹¹

A segunda coleta foi feita um ano e meio depois (março/2009) em sala de aula, reapresentando o protocolo, com pequenas alterações, e enfatizando a importância da escrita das participantes para minha pesquisa. Utilizei duas aulas de redação para a elaboração do texto. Desta vez contei com a colaboração das atuais professoras das adolescentes, já que elas não são mais minhas alunas. No ano de 2009 as adolescentes que participaram da primeira

¹⁰ Tenho as autorizações por escrito dos pais de todas as adolescentes que ilustram esta pesquisa.

¹¹ Esse fato confirma que, fora do contexto da avaliação escolar de sua produção textual, quando escrevem para si mesmas, as adolescentes produzem textos muito curtos e através de códigos, isto é, tendem a resumir o texto em apenas uma frase. Por exemplo, em pesquisa com diários de adolescentes, Daufemback (2004) constatou que, nos textos íntimos produzidos pelas jovens escritoras, a escrita se dá de forma espontânea e informal, o que nem sempre acontece nas produções escolares, pois nos seus diários as adolescentes escrevem para elas mesmas. São relatos pessoais e confidenciais, bastante curtos e 'livres' do enquadre da redação escolar.

coleta já não estudavam todas juntas, algumas haviam trocado de colégio, o que me levou a fazer a segunda coleta com duas turmas, dos dois colégios que as adolescentes freqüentam atualmente. Identificarei as duas turmas no decorrer da análise como turma A e turma B, correspondendo aos dois colégios nos quais os dados foram coletados. O experimento foi apresentado a todos os alunos das duas turmas, inclusive aos meninos, como uma tarefa com objetivo duplo: produzir dados para uma pesquisa científica e como atividade de redação. Desse material, selecionei para compor o *corpus* apenas os textos produzidos pelas meninas, pois somente me interessa a escrita das adolescentes leitoras assíduas da revista Capricho.¹²

O questionário do protocolo aplicado (ver anexo C) teve como objetivo re-avaliar as adolescentes e verificar quais delas eram leitoras assíduas da Capricho (comprovar quais adolescentes presentes na primeira pesquisa ainda liam a revista e se alguma aluna “nova” poderia participar da segunda coleta).

A turma do colégio A tem 40 alunos, 23 do sexo feminino. Entre essas adolescentes, três não lêem frequentemente a revista Capricho, as 20 demais alunas são leitoras assíduas.

A turma do colégio B tem 38 alunos, 21 do sexo feminino. Entre essas adolescentes, uma não quis participar da pesquisa, três não lêem a revista Capricho, cinco conhecem a revista, mas a lêem esporadicamente, não podendo, portanto, serem consideradas assíduas, e as 12 demais alunas são leitoras assíduas, sendo duas assinantes da revista.

Para a montagem final do *corpus* foram utilizados somente os textos produzidos pelas adolescentes do colégio B. Isso se deve ao fato de que, como os protocolos foram apresentados como atividades de sala de aula, a professora do colégio A decidiu dar nota para os textos interpretativos produzidos pelas alunas, o que fez com que elas focalizassem as normas de uma redação escolar, e não a produção de um texto interpretativo mais ‘livre’. Por

¹² Ao aplicar o questionário descobri que há alguns adolescentes do sexo masculino que são leitores da Revista Capricho. Um deles respondeu ser assinante da revista Placar e Capricho. Ao ser questionado sobre o assunto, o adolescente declarou que assinou a Capricho em seu nome para a irmã e que lê todas as edições.

outro lado, as alunas do colégio B produziram seus textos sem a preocupação com notas, apenas como parte de uma pesquisa científica, gerando textos mais espontâneos, isto é, mais focados no conteúdo e menos na estrutura gramatical.

3.2.1 Sujeitos de pesquisa

As participantes da pesquisa são todas adolescentes entre 15 e 16 anos. Foram selecionadas 12 participantes, aquelas que se encaixavam no perfil desejado para serem os sujeitos de pesquisa – jovens leitoras assíduas da *Capricho*, isto é, que assinam a revista ou lêem todas as edições. As adolescentes não são identificadas pelo nome, mas sim por um número individual, ou seja, informante 1, informante 2 e assim sucessivamente. Todas as participantes pertencem ao colégio B. Como já relatei anteriormente, a turma do colégio B para a qual foi aplicado o protocolo conta com 21 adolescentes do sexo feminino. Dentre essas, uma não quis participar da pesquisa, três não lêem a revista *Capricho* e cinco não são leitoras assíduas (lêem *uma vez por mês ou raramente*, respostas dadas na pergunta 2 do questionário).

Das doze informantes selecionadas, cinco participaram da etapa anterior (informantes 2, 4, 10, 11 e 12), as demais não foram minhas alunas. Os dados sobre as participantes estão dispostos graficamente na tabela 4 a seguir:

PARTICIPANTE	IDADE	REVISTAS QUE LÊ	ASSIDUIDADE NA LEITURA DA CAPRICHOS	ACESSO AO SITE DA CAPRICHOS	PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA PILOTO
Informante 1	16 anos	Capricho, Veja (assinante) e Boa Forma	Assinante	diariamente	Não
Informante 2	Não informou	Capricho, Caras e Toda Teen	Assinante	Várias vezes ao dia	Sim
Informante 3	16 anos	Capricho	Lê e relê todos os dias	Quase nunca acessa	Não
Informante 4	16 anos	Capricho e Veja	Acompanha todas as edições	diariamente	Sim
Informante 5	15 anos	Capricho, Caras e Veja	Lê sempre, adora ler	Sempre que está na internet	Não
Informante 6	15 anos	Capricho e Toda Teen	Quase sempre	Quase todos os dias	Não
Informante 7	15 anos	Capricho, Super-interessante e Corpo-a-corpo(assinante)	Toda semana	semanalmente	Não
Informante 8	15 anos	Capricho, Veja e super-interessante (assinante)	Sempre	Nunca acessa	Não
Informante 9	15 anos	Capricho	Toda semana	Duas a três vezes na semana	Não
Informante 10	16 anos	Capricho	Todos os dias	Acessa pouco	Sim
Informante 11	Não informou	Capricho e Corpo-a-Corpo	Lê todas	Nunca acessou	Sim
Informante 12	Não informou	Capricho	Sempre	Sempre que sobra tempo	Sim

Tabela 6 – Respostas do questionário aplicado.

3.2.2 Questões semi-estruturadas

O questionário apresentado às participantes teve por base as seguintes perguntas:

1. Você costuma ler revistas?
2. Com qual frequência?
3. Qual a revista que você mais lê?

4. Você é assinante de alguma revista? Qual?

Se você escreveu revista Capricho nas questões 3 ou 4 continue respondendo a pesquisa.

5.Com qual frequência você lê a revista Capricho?

6.Você conhece o site da revista Capricho?

7.Com qual frequência você acessa ao site?

8.O que mais lhe chama atenção na revista Capricho?

9.Por que você lê a revista Capricho?

As questões foram elaboradas com o objetivo principal de mapear o perfil das adolescentes e selecionar as participantes da pesquisa.

As questões 1 e 2 são gerais, apenas para verificar se as adolescentes lêem revistas e com qual frequência, questões elaboradas para serem respondidas por adolescentes de ambos os sexos, já que a pesquisa foi aplicada em sala de aula a todos os alunos da classe.

A questão 3 é mais focada com relação ao objetivo da pesquisa, ou seja, pretende identificar quais são as revistas apreciadas pelos adolescentes. Essa questão também foi elaborada para ambos os sexos apenas como ponto de partida para as demais questões relevantes a esta pesquisa. Nas respostas da questão 3, as revistas mais citadas são: Veja (a mais lida por ambos os sexos), seguida pelas revistas Capricho, Super-interessante, Corpo a Corpo, Caras e Boa Forma.¹³ A questão foi elaborada para obter apenas uma resposta, “Qual revista você mais lê?”, mas alguns alunos indicaram mais de uma revista.

As questões 4 e 5 têm grande importância. A partir das respostas coletadas nessas questões selecionei as participantes da pesquisa. Trabalhei apenas com as adolescentes do sexo feminino que são leitoras assíduas da Revista Capricho, ou seja, aquelas que são assinantes ou lêem todas as edições desta revista.

¹³ Acredito que a revista Veja foi citada pelos adolescentes como a mais lida porque, em ambos os colégios, os alunos têm aula de Atualidades e os professores estimulam a leitura desta revista, acrescentando questões relacionadas ao conteúdo desta revista nas provas.

As questões 6 e 7 são voltadas ao site da publicação, já que a leitura da revista não se restringe somente à edição impressa, mas também ao seu conteúdo virtual.

As questões 8 e 9 propiciam relatos, uma vez que as adolescentes dispunham de um espaço maior para deixarem claro o interesse pela revista, como podemos ver nos gráficos a seguir.

Para a pergunta de número 8 do questionário (“O que mais lhe chama atenção na Revista Capricho?”), as respostas foram as mais variadas, como podemos ver no gráfico 5.

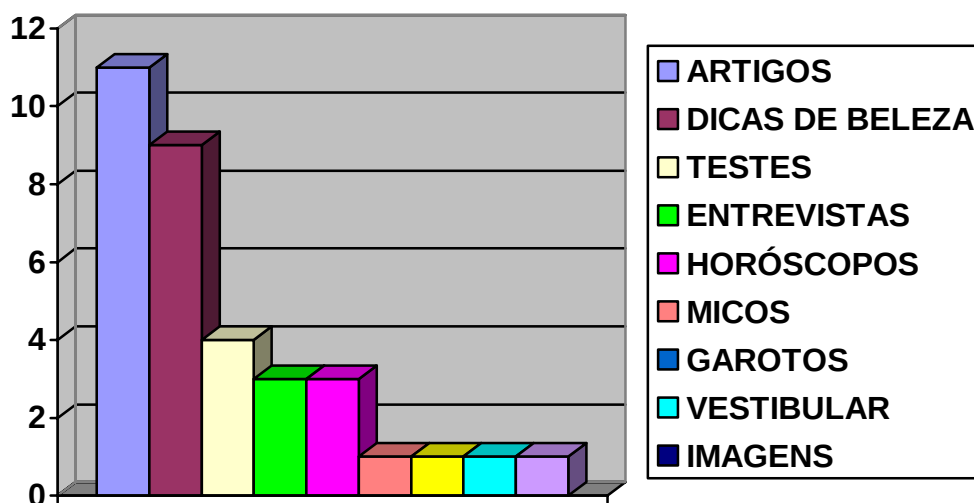


Gráfico 5 – O que mais lhe chama atenção na Revista Capricho?

Onze das doze meninas responderam que o que mais chama atenção na revista Capricho são os artigos, referidos por termos como: **“textos”, “histórias”, “informações” e “artigos”**. A segunda resposta mais freqüente (nove meninas) foram as **“dicas”**: **“dicas de beleza”, “dicas de comportamentos”, “dicas de moda” e/ou “dicas de maquiagens”**. As demais respostas se referem a distintas seções da revista: quatro responderam **“testes”**, três **“entrevistas”**, três **“horóscopos”**, uma respondeu **“micos”**, uma **“garotos”**, uma **“vestibular”**. Uma das informantes declarou que o que mais lhe chama a atenção na Capricho são as **“imagens”**.

Ao ler as respostas da questão 9 do questionário aplicado (“Por que você lê a Revista Capricho?”), verifiquei que algumas adolescentes possuem mais de um motivo para lerem a revista, as respostas mais frequentes foram: leio a revista Capricho porque ela é **“direcionada ao público jovem”** / **“fala do mundo das garotas”** (oito informantes). Em segundo lugar as adolescentes declararam ler a Capricho porque ela **“traz artigos que prendem a atenção”** / **“é gostosa de ler”** / **“traz artigos de moda e comportamento”** (seis informantes). Cinco das adolescentes responderam que lêem a revista porque ela **“traz informações”** / **“para ficar atualizada”**. Três responderam que a revista é **interessante**, uma que a revista é **“colorida”**, uma porque tem **“entrevistas”** e uma lê porque a revista traz **“curiosidades”**.

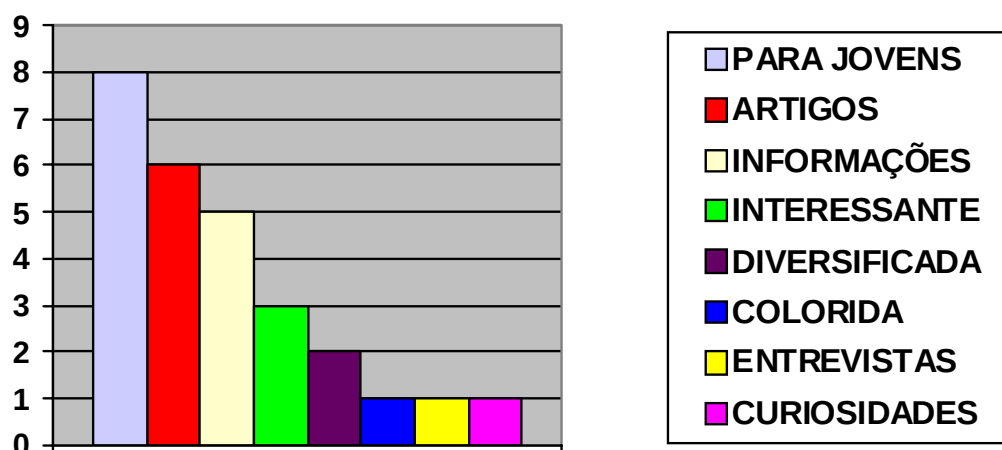


Gráfico 6 – Por que você lê a Revista Capricho?

4 ANÁLISE DOS DADOS

O *corpus* desta pesquisa é composto de textos interpretativos produzidos por adolescentes do sexo feminino após lerem um artigo da revista *Capricho*. Todos os textos têm, em média, 20 linhas. Disponibilizei uma folha com 24 linhas para a escrita dos textos e somente três ultrapassaram o espaço delimitado.

Para Resende e Ramalho (2006, p. 56-7), a linguagem é um sistema aberto a mudanças socialmente orientadas, o que lhe provê sua capacidade teoricamente ilimitada de construir significados. Fairclough (2003) amplia o diálogo teórico entre a Análise Crítica do Discurso e a Linguística Sistêmico-Funcional, propondo que a linguagem é organizada em torno de três tipos de significados, correspondentes às metafunções hallidayanas (ideacional, interpessoal e textual - Cf. HALLIDAY, 2004): o significado acional, o representacional e o identificacional. No novo enquadre analítico da ACD, a função textual é incorporada ao significado acional, deixando de ser investigada separadamente. Nas seções abaixo, apresento a análise desses três tipos de significado no corpus de pesquisa.

4.1.1 Significados acionais: discurso como gênero discursivo

Segundo Fairclough (2003), os gêneros são formas de ação por meio de textos. Assim, ao analisar gêneros investigam-se as ações e interações em eventos sociais e o texto como interação, pois os gêneros propiciam ações particulares e determinam efeitos sociais. Fairclough classifica os gêneros em três tipos: *pré-gêneros*, que seriam os gêneros mais abstratos; *gêneros situados*, aqueles menos abstratos; e *gêneros desencaixados*, que se encontram no meio da curva decrescente de abstração. Os três tipos de gêneros fazem parte de

redes de práticas específicas. Ao analisar um texto do ponto de vista de seus significados acionais, i.e. do gênero que constitui o texto como forma de ação, o objetivo é verificar como esse texto contribui para a interação social em eventos sociais concretos.

No caso em análise, os textos interpretativos produzidos pelas adolescentes, assim como o questionário respondido por elas em sala de aula, podem ser considerados gêneros situados, pois ambos foram produzidos em contextos específicos e como forma de interação entre a pesquisadora e as participantes e entre as participantes e o artigo da *Capricho*. A leitura e interpretação do artigo foram feitas somente na sala de aula em um período estipulado, quebrando assim a tradicional proibição da leitura de revistas durante o período de aula, inclusive nos intervalos (regra da escola).

O desenho metodológico da pesquisa foi estruturado por um *sistema de gêneros* (BAZERMAN, 1994), que culminou no texto interpretativo produzido pelas participantes, objeto de análise micro e macro estrutural, como podemos ver na figura abaixo. Segundo Bonini (no prelo), os sistemas de gêneros podem ser vistos como elementos de uma seqüência de práticas e ações sociais.

<u>Sistema de gêneros envolvido na presente pesquisa</u>
Gênero 1: Questionário para mapear o perfil das leitoras (ver anexo C)
Gênero 2: O comando (protocolo) para obtenção do texto interpretativo (ver anexo D)
Gênero 3: Artigo da revista <i>Capricho</i> lido pelas participantes (ver anexo E)
Gênero 4: Textos interpretativos produzidos pelas participantes (ver anexo F)

Tabela 7 - Sistema de gêneros envolvido na presente pesquisa.

Na abordagem sócio-retórica de gêneros (BAZERMAN, 1994; MILLER, 1994a e b; BONINI, no prelo), a *Capricho* pode ser classificada como um hipergênero por apresentar um sistema de disposição das informações, que envolve sumário, introdução, editorial, etc.

(*gêneros organizadores*), e notícias, entrevistas, seção de cartas, etc. (*gêneros de funcionamento*). A revista também pode ser classificada como mídia, no sentido de tecnologia de interação linguageira, com formas próprias de produção e recepção. A revista também é suporte no sentido material, ou seja, ela é constituída por um objeto material composto de páginas unidas numa brochura (BONINI, no prelo).

Essa pesquisa incluiu os gêneros questionário, artigo, comando e os textos gerados a partir deste protocolo. Apesar de serem gêneros situados, pois fazem parte de uma rede específica de práticas, os textos produzidos pelas adolescentes trazem marcas de intertextualidade na forma de outras vozes, por exemplo, a voz da autora do artigo. Para Fairclough (2003, p. 218-9):

A intertextualidade de um texto é a presença nele de elementos de outros textos (e, portanto, potencialmente de outras vozes além da do autor) que podem estar relacionados (dialogar, presumir, rejeitar, etc.) de várias formas. A forma mais comum e disseminada de intertextualidade é o *discurso relatado* (incluindo a escrita e a fala relatada), embora haja outras (incluindo a ironia). (Tradução minha)

O autor propõe a existência de quatro tipos de relatos: *relato direto* (fiel ao que foi dito); *relato indireto* (paráfrase ou resumo do que foi dito); *relato indireto livre* (resumo do que foi dito sem utilizar as palavras exatas do discurso que foi dito, por exemplo, o utilizado na mídia impressa); e *relato narrativo de ato de fala* (relato que não explicita um conteúdo, por exemplo, quando se afirma - ele prometeu - sem esclarecer o conteúdo da promessa). Segundo Resende e Ramalho (2006, p. 67):

Analisar em textos quais vozes são representadas em discurso direto, quais são representadas em discurso indireto e quais as consequências disso para a valorização ou depreciação do que foi dito e daqueles(as) que pronunciaram os discursos relatados no texto pode lançar luz sobre questões de poder no uso da linguagem.

A análise dos significados acionais focaliza o texto como modo de interação em eventos sociais, aproximando-se da função interpessoal (HALLIDAY, 2004), pois a ação discursiva (i.e. os gêneros) legitima ou questiona relações sociais. Uma perspectiva

interessante de análise dos significados acionais é a investigação da orientação dada para a diferença nos textos, ou seja, como as vozes e posições de terceiros são neles incorporadas. Sobre esse tema, Resende e Ramalho (2006, p.70) declaram que “por meio de escolhas lingüísticas feitas pelo locutor para representar o discurso de outro, é possível analisar se ele [o locutor] concorda, discorda ou polemiza outros atos de fala da rede de práticas sociais”.

Quanto às vozes presentes nos textos produzidos pelas adolescentes, podemos classificá-las em três tipos: *as vozes das próprias adolescentes* (indicadas pela presença maciça de orações na primeira pessoa do singular); *a voz da autora do artigo da revista, dos estilistas, bookers, modelos e agentes de saúde* mencionados por elas (o que constitui um relato de um outro discurso relatado); e *a voz da escola*, demonstrando que a intertextualidade é um poderoso mecanismo de construção textual (e, por conseguinte, de construção de relações sociais).

Com relação à voz da autora do artigo (Luiza Andrade), as adolescentes utilizaram o relato indireto livre para referir-se às posições da jornalista, com orações que indicam um processo inferencial por parte das leitoras na tentativa de interpretar a intenção da autora:¹⁴

- (1) *Informante 2* – “[...] o **objetivo do autor** é mostrar que não devemos nos igualar as modelos [...]”.
- (2) *Informante 3* – “[...] o **objetivo do autor**, além de informar é de alertar e tentar contribuir para que o nível de modelos anorexas [sic] diminua. [...]”.
- (3) *Informante 4* – “[...] O **objetivo do autor** é mostrar que a magreza pode se tornar um problema para a saúde. [...]. Recentemente tem se falado muito sobre a proibição de modelos com IMC baixo de desfilarem, **mas como o texto mostra** o IMC abaixo de 17 é natural para as modelos. [...]”.
- (4) *Informante 6* – “[...] O **autor tem como objetivo** levar informações as leitoras para serem saudáveis e aceitar seu corpo. Eu concordo **com o que foi dito**, pois a magreza nem sempre é saúde. [...]”.

¹⁴ Inadvertidamente, no protocolo foi requisitado às participantes que relatassem o objetivo “do autor” ao escrever sobre o artigo lido. Como utilizei o masculino genérico para referir-me a/o autor(a), as participantes fizeram o mesmo, como podemos ver nos exemplos de 1 a 6, sem contemplar a possibilidade (bastante forte, em se tratando de uma revista para meninas adolescentes) de que o texto tivesse sido produzido por uma mulher.

- (5) *Informante 8* – “[...] No texto **o autor quer** nos passar o conhecimento sobre o nosso corpo, que **através do texto** podemos conhecer um pouco mais sobre o nosso corpo. [...] Eu sei que **ele** [o autor] quer dizer para as jovens cuidarem da alimentação [...]”.
- (6) *Informante 9* – “[...] A intenção do **autor** foi positiva mostrando os ditos padrões das modelos [...]”.

Quanto às vozes das profissionais da passarela, a informante 5 utiliza o discurso direto para referir-se às modelos em geral, enquanto a informante 10 comenta sobre a vida da modelo Bruna, utilizando o discurso indireto livre:

- (7) *Informante 5* – “[...] **as modelos** ficaram revoltadas, e com razão ‘**Antes éramos apenas burras. Agora somos burras e anoréxicas**’. [...]”.
- (8) *Informante 10* – “[...] **a história da modelo Bruna Tenório** é legal porque é um exemplo de que as vezes olhamos muito para a aparência dos outros e não damos o devido valor a nós mesmos”.

As vozes dos estilistas são representadas através do discurso indireto, como podemos ver no texto da informante 2:

- (9) *Informante 2* – “[...] o corpo delas [modelos] é magro porque as agências e os **estilistas** que as contrataram **desejam modelos assim. Os estilistas querem modelos com corpos cabides** [...]”.

A informante 3 utiliza o discurso direto ao citar parte da fala da *booker* internacional da agência Ten.

- (10) *Informante 3* – “[...] Como diz Manoela Wagner, ‘**excluí-las seria discriminá-las.**’ [...]”.

As vozes dos agentes de saúde aparecem no texto da informante 11, na forma de discurso indireto livre:

- (11) *Informante 11* – “[...] **Os agentes da saúde estão preocupados** com a saúde das modelos querendo que a moda mude esse padrão que é ser magra [...]”.

A voz da escola aparece no exemplo 12 através do discurso indireto livre:

(12) *Informante 8* – “[...] dizer para as jovens cuidarem da alimentação **até na escola só falam disso**. [...]”.

Analisando os significados acionais presentes nos excertos acima, podemos concluir que os textos interpretativos produzidos pelas participantes fazem parte de um sistema de gêneros e constituem um gênero situado produzido num contexto sócio-histórico específico como forma de ação e interação social. Quanto ao dialogismo, ou à abertura desses textos para a diferença, todas as participantes se utilizaram do discurso relatado (citações ou paráfrases) para incluir em seus textos momentos de intertextualidade com o artigo da *Capricho*, assim como com a voz da autora do artigo e dos especialistas nele mencionados (modelos, estilistas, *bookers*, agentes de saúde), de modo geral concordando com as posições apresentadas no artigo.

O uso ‘pacífico’ das vozes de especialistas da área da moda indica a naturalização de uma relação assimétrica de poder entre a *Capricho* como instituição e como mediadora de saberes técnicos, e as leitoras que, em sua maioria, não questionaram a posição hierárquica superior dessas outras vozes (jornalista, estilistas, modelos, etc.) na determinação de um padrão dominante de corpo ‘belo’ e ‘bem sucedido’: o corpo magro, disciplinado ao extremo, quase às portas da patologia.

4.1.2 Significados representacionais: discurso como discursos

A análise dos significados representacionais focaliza as formas de textualização de aspectos do mundo, aproximando-se da função ideacional (HALLIDAY, 2004). Fairclough (2003, p. 134) afirma que as orações em um texto representam aspectos do mundo físico (processos, objetos, relações, marcadores espaciais e temporais), aspectos do mundo mental (sentimentos, pensamentos e/ou sensações, etc.) e aspectos do mundo social.

Os traços lingüísticos presentes nos textos especificam suas diferentes representações de mundo. Um dos traços mais indicativos da visão de mundo do produtor textual é o vocabulário, pois “diferentes discursos ‘lexicalizam’ o mundo de maneiras diferentes” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 124). Como afirma Dias (2007, p. 82), “o discurso ‘molda’ a sociedade e ao mesmo tempo é ‘moldado’ por ela. Essa é a dialética do ‘discurso’”.

Em termos de representações ideológicas, a fala das participantes dessa pesquisa mostra um alto grau de naturalização da disciplina corporal, isto é, o culto ao corpo e o imperativo do corpo magro muitas vezes figuram nos textos produzidos pelas adolescentes na forma de proposições implícitas e naturalizadas que, junto com o conteúdo explícito do texto, ajudam a construir seu significado. Essas proposições de natureza ideológica envolvem a representação de um tema (no caso em questão, a relação de causa e efeito entre magreza e beleza) não como resultante de uma perspectiva ou interesse particular, mas como um mero reflexo da realidade, um ‘fato da vida’ (FIGUEIREDO, 2006). Segundo Fairclough, a naturalização é “a mais formidável arma do poder e conseqüentemente um foco importante de luta” (1989, p. 105). Quase todas as adolescentes que participaram da pesquisa se alinham sem problematizações ao imperativo do corpo magro, como podemos ver nos exemplos abaixo.

- (13) *Informante 3* – “[...] Resumindo o artigo é sim bem interessante mas acho que o objetivo alcançado vai ser apenas de informar, infelizmente, porque **as mulheres e modelos precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção** [...]”.
- (14) *Informante 4* – “[...] Recentemente tem se falado muito sobre a proibição de modelos com IMC baixo de desfilarem, mas como o texto mostra **o IMC abaixo de 17 é natural para as modelos**. [...]”.
- (15) *Informante 5* – “[...] Me identifiquei com o **corpo da modelo** porque **sou magra, esquelética** como ela só com uma diferença, é que ela é famosa. [...] Até parece que pode ser percebido que as **modelos magras estão sendo desvalorizadas agora e que o quesito beleza não está tão em alta como a saúde**. [...] Isso choca qualquer um, porque ninguém sabe o quando **é difícil ficar magra e elas lutaram para chegar na passarela**. [...]”.
- (16) *Informante 6* – “[...] Eu concordo com o que foi dito, pois a magreza nem sempre é saúde. [...] O artigo é interessante, traz informações importantes as leitoras, também para que elas se conscientizem sobre os **padrões de beleza nas passarelas** e que **é só para as passarelas que as modelos precisam ser magras as outras no dia a dia é só ter um corpo que a roupa fique bem**, basta. [...]”.
- (17) *Informante 7* – “[...] Não é fácil para ele colocar na cabeça das jovens que precisam cuidar da saúde porque **elas sabem que precisam mesmo passar fome para ficarem com um corpo legal ou ser uma modelo**. [...]”.
- (18) *Informante 10* – “[...] No texto ficou claro a **preocupação com o corpo** das mulheres, para ser **modelo precisa ser alta e magra e não gorda e baixa**. [...] É muito freqüente a **preocupação masculina e feminina com o próprio corpo**. [...] **Precisamos ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos, para sermos bonitas e saudáveis** [...]”.

Como podemos observar nesses excertos, para as participantes é ‘natural’ ter um corpo magro; para ser modelo fotográfico ou modelo de passarela parece, para elas, ser impossível ter um IMC acima de 17. No exemplo 13 fica claro o alinhamento da participante ao culto ao corpo, quando ela afirma que se a mulher está acima do peso não pode ser considerada uma mulher bonita ou chamar a atenção. No exemplo 15, a informante 5, que também se considera ‘esquelética’ como as modelos, glorifica a disciplina corporal, elevando-a ao *status* de ‘guerra santa’ contra o sobrepeso: “Isso choca qualquer um, porque **ninguém sabe o quanto é difícil ficar magra e elas lutaram para chegar na passarela** [...]”. A mesma aceitação positiva do imperativo da magreza é expressa na fala da informante 10

(exemplo 18), que afirma que para ser modelo é preciso passar fome. No exemplo 17, ao tentar comparar as modelos com as “outras” (referindo-se às demais mulheres), a participante 7 afirma que ambas precisam se magras: **“é só ter um corpo que a roupa cai bem”**. Nessa fala fica subentendida a noção ideológica de que as roupas só caem bem em corpos esqueléticos, ou ao menos magros.

Apenas duas participantes apresentaram algum tipo de posicionamento crítico em relação à questão do IMC e do culto ao corpo:

(20) *Informante 1* – “[...] **A polemica do IMC é real, penso que está meia [sic] mascarada, eles só querem é dizer que estão preocupados com a saúde das modelos mas na realidade querem que elas sejam magras como cabide mesmo. [...]**”.

(21) *Informante 11* – “[...] O artigo esta visando a saúde das modelos com anorexia, pois **os padrões da moda é ser muito magra. Os agentes da saúde estão preocupados com a saúde das modelos querendo que a moda mude esse padrão que é ser magra, [...] ao nosso redor temos o tempo todo alguém dizendo emagreça para ficar bonita.**”

Para investigarmos as representações discursivas, precisamos examinar os sistemas classificatórios que moldam a forma como o mundo é representado, e como essas representações são organizadas e divididas. Uma forma de compreender o processo de representação discursiva é através da reflexão sobre a relação entre cultura e significado. As representações são constituídas através de práticas de significação e de sistemas simbólicos que produzem significados e nos posicionam como sujeitos. A marcação da diferença é um elemento central na formação das representações sociais. Segundo a antropóloga Mary Douglas (1966), a marcação da diferença é a base da cultura porque é através dela que pessoas e coisas são classificadas e posicionadas socialmente, ganhando, assim, sentido. Os sistemas classificatórios culturais são calcados nas diferenças entre categorias, diferenças que são estruturadas sobre oposições binárias (magra/gorda, corpo belo/corpo feio, modelos/’meras mortais’, *insiders/outsideers*). O controle social é obtido, em parte, pela produção de categorias

que posicionam aqueles que transgridem as normas sociais como ‘outsiders’ (e.g. jovens mulheres com sobrepeso, jovens obesas, jovens não alinhadas com o mundo da moda). Podemos afirmar, portanto, que “a classificação simbólica está [...] intimamente relacionada à ordem social”¹⁵ (WOODWARD, 2000, p. 46).

Uma das formas de classificação e categorização discursiva é a nomeação. Como afirma Rajagopalan,

O processo de nomeação é um ato eminentemente político, uma vez que a influência da mídia na opinião pública, favorável ou contrária a personalidades e acontecimentos noticiados, começa no ato de designação. (RAJAGOPALAN, 2003, p. 82, apud RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 76)

As informantes utilizaram várias formas lexicais para se autnomearem em seus textos: **garota; menina; jovem; adolescente; leitora; outra; público alvo; mulher; e mera mortal:**

(19) *Informante 6* – “[...] O autor tem como objetivo levar informações **as leitoras** para serem saudáveis e aceitar seu corpo. [...] O artigo é interessante, traz informações importantes **as leitoras**, também para que elas se conscientizem sobre os padrões de beleza nas passarelas e que é só para as passarelas que as modelos precisam ser magras **as outras** no dia a dia é só ter um corpo que a roupa fique bem, basta. [...]”.

(20) *Informante 7* – “[...] O autor utiliza uma linguagem bastante acessível ao seu **público alvo** Não é fácil para ele colocar na cabeça **das jovens** que precisam cuidar da saúde porque elas sabem que precisam mesmo passar fome para ficarem com um corpo legal ou ser uma modelo. [...]”.

(21) *Informante 9* – “[...] Essa questão de peso, ser alta, baixa, modelos ou **meras mortais** [...]”.

(22) *Informante 12* – “[...] Fala da polemica do IMC e das modelos que acabam se tornando maus exemplos para **as meninas**. [...]”.

A representação dos atores sociais é resultado de escolhas feitas no arsenal léxico-gramatical que a linguagem disponibiliza. Uma das abordagens críticas de análise das

¹⁵ A ordem social é, em parte, resultado da aplicação de sistemas classificatórios à vida social. Nessa linha, podemos definir *cultura* como um conjunto de sistemas classificatórios compartilhados entre os membros de uma sociedade que lhes permite dar sentido ao mundo social e produzir significados (WOODWARD, 2000).

representações de atores sociais é a proposta por Van Leeuwen (1997), baseada em categorias como inclusão/exclusão, uso de nome/pronome, nomeação/classificação. No que diz respeito à representação das modelos, nos textos das adolescentes essas ‘olimpianas’ são incluídas, referidas através do uso de pronomes (**elas**), classificadas (**modelo(s); modelos que estão fazendo sucesso; menina(s) magra(s); modelos anoréxicas; famosa; magrinhas, magrinhas; modelos com corpos cabides; modelos com IMC baixo; magérrimas e com os rostos bonitos; as brasileiras; alta e magra**), e apenas uma vez nomeadas (a **modelo Bruna Tenório**):

(23) *Informante 2* – “[...] conhecer mais detalhes sobre as **modelos que estão fazendo sucesso**. Penso que o objetivo do autor é mostrar que não devemos nos igualar as **modelos**, o corpo delas é magro porque as agências e os estilistas que as contrataram desejam **modelos** assim. Os estilistas querem **modelos com corpos cabides** para suas roupas caírem bem [...]”.

(24) *Informante 3* – “Concordo e discordo com essas informações, pois como diz o próprio texto, não é porque **a menina** é magra que não é saudável, eu por exemplo, tenho o IMC de 16 e não sou anorexa, nem coisa parecida, muito pelo contrario como de tudo só que na medida certa. [...] contribuir para que o nível de **modelos anorexas** diminua. O que mais me chamou atenção foram os depoimentos e fotos de **algumas modelos**. [...], porque as mulheres e **modelos** precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção. [...]”.

(25) *Informante 4* – “[...] Recentemente tem se falado muito sobre a proibição de **modelos com IMC baixo** de desfilarem, mas como o texto mostra o IMC abaixo de 17 é natural para **as modelos**. [...]. Isso não significa que todas as **modelos** não sejam saudáveis muitas levam uma vida normal com alimentação balanceada e hábitos corretos. [...]”

(26) *Informante 8* – “[...] Observo que hoje cada vez mais meninas vem buscando ser iguais **as modelos, magérrimas e com os rostos bonitos**. [...]”.

(27) *Informante 10* – “[...] No texto ficou claro a preocupação com o corpo das mulheres, para ser **modelo** precisa ser **alta e magra** e não gorda e baixa. Fica claro o debate de médicos e estilistas em relação ao IMC de **algumas modelos**. [...] Acho muito legal a preocupação dos médicos coma a saúde **das modelos**, afinal de contas beleza e saúde tem que caminhar juntas. [...] a história da **modelo Bruna Tenório** é legal [...]”.

Elementos de diferentes discursos se fundem nos textos produzidos pelas adolescentes. Um dos mais recorrentes é o discurso da moda. O item lexical mais utilizado deste discurso foi a palavra **modelo(s)**, com 42 ocorrências no *corpus*.

Itens lexicais do discurso da moda encontrados nos textos das informantes:

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| • Modelo(s) | • Passarelas |
| • SPFW (São Paulo Fashion Week) | • Desfilarem |
| • Mundo das passarelas | • Nova Gisele Büindchen |
| • Mundo das modelos | • Sucesso |
| • Mundo da moda | • Agências |
| • Novo padrão | • Estilistas |
| • Padrões de beleza | • Carreira |
| • Padrões da moda | • Booker |
| • Moda | |

Abaixo, apresento dois excertos de textos das participantes que contém itens lexicais do discurso da moda:

(28) *Informante 2* – “O artigo me trouxe novas informações sobre o **mundo da moda**, do novo padrão que se quer exigir nas **passarelas** e me permitiu conhecer mais detalhes sobre as **modelos** que estão fazendo **sucesso**. Penso que o objetivo do autor é mostrar que não devemos nos igualar as **modelos**, o corpo delas é magro porque **as agências e os estilistas** que as contrataram desejam **modelos** assim. Os **estilistas** querem **modelos** com corpos cabides para suas roupas caírem bem, [...] se tem como exemplo a foto **da modelo** para ilustrar o texto, facilita [...]”.

(29) *Informante 11* – “**As [modelos] brasileiras** estão se destacando muito no **mundo da moda**, um **booker** descobriu uma menina de Maceió para trabalhar como **modelo**, que acabou de ser reconhecida como a **nova Gisele Buindchen [sic]**. O artigo esta visando a saúde das **modelos com anorexia**, pois os **padrões da moda** é ser muito magra. Os agentes da saúde estão preocupados com a saúde das **modelos** querendo que a **moda** mude esse padrão que é ser magra, sabemos que isso não vai mudar tão cedo pois não é só no meio das **modelos** que esse padrão é dito como certo, [...]ponto positivo é fazer os leitores refletirem um pouco sobre a vida das **modelos**.”

Outro discurso presente nos textos das adolescentes é o discurso da saúde, como indicam os itens lexicais e os excertos abaixo:

- IMC¹ (Índice de Massa Corporal);
- Saudável/saudáveis;
- Dietas
- Médicos;
- Saúde(s);
- Hábitos [alimentares] corretos;
- Saúde física e psicológica;
- Alimentação balanceada;
- Como (verbo);
- Passar fome;
- Alimentação;
- Agentes da saúde;
- Cuidar da saúde;
- Anoréxicas/anorexia;
- Saúdes em dia.

(30) *Informante 1* – “[...] o importante é se gostar e **cuidar da saúde** e da beleza. [...] isto com certeza vai ajudar as modelos a terem as **saúdes em dia**. [...] eles só querem é dizer que estão preocupados com a **saúde** das modelos [...]”.

(31) *Informante 4* – “Ao ler o texto recebi novas informações sobre o **IMC** considerado normal no mundo das modelos e o **IMC** considerado normal para as outras jovens. O objetivo do autor é mostrar que a magreza pode se tornar um problema para a **saúde**. Hoje em dia muitas jovens sonham com a carreira de modelo assim começam a se impor **dietas** mirabolantes, os efeitos disso estão causando a polemica. Recentemente tem se falado muito sobre a proibição de modelos com **IMC** baixo de desfilarem, mas como o texto mostra o **IMC** abaixo de 17 é natural para as modelos. O desejo de ficar magra põe em risco a **saúde física e psicológica** das adolescentes. Por isso os principais apoiadores das medidas são **médicos** e pais preocupados. Isso não significa que todas as modelos não sejam **saudáveis** muitas levam uma vida normal com **alimentação balanceada e hábitos corretos** [...]”.

(32) *Informante 10* – “[...] É muito freqüente a preocupação masculina e feminina com o próprio corpo. Acho muito legal a preocupação dos **médicos** com a **saúde** das modelos, afinal de contas beleza e **saúde** tem que caminhar juntas. [...] Precisamos ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos, para sermos bonitas e **saudáveis**.”

O discurso do culto ao corpo também é recorrente nos textos das adolescentes, como podemos ver através das seleções lexicais e dos exemplos que se seguem:

- IMC;
- Gordinha/gorda
- Baixinha/baixa
- Magrinha/magérrimas/magra(s)/muito magra
- Alta
- Corpo(s) magro(s)
- Corpos cabides
- Anoréxicas
- Bonitas/belas
- Magreza/magreza nas passarelas
- Saúde física
- Esquelética
- Corpo
- Padrões de beleza;
- Corpo que a roupa fique bem
- Corpo legal
- Rostos bonitos
- Questão de peso
- Corpo das mulheres
- Próprio corpo
- Aparência
- Emagreça
- Corpos invejáveis

(33) *Informante 5* – “[...] Me identifiquei com o **corpo** da modelo porque sou **magra, esquelética** como ela só com uma diferença, é que ela é famosa. [...] Até parece que pode ser percebido que as **modelos magras** estão sendo desvalorizadas agora e que o quesito **beleza** não está tão em alta como a saúde. [...] ninguém sabe o quando é difícil ficar **magra** [...]”.

(34) *Informante 6* – “O artigo adicionou algumas informações além das que eu já sabia sobre a **magreza nas passarelas**. O autor tem como objetivo levar informações as leitoras para serem saudáveis e **aceitar seu corpo**. Eu concordo com o que foi dito, pois **a magreza** nem sempre é saúde. [...] elas [as leitoras] se conscientizam sobre os **padrões de beleza** nas passarelas e que é só para as passarelas que as modelos precisam **ser magras** as outras no dia a dia é só ter **um corpo que a roupa fique bem**, basta.[...]”.

(35) *Informante 12* – “[...] este [o artigo] mostra que as modelos que fazem sucesso são **magrinhas, magrinhas**. [...] que ao seguir este padrão pode dar certo pois as modelos apresentadas são famosas e para isso possuem o **IMC bem abaixo do considerado normal** para terem **corpos magros e invejáveis**.”

O discurso das adolescentes demonstra a presença de sistemas classificatórios que categorizam tanto elas próprias quanto a(o)s profissionais mencionada/os no artigo da *Capricho*. A categoria ‘modelos’, por exemplo, foi incluída, referida via pronomes e classificada de acordo com seu maior ou menor alinhamento com o corpo ‘ideal’: “as [...] **modelos precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção**”, “as **modelos precisam ser magras**”, “elas [as adolescentes] **sabem que precisam mesmo passar fome para ficarem com um corpo legal ou ser uma modelo**”, “meninas vem

buscando ser iguais as modelos, magérrimas e com os rostos bonitos". As adolescentes, por outro lado, se auto-categorizaram como 'não-olimpianas', embora as 'olimpianas' sejam seu padrão, ou seja, embora 'meras mortais' elas se pautam pelo padrão do corpo magro como um objetivo pessoal sempre a ser alcançado: **garota; menina; as outras; público alvo; mulher; mera mortal.**

O corpo, por outro lado, foi classificado de acordo com seu pertencimento a dois grandes grupos: o corpo hegemônico 'belo' e o corpo 'feio', ou fora do padrão dominante de beleza. O primeiro grupo inclui classificações positivas como **magrinha/magérrimas/magra(s)/muito magra; alta; corpo(s) magro(s); corpos cabides; bonitas/belas; magreza/magreza nas passarelas; saúde física; esquelética; corpo que a roupa fique bem; corpo legal; rostos bonitos; corpos invejáveis**. Já o corpo fora do padrão alto e magro foi classificado de forma negativa: **gordinha; gorda; baixinha; baixa; gorda e baixa; questão de peso.**

Outra forma de gerar significados representacionais é através da seleção dos discursos presentes em um texto. Nos textos produzidos pelas informantes, encontramos marcas do discurso da moda, do discurso da saúde e do discurso do culto ao corpo, discursos complementares que se fundem num desenho de mundo que privilegia o corpo magro e alto como padrão que garante a beleza, o sucesso e a felicidade. A interdiscursividade presente entre o texto das adolescentes e esses discursos demonstra uma forte naturalização dos cuidados de si¹⁶ e do imperativo do corpo magro; quase todas as informantes concordam com a 'necessidade' de as mulheres serem magras para serem bonitas, especialmente em se tratando de profissionais das passarelas, que 'precisam' ser 'esqueléticas'.

¹⁶ A expressão 'cuidado de si' surgiu nos trabalhos de Foucault no início dos anos 80, ligada à noção de governabilidade. Nessa linha, a expressão envolve também a noção de 'governo de si', ou seja, "a maneira pela qual os sujeitos se relacionam consigo mesmos e tornam possível a relação com o outro" (RAVEL, 2005, p. 33). A expressão foucaultiana 'cuidado de si' refere-se, assim, ao "conjunto das experiências e das técnicas que o sujeito elabora e que o ajuda a transformar-se a si mesmo", correspondendo "a um ideal ético (fazer de sua vida um objeto de *tekhnê*, uma obra de arte)" (RAVEL, 2005, p. 33). Como aponta Ravel, o *ethos* do cuidado de si, ligado à governabilidade e à tradição da Antiguidade clássica, baseia-se na noção de que, para governar os outros, é preciso antes de mais nada saber governar a si mesmo, incluindo aqui o controle do corpo para torná-lo socialmente eficiente, belo, desejável.

4.1.3 Significados identificacionais: discurso como estilo

Segundo Fairclough, os estilos são os aspectos discursivos das identidades. Nossas identidades são produzidas em parte por nossa fala, nossa escrita e nosso ‘encorporamento’¹⁷, que inclui nossa aparência, a forma como nos portamos fisicamente, como nos movimentamos, etc.

Os significados identificacionais referem-se à construção e à negociação de identidades no discurso, relacionando-se à função interpessoal (HALLIDAY, 2004). A partir da representação e da identificação do outro e de nós mesmos, construímos nossa identidade. Nessa seção, os estilos, como aspectos discursivos da identidade, são investigados através das seguintes categorias: o *uso de pronomes de primeira pessoa (eu; nós)*; a *avaliação*; a *modalidade*; e a *metáfora*.

A análise dos pronomes de primeira pessoa utilizados pelas participantes procura identificar os grupos coletivos a que as adolescentes fazem referência e também a relação entre as adolescentes e esses grupos, marcada pelo uso dos pronomes pessoais “eu” e “nós”. Dentre os grupos coletivos mencionados pelas participantes destacam-se alguns tipos de agentes (atores): pessoas em geral; mulheres em geral; mulheres de classe média/alta; adolescentes leitoras da Capricho. Para fins deste estudo, o pronome “nós” (expresso ou elíptico) e o pronome possessivo “nosso” serão referenciados como “nós”, ocorrendo a distinção apenas em relação à identificação dos participantes, ou seja, se o uso do “nós” é inclusivo ou exclusivo.¹⁸

¹⁷ Estou utilizando o neologismo ‘encorporamento’ como uma possível tradução para a expressão inglesa ‘embodiment’.

¹⁸ Diferentemente de outros trabalhos analíticos que utilizaram as categorias ‘nós’ inclusivo e exclusivo como forma de investigar as estratégias do/a produtor/a textual para incluir ou excluir o/a leitor/a de suas asserções (PINHEIRO, mimeo; FIGUEIREDO, 1995), neste trabalho essas categorias estão sendo utilizadas para investigar como e quem a produtora textual adolescente inclui ou exclui dos grupos coletivos que menciona (e dos quais sempre faz parte, uma vez que está utilizando o pronome ‘nós’). Assim, o termo exclusivo

Todas as participantes utilizaram pronomes de primeira pessoa (pessoais - retos e oblíquos - e possessivos) em seus textos. As informantes 2, 3, 4, 5, 6, 7 e 8 só utilizaram a primeira pessoa do singular:

- (36) *Informante 2* – “O artigo **me** trouxe novas informações sobre o mundo da moda, do novo padrão que se quer exigir nas passarelas e **me** permitiu conhecer mais detalhes sobre as modelos que estão fazendo sucesso. **[Eu]** Penso que [...]. **[Eu]** Achei que as imagens [...]. Por fim **[eu]** gostei muito do artigo e não **[eu]** achei nenhum ponto negativo.”
- (37) *Informante 3* – “[...] **[Eu]** concordo e **[eu]** discordo com essas informações, [...] **eu**, por exemplo, **[eu]** tenho o IMC de 16 e **[eu]** não sou anorexia,[sic] nem coisa parecida, muito pelo contrario **[eu]** como de tudo só que na medida certa. **[Eu]** percebi que [...] O que mais **me** chamou atenção foram [...] mas **[eu]** acho [...] porque **me** encanto com o mundo da moda.”
- (38) *Informante 4* – “Ao ler o texto **[eu]** recebi novas informações[...] Em toda a revista Capricho o que sempre **me** chama a atenção são as ilustrações, as fotos sempre **me** chamam mais a atenção.”
- (39) *Informante 5* – “[...] **Me** identifiquei com o corpo da modelo porque **[eu]** sou magra, [...]. O que mais **me** chamou a atenção [...] **[Eu]** gostei muito do artigo.”
- (40) *Informante 6* – “O artigo adicionou algumas informações além das que **eu** já sabia sobre a magreza nas passarelas. [...] **Eu** concordo com o que foi dito, [...] Pontos negativos **[eu]** não achei nenhum [...].”
- (41) *Informante 7* – “A reportagem **me** deixou bastante informada e **me trouxe** muitas informações interessantes. [...]. **[Eu]** gosto da revista Capricho porque sempre traz assuntos legais como esse. **[Eu]** não gostei muito foi do tamanho do artigo [...].”
- (42) *Informante 8* – “O artigo com certeza trouxe novas informações, só pelo fato de **eu** não ter tido conhecimento antes sobre isto (o IMC das modelos). [...] **[Eu]** não posso dizer que **[eu]** concordo com o que está escrito **eu** apenas **aceito**, pois **eu não tive** conhecimento do assunto antes da reportagem. Quando **[eu]** peguei a **minha** revista na mão não **me** interessei em ler esse artigo, só em ver as fotos das modelos, **[eu]** pensei que o autor iria dizer que é errado ter o IMC igual ao das modelos. **Eu** sei que ele quer dizer para as jovens cuidarem da alimentação até na escola só falam disso. **Eu** penso que [...] **[Eu]** observo que hoje [...].”

As informantes 1, 9 e 10 utilizaram tanto a primeira pessoa do singular quanto do plural.

(43) *Informante 1* – “Como garota, **[eu]** penso que cada um tem a sua beleza. [...] Com as informações que **me** foi dada no texto **eu** já sabia e **[eu]** concordo com o autor [...] A polémica do IMC é real, **[eu]** penso que está meia [sic] mascarada, [...] será que ele concorda mesmo que **[nós]** devemos nos preocupar com as modelos que estão aí [...] [O artigo] não contém nenhum ponto negativo no **meu** ponto de vista.”

(44) *Informante 9* – “[...] Talvez **eu** não concorde com essa história de que cada vez mais há menos padrões de beleza ou de que esteja realmente sendo feito algo para que as modelos tenham saúde. Na **minha** opinião a cada dia as pessoas estão cada vez mais tentando se adequar aos padrões de **nossa** época [...] **[Eu]** acho que muitas pessoas que dominam o mundo da moda estão pouco ligando para as modelos o que **nós** podemos observar é que muitas de **nós** não podem ser consideradas saudáveis comendo apenas uma folha de alface por dia. [O artigo] [...] **me** ajudou bastante para o meu conhecimento por isso **[eu]** gostei por ter informações que **[eu]** posso levar para **minha** vida pessoal”.

(45) *Informante 10* – “O artigo **me** trouxe novas informações, [...] **[Eu]** acho muito legal a preocupação dos médicos com a saúde das modelos [...] **[Nós]** olhamos muito para a aparência dos outros e **[nós]** não damos o devido valor a **nós** mesmos. **[nós]** precisamos ter força de vontade para **[nós]** alcançarmos **nosso**s objetivos, para **[nós]** sermos bonitas e saudáveis”.

No exemplo 43 temos um ‘nós exclusivo’, através do qual a adolescente se inclui em um grupo específico, o de adolescentes leitoras da revista, e ao mesmo tempo exclui outros/as participantes da asserção. Já a informante 9, na oração “a cada dia as pessoas estão cada vez mais tentando se adequar aos padrões **de nossa época**”, lança mão de um ‘nós inclusivo generalizante’, referindo-se à todas as pessoas (mulheres e homens, jovens e velhos). Por outro lado, na oração “**nós podemos observar é que muitas de nós** não podem ser consideradas saudáveis comendo apenas uma folha de alface por dia”, a informante está utilizando um ‘nós exclusivo’, referindo-se somente a mulheres jovens que fazem dietas rigorosas para emagrecer, ao mesmo tempo em que se inclui nesse grupo. Todas as ocorrências de “nós” no exemplo 45 são ‘nós exclusivo’, uma vez que se referem somente ao grupo de mulheres que se alinham ao padrão hegemônico de corpo magro, no qual a informante se inclui.

As informantes 11 e 12 somente utilizaram a primeira pessoa do plural, em orações finais do texto e com poucas ocorrências (**[nós]sabemos; nosso** redor; **[nós]temos; [nós]devemos**). No restante de suas falas, essas participantes foram bastante impessoais, não se colocando como sujeitos dos processos descritos no texto.

(46) *Informante 11* – “[...] **[nós]** sabemos que isso não vai mudar tão cedo, pois não é só no meio das modelos que esse padrão é dito como certo, ao **nosso** redor **[nós]** temos o tempo todo alguém dizendo emagreça para ficar bonita. [...]”.

(47) *Informante 12* – “[...] que **[nós]** devemos tomar cuidado ao seguir os padrões da moda [...]”.

No exemplo 46 a informante 11 utiliza, na primeira ocorrência, um ‘nós inclusivo generalizante’, referindo-se às pessoas em geral: “**[nós] sabemos que isso** [padrão de beleza magra] **não vai mudar tão cedo**”; na segunda ocorrência um ‘nós exclusivo’ (referindo-se somente às mulheres, especialmente as mais jovens): “**[nós] temos o tempo todo alguém dizendo emagreça para ficar bonita**”. No exemplo 47 a informante 12 utiliza um ‘nós exclusivo’ - “**[nós] devemos tomar cuidado ao seguir os padrões da moda**”, que também se refere às mulheres em geral.

No que diz respeito aos grupos coletivos a que as adolescentes fazem referência e também à relação entre as adolescentes e esses grupos, podemos concluir que, ao naturalizar o culto ao corpo e o modelo imperativo de corpo magro, as informantes privilegiam o grupo das mulheres de classe média/alta (que podem consumir produtos e serviços capazes de lhes ‘garantir’ o enquadre no modelo vigente de beleza feminina) e das adolescentes leitoras da *Capricho*, excluindo desse desenho de mundo, no qual a disciplina corporal é palavra de ordem e garantia de ‘sucesso’ e ‘felicidade’, aquelas mulheres que de alguma forma resistem ao modelo padrão.

Como apontei acima, outras categorias relacionadas aos significados identificacionais são a *avaliação*, a *modalidade* e a *metáfora*.

Para efeitos da análise textual, a categoria avaliação pode ser dividida em: *afirmações avaliativas* (afirmações com juízos de valor, tais como desejável ou indesejável, relevante ou irrelevante); *afirmações com verbos de processos mentais afetivos* (avaliações afetivas com verbos que sugerem afinidade, como, por exemplo, “eu detesto”, “eu adoro”, “eu gosto”) e *pressuposições valorativas* (avaliações implícitas sobre o que é bom ou desejável).

Como exemplos de *afirmações avaliativas* encontradas nos textos interpretativos das adolescentes temos:

(48) *Informante 1* – “[...] Com as informações que me foi dada [sic] no texto **eu já sabia e concordo com o autor e com o que os organizadores da SPFW criaram, isto com certeza vai ajudar as modelos a terem as saúdes em dia.** [...]”

(49) *Informante 3* – “[...] O que mais me chamou atenção foram os depoimentos e fotos de algumas modelos. Resumindo **o artigo é sim bem interessante mas acho que o objetivo alcançado vai ser apenas de informar, infelizmente, porque as mulheres e modelos precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção.** Particularmente **foi muito bom ler** porque me encanto com o mundo da moda.”

(50) *Informante 5* – “**O artigo é bem polêmico, trouxe informações e explicações que ajudou a compreender melhor que o mundo da moda também tem problemas que envolvem a saúde das modelos.** [...]”

(51) *Informante 6* – “[...] Eu **concordo** com o que foi dito, pois **a magreza nem sempre é saúde.** [...]”

(52) *Informante 9* – “[...]. **Os artigos [da Capricho] como de costume são ótimos.** [...]”

Exemplos de afirmações com *verbos de processos mentais afetivos* foram encontrados apenas em textos de algumas das informantes (2, 3, 5, 7, 9), todos indicando avaliações positivas do artigo lido e da revista como um todo:

(53) *Informante 2* – “[...] Por fim **gostei** muito do artigo e não achei nenhum ponto negativo.”

(54) *Informante 3* – “[...] Particularmente foi muito bom ler porque **me encanto** com o mundo da moda.”

(55) *Informante 5* – “[...] **Gostei** muito do artigo.”

(56) *Informante 7* – “[...] **Gosto** da revista capricho [sic] porque sempre traz assuntos legais como esse. Não **gostei** muito foi do tamanho do artigo - a polêmica do IMC - não precisava ser tão extenso, esse foi o ponto negativo.”

(57) *Informante 9* – “[...] A intenção do autor foi positiva mostrando os ditos padrões das modelos é um texto que me ajudou bastante para o meu conhecimento por isso **gostei** por ter informações que posso levar para minha vida pessoal.”

No texto da informante 10 temos um exemplo de *pressuposição valorativa*:

(58) *Informante 10* – “[...] **Precisamos ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos**, para sermos bonitas e saudáveis.”

A asserção “**precisamos ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos**” está baseada em dois pressupostos básicos: primeiro, o de que as mulheres (jovens ou adultas) têm um objetivo comum, que é a adequação ao padrão vigente de beleza magra; segundo, que para alcançarmos e mantermos esse padrão temos que submeter nossos corpos e nossas almas ao que Foucault (1992) chamou de bio-poder¹⁹, a uma disciplina e controle constantes, ainda que isso signifique privações alimentares, sofrimentos físicos (exercícios intensos) e até o risco de doenças (anemia, anorexia, etc.). A disciplina e até mesmo o sofrimento corporal são construídos como preços ‘baixos’ a pagar pela conquista de um corpo socialmente ‘aceitável’.

Quanto à *modalidade*, Halliday (2004, p. 75) a define como “o julgamento do falante sobre as probabilidades ou obrigatoriedades envolvidas no que diz”. A modalidade divide-se em: *modalidade epistêmica* (relacionada ao comprometimento do produtor textual

¹⁹ Segundo Ambrósio e Vasconcelos, o conceito de biopoder encontrado na obra de Foucault refere-se ao “exercício de um poder sobre a vida cujo princípio norteador seria o de aumentar cada vez mais sua funcionalidade por meio da extração das forças próprias aos viventes e nessa extração procurar ampliar de forma crescente a potência dessa própria vida”. Foucault apresenta “duas modalidades distintas e ao mesmo tempo complementares de [biopoder]: uma que teria como objeto o corpo individual e por princípio o aumento de sua utilidade-docilidade (disciplinas) e outra que teria como objeto a população e por princípio a regulação de seus fenômenos aleatórios (biopolíticas)” (2009, p. 1).

com a veracidade de suas asserções) e *modalidade deôntica* (relacionada aos graus de obrigação ou necessidade). Diferentemente de Halliday, Fairclough (1992) considera como parte do escopo da modalidade a *modalidade categórica*, que inclui as proposições polares (asserção e negação absolutas), e argumenta ainda que a modalidade pode apresentar-se de maneira *explicita* ou *implícita* num texto. A tabela 8 compara as semelhanças e diferenças entre a visão de modalidade de Fairclough e de Halliday:

HALLIDAY (1985)	FAIRCLOUGH (2003)
MODALIDADE	MODALIDADE EPISTÊMICA
Troca de informação	Troca de conhecimento
MODULAÇÃO	MODALIDADE DEÔNTICA
Troca de bens e serviços	Troca de atividade
A modalidade e a modulação referem-se aos graus intermediários entre os pólos.	As modalidades epistêmica e deôntica incluem os pólos (modalidade categórica). Acrescenta uma reflexão acerca das distinções temporais (hipotético/não-hipotético). Acrescenta distinção entre modalidade objetiva e modalidade subjetiva (graus de afinidade)

Tabela 8 – Operacionalização dos conceitos de modalidade e modulação.
(RESENTE; RAMALHO, 2006, p. 84)

Fairclough aponta ainda uma outra distinção: a *modalidade subjetiva*, na qual a base subjetiva para o grau de afinidade com a proposição pode ser explicitada (por ex., “**penso que** cada um tem a sua beleza” – informante 1); e a *modalidade objetiva*, em que essa base subjetiva está implícita (“A mulher **vem crescendo, virando independente** e isso **faz surgir** uma grande mudança” – informante 8). Segundo Resende e Ramalho:

A importância do estudo da modalidade para o significado identificacional é decorrente do fato de que a modalidade é entendida como a relação entre o(a) autor(a) de um texto e a representação. A modalidade é relevante na construção discursiva de identidades [...] se um texto apresenta alta densidade de modalidades categóricas (o que evidencia um alto grau de comprometimento do(a) autor(a) com suas proposições) e as modalidades predominantemente objetivas (ou seja, na maior parte das vezes o(a) autor(a) não explicita a base subjetiva de seu comprometimento), o efeito disso é a universalização da perspectiva (discurso) defendida no texto, que é tomada tacitamente como verdadeira, uma vez que não há marca dessa perspectiva como sendo uma perspectiva particular. Perspectivas parciais também podem ser universalizadas quando usamos *metáforas*. (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 85-86)

Nas afirmações abaixo temos exemplos de *modalidade epistêmica categórica*:

- (59) *Informante 1* – “[...] o importante **é se gostar e cuidar da saúde e da beleza**. [...]. A polemica do IMC **é real** [...].”
- (60) *Informante 4* – “[...] O objetivo do autor **é mostrar que a magreza pode se tornar um problema para a saúde**. [...] como o texto mostra o IMC abaixo de 17 **é natural para as modelos** [...]”
- (61) *Informante 6* – “[...] O artigo **é interessante**, traz informações importantes as leitoras [...] as informações [do artigo] **estão claras e acessíveis para as pessoas que lêem** e com a foto da modelo podemos compreender melhor.”
- (62) *Informante 12* – “[...] Apesar do visual do texto ter chamado a atenção para despertar o interesse pela leitura este mostra que as modelos que fazem sucesso **são magrinhas, magrinhas**. [...]”.
- (63) *Informante 2* – “[...] Penso que o objetivo do autor é mostrar que **não devemos nos igualar as modelos**, [...].”
- (64) *Informante 11* – “[...] Os agentes da saúde estão preocupados com a saúde das modelos querendo que a moda mude esse padrão que é ser magra, sabemos que **isso não vai mudar** tão cedo pois **não é só no meio das modelos que esse padrão é dito como certo**, ao nosso redor temos o tempo todo alguém dizendo emagreça para ficar bonita[...].”

Nos excertos anteriores podemos verificar, nas falas das informantes 1, 4, 6 e 12, exemplos de *modalidade epistêmica categórica* com polaridade positiva, todos expressos através de processos relacionais (tal coisa **é** assim). Já nos textos das informantes 2 e 11 verificamos a presença da polaridade negativa (tal coisa **não é** assim). No texto da informante

4 encontramos exemplos de modalidade epistêmica categórica, tanto na polaridades positiva quanto na negativa.

A modalidade epistêmica, relativa ao comprometimento da falante/escritora com a ‘verdade’ de suas asserções, também é chamada de *trocas de conhecimento* (FAIRCLOUGH, 2003) ou *troca de informações* (HALLIDAY, 2004). Além da modalidade epistêmica categórica, encontramos diversos exemplos nos quais as participantes suavizam a força de suas asserções através do uso de marcadores de modalidade, expressando graus de probabilidade (**realmente; claramente**) e de frequência (**sempre; como de costume; o tempo todo**). Vale apontar, entretanto, que as asserções, ainda que modalizadas, se encontram mais próximas do pólo categórico do espectro da modalidade do que das posições intermediárias entre as polaridade positiva e a negativa:

(65) *Informante 4* – “[...] Em toda a revista Capricho **o que sempre me chama a atenção** são as ilustrações, as fotos **sempre** me chamam mais a atenção. O único ponto negativo é que poderá não ser lido todo o artigo, pois é muito grande e quem está lendo pode pular algumas partes e acabar não entendendo o que o autor quer dizer **realmente**.”

(66) *Informante 9* – “Essa questão de peso, ser alta, baixa, modelos ou meras mortais, como diz o texto, é um tema muito abordado por vários autores mas a Capricho tem uma forma de tratar os assuntos únicos com objetividade e clareza passando **sempre claramente** o que quer falar. Os artigos **como de costume** são ótimos [...]”

(67) *Informante 11* – “[...] ao nosso redor temos **o tempo todo** alguém dizendo emagreça para ficar bonita. No artigo não há pontos negativos e o ponto positivo é fazer os leitores refletirem um pouco sobre a vida das modelos.”

(68) *Informante 12* – “[...] portanto ao mesmo tempo que o artigo é positivo incentivando que devemos tomar cuidado ao seguir os padrões da moda, mostra que ao seguir este padrão **pode dar certo** pois as modelos apresentadas são famosas e para isso possuem o IMC bem abaixo do considerado normal para terem corpos magros e invejáveis.”

Como podemos ver nos exemplos de modalidade epistêmica, tanto nas asserções categóricas quanto nas modalizadas, as modalidades são predominantemente objetivas (na maior parte das vezes as adolescentes não explicitam a base subjetiva de suas asserções), e as

participantes da pesquisa demonstram uma alta afinidade com suas proposições e com as proposições do artigo lido, ao qual parecem se alinhar sem maiores problematizações (“seguir este padrão [do corpo magro] **pode dar certo** pois as modelos apresentadas são famosas e para isso possuem o IMC bem abaixo do considerado normal para terem corpos magros e invejáveis”), tecendo inclusive elogios ao artigo e à Capricho como um todo (“[...] O artigo **é interessante** [...] as informações [do artigo] **estão claras e acessíveis para as pessoas que lêem**”; “a Capricho **tem** uma forma de tratar os assuntos únicos com objetividade e clareza passando **sempre claramente** o que quer falar. Os artigos **como de costume** são ótimos [...]”). Como afirmam Resende e Ramalho:

O efeito [da alta densidade de modalidades categóricas e objetivas em um texto] é uma universalização da perspectiva (discurso) defendida no texto [não só no texto das adolescentes, mas também no texto da Capricho lido por elas], que é tomada tacitamente como verdadeira, uma vez que não há marca dessa perspectiva como sendo uma perspectiva particular. (2006, p. 85)

A *modalidade deôntica* (relativa aos graus de obrigatoriedade: permitido/esperado/obrigado) e de inclinação: (desejoso/ansioso/determinado) refere-se a *trocas de atividades* (FAIRCLOUGH, 2003) ou *troca de bens e serviços* (HALLIDAY, 2004). Vejamos alguns exemplos retirados do discurso das participantes:

(69) *Informante 1* – “[...] eles [profissionais envolvidos com o mundo da moda] só querem é dizer que estão preocupados com a saúde das modelos mas na realidade **querem** que elas sejam magras como cabide mesmo. [...]”

(70) *Informante 2* – “O artigo me trouxe novas informações sobre o mundo da moda, do novo padrão que se quer exigir nas passarelas e **me permitiu** conhecer mais detalhes sobre as modelos que estão fazendo sucesso. Penso que o objetivo do autor é mostrar que **não devemos** nos igualar as modelos, o corpo delas é magro porque as agências e os estilistas que as contrataram **desejam** modelos assim. Os estilistas **querem** modelos com corpos cabides para suas roupas caírem bem, [...] as imagens e os textos numa revista **devem** andar juntos [...]”

(71) *Informante 4* – “[...] **O desejo de ficar magra** põe em risco a saúde física e psicológica das adolescentes. [...]”

(72) *Informante 10* – “[...] no texto ficou claro a preocupação com o corpo das mulheres, para ser modelo **precisa** ser alta e magra e não gorda e baixa. [...] **precisamos** ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos, para sermos bonitas e saudáveis.”

(73) *Informante 12* – “[...] portanto ao mesmo tempo que o artigo é positivo **incentivando** que **devemos** tomar cuidado ao seguir os padrões da moda, mostra que ao seguir este padrão pode dar certo pois as modelos apresentadas são famosas e para isso possuem o IMC bem abaixo do considerado normal para terem corpos magros e invejáveis.”

Nos exemplos acima, podemos ver como as adolescentes se alinham ao padrão do corpo magro, aceitando as orientações e prescrições presentes no artigo da *Capricho* relativas ao corpo como uma ‘receita’ segura para o sucesso social: “O artigo [...] **me permitiu** conhecer mais detalhes sobre as modelos que estão fazendo sucesso”; “no texto ficou claro a preocupação com o corpo das mulheres, para ser modelo **precisa** ser alta e magra e não gorda e baixa. [...] **precisamos** ter força de vontade para alcançarmos nossos objetivos, para sermos bonitas e saudáveis”; “o artigo é positivo **incentivando** que **devemos** tomar cuidado ao seguir os padrões da moda”). As participantes também naturalizam a imposição do corpo magro feita pelo mercado da moda e por seus profissionais: “**na realidade** [os estilistas] **querem** que elas sejam magras como cabide mesmo”, “[os estilistas] **querem modelos com corpos cabides**”.

Outro recurso utilizado pelas participantes para mostrar afinidade com o conteúdo do artigo da *Capricho* foi o uso de intencificadores (tão; só;) e metáforas modais (não posso dizer que concordo; eu penso que;):

(74) *Informante 7* – “A reportagem me deixou **bastante** informada e me trouxe **muitas** informações interessantes. O autor utiliza uma linguagem **bastante** acessível ao seu público alvo [...] elas sabem que precisam **mesmo** passar fome [...] Gosto da revista *capricho* porque **sempre** traz assuntos legais como esse. Não gostei **muito** foi do tamanho do artigo -a polêmica do IMC - não precisava ser **tão** extenso, esse foi o ponto negativo.”

(75) *Informante 8* - “O artigo com certeza trouxe novas informações, **só** pelo fato de eu não ter tido conhecimento antes sobre isto (o IMC das modelos). No texto o autor quer nos passar o conhecimento sobre o nosso corpo, que através do texto podemos conhecer **um pouco mais** sobre o nosso corpo. **Não posso dizer que** concordo com o que está escrito eu **apenas** aceito pois eu **não** tive conhecimento do assunto antes da reportagem. Quando peguei a minha revista na mão **não** me interessei em ler esse artigo, **só** em

ver as fotos das modelos, pensei que o autor iria dizer que é errado ter o IMC igual ao das modelos. Eu sei que **ele quer dizer** para as jovens cuidarem da alimentação até na escola **só** falam disso. Eu **penso que** as mulheres **tem que ser mais** valorizadas. A mulher vem crescendo, virando independente e isso faz surgir uma grande mudança. Observo que hoje **cada vez mais** meninas vem buscando ser iguais as modelos, magérrimas e com os rostos bonitos. Cada uma **tem que** ser livre para fazer o que quer.”

A informante 8 apresentou uma posição mais crítica do que suas colegas em relação ao artigo da Capricho, utilizando intensificadores negativos para referir-se ao conteúdo do artigo (“**Não posso dizer que concordo** com o que está escrito eu **apenas** aceito pois eu **não tive conhecimento** do assunto antes da reportagem”), e questionando as pressões sociais e culturais para que as mulheres disciplinem seus corpos e os mantenham magros e esbeltos: “as mulheres **tem que ser mais valorizadas**. A mulher vem crescendo, virando independente e isso faz surgir uma grande mudança. Observo que hoje **cada vez mais meninas** vem buscando ser iguais as modelos, magérrimas e com os rostos bonitos. Cada uma **tem que** ser livre para fazer o que quer.” Entretanto, essa mesma participante parece ter se interessado pelo artigo depois de descobrir que seu objetivo não era criticar as adolescentes que têm IMC baixo, como o das modelos (“não me interessei em ler esse artigo, só em ver as fotos das modelos, pensei que o autor **iria dizer que é errado** ter o IMC igual ao das modelos”).

Outra categoria que constrói significados identificacionais são as *metáforas*. Segundo Houaiss e Salles, a metáfora nada mais é do que uma figura de linguagem, “a designação de um objeto ou qualidade mediante uma palavra que designa outro objeto ou qualidade que tem com a primeira relação de semelhança.” (2001, p. 1907). Com relação ao seu papel discursivo, a metáfora pode ser utilizada pela mídia para moldar estilisticamente o discurso.

As metáforas aqui [em revistas para meninas], então, estariam como figuras de linguagem utilizadas como recurso do profissional da mídia, como meios comuns de gerar significações. A mídia rotineiramente utiliza tais recursos para ‘desviar’ um outro sentido. Esse processo de deslizamento faz da linguagem metafórica um meio de transformar também uma notícia original. (HOLTHAUSEN, 2008, p. 53)

Para Fairclough (1992, p. 241) “as metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental”. Quando escolhemos uma metáfora qualquer em lugar de outra para registrarmos alguma coisa estamos construindo nossa visão de mundo de uma maneira e não de outra, como podemos ver nos exemplos abaixo:

(76) *Informante 1* – “[...] A polemica do IMC é real, penso que está meia **mascarada**, eles só querem é dizer que estão preocupados com a saúde das modelos mas na realidade querem que elas sejam **magras como cabide** mesmo. [...] Os pontos positivos são de informar ao leitor o que acontece no **mundo das passarelas** e não contem nenhum ponto negativo no meu ponto de vista.”

(77) *Informante 2* – “O artigo me trouxe novas informações sobre o **mundo da moda** [...] Os estilistas querem modelos com **corpos cabides** para suas roupas caírem bem, se jogarmos um lençol em cima de uma modelo alta e magra ela vai parecer estar usando um vestido de festa, mas se jogarmos o mesmo lençol em cima de uma menina baixinha e gordinha vai parecer que **ela esta servindo de modelo para uma capa de botijão** [...]”.

(78) *Informante 5* – “O artigo é bem polêmico, trouxe informações e explicações que ajudou a compreender melhor que o **mundo da moda** também tem problemas que envolvem a saúde das modelos. Me identifiquei com o corpo da modelo porque sou magra, **esquelética** como ela só com uma diferença, é que ela é famosa. O objetivo do autor foi mostrado sim, esclarecendo o que se passa na moda. [...] “Antes éramos apenas **burras**. Agora somos **burras** e anoréxicas”. Isso choca qualquer um, porque ninguém sabe o quando é difícil ficar magra e **elas lutaram** para chegar na passarela. [...]”.

(79) *Informante 7* – “[...] Não é fácil para ele [a autora do artigo] **colocar na cabeça** das jovens que precisam cuidar da saúde porque elas sabem que precisam mesmo passar fome para ficarem com um corpo legal ou ser uma modelo.”

As informantes se apropriaram de algumas metáforas que a jornalista utilizou em seu artigo, com pequenas modificações, como **magras como cabide (corpos-cabides)**, **mundo da moda, mundo das passarelas (mundo das modelos)**. O exemplo comparativo que a informante 2 utilizou em seu texto - “se jogarmos **um lençol** em cima de uma modelo alta e magra **ela vai parecer estar usando um vestido de festa**, mas se jogarmos o mesmo lençol em cima de uma menina baixinha e gordinha vai parecer que ela esta servindo de

modelo para uma capa de botijão” - deixa clara a posição da adolescente frente ao modelo de corpo magro, ou seja, jamais uma modelo poderá sair deste padrão alto e magro, pois correrá o risco de ser comparada com um botijão de gás, além da noção ideológica de que as roupas só ‘caem bem’ em corpos magérrimos, os chamados ‘**corpos-cabide**’.

Partindo do conceito de que o discurso, como semiose, faz parte de uma prática social, na interação das adolescentes com o artigo lido procurei analisar a construção dos principais grupos sociais nos as informantes se incluem, observando os principais atores sociais presentes. Basicamente, elas se incluem nos grupos das mulheres de classe média/alta e das adolescentes leitoras da Capricho que aceitam sem problematização a necessidade de uma vigilância constante para disciplinar e moldar seus corpos, transformando-os, assim, em objetos dignos de atenção e valor social.

Para Resende e Ramalho (2006, p. 88) “a relação entre os significados acional, representacional e identificacional é dialética, ou seja, os três aspectos não são isolados entre si, sua distinção é somente uma necessidade metodológica.” Na formação da identidade estão presentes todos os três tipos de significados (acionais, representacionais e identificacionais), uma vez que a identidade se molda de acordo com as formas de ação do sujeito, suas relações sociais e sua identificação com o mundo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo de corpo que encontramos em inúmeros veículos midiáticos como a revista *Capricho* gera preocupações. Esse corpo magro tornou-se objeto de desejo da grande maioria das adolescentes brasileiras de classe média, que foram ‘ensinadas’ através dos discursos da mídia de massa, como o da *Capricho*, a serem magras para serem aceitas socialmente. É característica das adolescentes imitarem umas às outras, ou a seus ‘ídolos’ femininos (modelos, atrizes, etc.), usarem roupas e penteados iguais ou parecidos, sendo comum encontrarmos grupos de adolescentes muito parecidas em termos de vestuário, acessórios, cabelos, etc.

Nessa linha, a presente pesquisa procurou verificar a influência homogeneizante (direta ou indireta) da revista sobre suas leitoras. Pude concluir que os textos interpretativos das adolescentes estabelecem uma clara relação de intertextualidade com o texto e o discurso da autora do artigo - as adolescentes se apropriaram de várias palavras da autora (através do discurso indireto livre, da repetição de metáforas, etc.), tomando como suas as idéias apresentadas pela revista, o que mostra um alinhamento pacífico e nada questionador das leitoras com a revista.

Para analisar a interação entre a leitora adolescente e a temática do corpo na revista *Capricho* foram elaboradas as seguintes questões de pesquisa:

1) Como as adolescentes leitoras da revista *Capricho* lidam com o imperativo do corpo magro construído, sustentado e disseminado pelo discurso dessa e de outras revistas para adolescentes?

As meninas leitoras da revista são levadas a acreditar que o modelo de corpo magro representado e legitimado pelo discurso da revista é o ideal. As leitoras tomam como

verdade absoluta o que está estampado na revista. Manter seu corpo esbelto ou se aproximar ao máximo do modelo de corpo apresentado é naturalmente aceito “porque as mulheres e modelos precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção”, como afirma uma das adolescentes. A *Capricho*, portanto, em sua aparente função de entretenimento o ‘treinamento’, mascara seu papel prescritivo e pedagógico. As adolescentes estão sendo preparadas com o objetivo e a finalidade de adotarem o modelo do corpo magro como receita para a valorização social e para a felicidade e, a partir da internalização da necessidade de auto-disciplina corporal, consumirem produtos e serviços ligados ao modelo capitalista tardio (revistas como a *Capricho*, academias de ginástica, dietas de emagrecimento, produtos de beleza, roupas e acessórios, tratamentos cosméticos, até mesmo cirurgias plásticas).

2) Existe (e se existe, qual é) um espaço aberto para negociações identitárias entre as leitoras e a revista *Capricho* com relação ao modelo hegemônico de corpo? Em termos de poder, que relações são estabelecidas entre as jovens leitoras e a revista?

As distintas posições de identidade, assim como as restrições sobre quem pode assumir que identidades sociais, são produzidas tanto por sistemas simbólicos (e.g. a linguagem) quanto por sistemas sociais (práticas e relações sociais) (WOODWARD, 2000). Nesse sentido, a revista *Capricho* é um dos veículos que constroem, disseminam e legitimam certos sistemas simbólicos e práticas sociais, ocupando um papel de destaque na construção identitária de suas leitoras adolescentes. A ideologia do culto ao corpo pauta a maior parte do conteúdo editorial e publicitário dessa publicação. Os textos da *Capricho* são basicamente compostos de uma combinação de poucos recursos verbais e muitos recursos visuais (fotos, ilustrações, etc.) que ‘ensinam’ às adolescentes qual é o ‘corpo ideal’, e o que fazer para obtê-lo ou mantê-lo. A revista referencia adolescentes famosas (atrizes, modelos) como estratégia

para influenciar as leitoras, que vêem essas ‘olimpianas’ como exemplos a serem seguidos. A moda, como no artigo utilizado como parte dessa pesquisa, é um dos temas explorados pela revista para fazer referência ao corpo, pois todas as modelos que ilustram o artigo são adolescentes muito magras, altas, de pele clara e cabelos longos e lisos. Não é comum encontrar na revista fotos ou ilustrações de adolescentes fora desse padrão, o que deixa claro qual é o tipo de corpo valorizado.

3) Com relação às perguntas acima, como o discurso das jovens leitoras (no caso específico dessa pesquisa, os textos produzidos pelas participantes após a leitura de um artigo da *Capricho*) interagem com o desenho de mundo desse veículo midiático? Como as leitoras representam as relações (de poder, de classe social, etc.) estabelecidas entre a publicação e seu público leitor? Que modelos identitários dominantes as leitoras identificam na *Capricho*?

Como vimos no capítulo analítico, podemos comprovar a presença de significados acionais, representacionais e identificacionais nos textos produzidos pelas adolescentes. Em relação aos significados acionais, os textos incorporam outras vozes, dentre elas a da revista, através da autora do artigo; vozes das modelos e pessoas ligadas a moda; e vozes de quem está preocupado com a saúde de adolescentes. Entretanto, é o discurso da jornalista e dos profissionais da moda (principalmente estilistas e bookers) que é co-optado de forma mais freqüente pelas participantes. Nos relatos dessas vozes presentes nos textos interpretativos, fica claro que as leitoras acham natural se igualarem às modelos apresentadas na revista (muito magras e com IMC bastante baixo), pois somente duas informantes questionam, de forma leve, este discurso.

Além dos significados acionais, os representacionais estão presentes nos diferentes discursos incorporados aos textos interpretativos através de um alto grau de naturalização. A revista *Capricho* exerce uma clara influência sobre as adolescentes, que se

utilizaram de itens lexicais dos discursos da moda, da saúde e do culto ao corpo presentes no artigo da revista, indicando uma aceitação bastante pacífica do desenho de mundo construído por esses discursos.

Também estão presentes nos textos das adolescentes significados identificacionais. A revista *Capricho* valoriza, especialmente através de modos semióticos visuais, apenas o corpo magro, levando as leitoras adolescentes a acreditar que o corpo estampado na revista é o ideal, com o qual devem se identificar e o qual devem seguir. As metáforas, a modalidade e as formas de avaliação presentes nos textos das adolescentes também indicam uma aceitação naturalizada do modelo de corpo - e das necessidades de disciplina e consumo à ele associados – representado nas páginas da *Capricho*. A revista é a voz de autoridade na qual as meninas confiam e pela qual pautam muitas de suas convicções sobre o que significa ser bela, desejável e bem sucedida socialmente.

No entanto, já que a revista influencia as adolescentes que a lêem, cabe ao educador (família ou escola) ser o mediador deste conhecimento, orientando, criticando, e sobretudo mostrando o que está implícito no discurso da *Capricho*, pois sabemos que as leitoras jovens tomam como certo o que lêem, sem questionar os artigos desta e de outras revistas. Este é um problema social que está situado em uma rede de práticas que atingem vários atores sociais.

Ficam como sugestões para futuras pesquisas:

- i) Verificar como os adolescentes são influenciados por outros meios de comunicação além desta revista;
- ii) Coletar e analisar textos interpretativos de adolescentes não-leitoras da *Capricho* e a compará-los com a produção das adolescentes leitoras assíduas desta revista;
- iii) Analisar os textos de meninos que lêem a revista *Capricho*.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, S. S. Mídia impressa e educação de corpos femininos. In: LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Orgs.) **Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. Mídia, corpo e educação: a ditadura do corpo perfeito. In: MEYER, D.; SOARES, R. (Orgs.) **Corpo, Gênero e sexualidade: projetos e práticas pedagógicas**. Porto Alegre: Mediação, 2004.

BAZERMAN, C. Systems of genre and the enactment of social intentions. In: FREEDMAN, A.; MEDWAY, P. (Eds.). **Genre and the New Rhetoric**. London: Taylor & Francis, 1994.

BONINI, A. **Gêneros textuais e cognição**. Florianópolis: Editora Insular, 2002.

_____. **Suporte, mídia e hipergênero: Os gêneros textuais e suas relações**. No prelo.

BOA FORMA. São Paulo: Abril, janeiro 2008

CAPRICHIO. São Paulo: Abril, abril, setembro, outubro de 2006 e abril de 2008

CAMPOS, M.T.C. Mitos da mídia. **E-com**, vol. 2, no. 2, 2008.

CASTRO, A. L. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilo de vida e cultura ao consumo**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2007.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis**. Edinburg University Press, 1999.

COELHO, C. N. P. **Publicidade: é possível escapar?** São Paulo: Paulus, 2003.

CRAMER, J; CREEDON, P. J. (Eds.) **Women in mass communication**. New York: Sage, 2006.

DAUFEMBACK, A. A. **O imperativo do corpo magro e identidades corporais adolescentes na revista capricho: uma análise a partir da gramática visual**. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, UNISUL, 2007.

DEL PRIORE, M. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: SENAC, 2000.

_____. Corpo a corpo com as mulheres: as transformações do corpo feminino no Brasil. In: STREY, M. N.; CABEDA, S. T. L. (Orgs.) **Corpos e subjetividades em exercício interdisciplinar**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

DENZIN, N.; LINCON, Y. S. A disciplinas e a prática da pesquisa qualitativa. In: _____ (org.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre, Artmed, 2006.

DIAS, T. R. N. **Práticas identitárias em relatos de mulheres vítimas de violência doméstica**. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Lingüística, UnB, 2007.

DOUGLAS, M. **Purity and danger: An analysis of pollution and taboo**. London: Routledge, 1966.

ERICKSSON, K.A.; SIMON, H.A. Verbal reports on thinking. In: FAERCK, C.; KASPER, G. (Eds.) **Introspection in second language research**. Clevedon, Philadelphia: Multilingual Matters, 1987.

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. London: Longman, 1989.

_____. **Critical discourse analysis: the critical study of language**. London: Longman, 1995.

_____. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Ed. UnB, 2001 [1992].

_____. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. London: Taylor & Francis Group, 2003.

_____. **Language and globalization**. London: Routledge, 2006.

FIGUEIRA, M. L. M. A revista capricho e a produção de corpos adolescentes femininos. In: LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Orgs.) **Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

FIGUEIREDO, D. C. Como ser assertiva e politicamente correta na cama: Sexualidade feminina na revista Nova/Cosmopolitan. **the ESPECIALIST**, vol. 15, nos. 1 e 2, 1995.

_____. A importância do metac conhecimento sobre noções de discurso e ideologia na formação do profissional de Letras. In: LEFFA, Vilson (Org.) **O professor de línguas estrangeiras: construindo a profissão**. 2. ed. Pelotas: Educat, 2006.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

GAUNTLETT, D. **Media, Gender and Identity: An Introduction**. Routledge: London and New York, 2002.

GIDDENS, A. **Modernity and self-identity**. Cambridge: Polity, 1991.

GOELLNER, S. V. A produção cultural do corpo. In: LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Orgs.) **Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

HALLIDAY, M.A.K. **An introduction to functional grammar**. 3ª ed. London: Arnold, 2004.

HEBERLE, V. M. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias? In: CALDAS-COULTHARD, C. R.; FIGUEIREDO, D. C.(Orgs.) **Linguagem em Discurso**. Tubarão: v. 4, número especial 2004.

HOLTHAUSEN, M.C. **Valores e ideologias de gênero no discurso das revistas Princesas Disney e Recreio**. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, UNISUL, 2007.

HOUAISS, A. e VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

JACKSON, P; STEVENSON, N.; BROOKS, K. **Making Sense of Men's Magazines**. Cambridge: Polity Press, 2001.

JOKE, H. **Reading women's magazines**. Cambridge: Polity Press, 1995.

MAGALHÃES, I. Teoria crítica do discurso e texto. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; FIGUEIREDO, Débora de Carvalho (Orgs.) **Linguagem em Discurso**, Tubarão: v. 4, número especial 2004.

MELLO, F.S.C. **A representação de identidades corporais femininas pós-modernas na mídia de massa**: Os discursos das revistas de moda. Dissertação apresentada no programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Unisul, 2007.

MILLER, C.R. Rhetorical community: the cultural basis of genre. In: FREEDMAN, A; MEDWAY, P. (Eds.) **Genre and the New Rhetoric**. London: Taylor & Francis, 1994a.

_____. Genre as social action. In: FREEDMAN, A; MEDWAY, P. (Eds.) **Genre and the New Rhetoric**. London: Taylor & Francis, 1994b.

MILLS, S. **Feminist stylistics**. London: Routledge, 1995.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX**: o espírito do tempo. Vol. 1. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

OLIVEIRA, L.A.; NAPOLEÃO, P.M. A (dê)sconstrução da imagem do presidente Lula nas capas da revista Veja a partir de uma abordagem semiótica. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol. 31, no. 1, 2008.

PAPALIA, D. E; OLDS, Sally Wendkos; FELDMAN, Ruth Duskin. **Desenvolvimento humano**. Trad. Daniel Bueno, 8º. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

PINHEIRO, N.F. **Nós e você**: análise das relações entre os atores sociais (apresentadora e telespectadora) no programa “Mais Você”. Mimeo.

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

RAVEL, J. **Foucault**: Conceitos essenciais. São Carlos, SP: Claraluz, 2005.

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. **Análise de Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA, F. **“Eu consegui!”**: a representação de identidades corporais contemporâneas no discurso midiático sobre o emagrecimento. Dissertação apresentada no programa de pós-graduação em ciências da linguagem, unisul, 2007.

VAN LEEUWEN, T. A representação dos actores sociais. In: PEDRO, Emília Ribeiro. (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, Carmen Rosa; FIGUEIREDO, Débora de Carvalho (Orgs.) **Linguagem em Discurso**. Vol. 4, número especial, 2004.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T.T. (Org.) **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000

WYKES M.; GUNTER, B. **The media and body image**: If looks could kill. London: Sage, 2005.

ANEXOS

ANEXO A - Capa com adolescente grávida, novembro de 1994.



ANEXO B - Capas históricas da Revista Capricho, setembro de 2006.



ANEXO C – Questionário

Nome (opcional) _____

Idade _____

1. Você costuma ler revistas? _____

2. Com qual frequência? _____

3. Qual a revista que você mais lê? _____

4. Você é assinante de alguma revista? Qual? _____

Se você escreveu revista Capricho nas questões 3 ou 4 continue respondendo a pesquisa.

5. Com qual frequência você lê a revista Capricho? _____

6. Você conhece o site da revista Capricho? _____

7. Com qual frequência você acessa ao site? _____

8. O que mais lhe chama atenção na revista Capricho?

9. Por que você lê a revista Capricho?

ANEXO D – ProtocolosPrimeiro protocolo aplicado**ARTIGO DA CAPRICHÔ “A que século pertence seu corpo”**

Ao ler esse artigo, pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. À medida que lê, vá escrevendo como se fosse para você mesma. Deixe claro se o artigo lhe trouxe novas informações sobre o tema corpo, se você percebe o objetivo do autor ao escrever esse texto e se você concorda ou não com as informações contidas nele. Não esqueça de mencionar o que mais lhe chamou a atenção no texto (visual e / ou escrito) e os pontos positivos e / ou negativos do mesmo, em sua opinião.

Segundo protocolo aplicado**INTERPRETANDO O TEXTO DA REVISTA CAPRICHÔ**

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. À medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

ANEXO E – Artigo “MADE IN BRAZIL * A POLÊMICA DO IMC”





Bruna falando no
correr - corre dos
desfiles. Quem disse
que essa vida é fácil?

Bruna Tenório

Idade: 17 anos. Agência: Ford (ZMC). 16,2

Até os 16 anos, Bruna ia à escola, curtiu a praia com as amigas e comia feijão na casa da avó, como qualquer garota mortal. Ali, do nada, apareceu um booker que lhe ofereceu trabalho em São Paulo. Nem precisou insistir. "Sempre sonhei em ser modelo, mas tinha vergonha de dizer porque nunca me achava bonita o suficiente", conta. Ela, que nasceu e sempre morou em Macaé, saiu de casa no início do ano passado e caiu direto no Amm Hot Spot, um evento de moda conhecido por lançar novos estilistas e novas modelos. Depois de uma breve viagem à Ásia, desembarcou no São Paulo Fashion Week e seguiu para Nova York. Em sua primeira temporada internacional, estava nas passarelas de marcas como Yves Saint Laurent, Dolce & Gabbana e Versace. Com mais de 100 desfiles no currículo, o nome da Bruna logo entrou na 40ª posição do ranking feito pelo site models.com, que elege as 50 modelos mais importantes do momento.

Bruna gosta de ouvir axé, assistir a filmes em casa, jogar Imagem e Ação com os amigos e namorar pela internet (o namorado dela, com quem ela está há mais de um ano, mora e faz faculdade em Macaé). Mas não dá pra dizer que ela leve uma vida normal: trabalha de 6 a 8 horas por dia, faz o terceiro ano a distância e, estima-se, ganha cachês milionários. "Cada trabalho novo é mais uma conquista e eu estou aproveitando o meu momento. Não tenho muitos planos para o futuro. Ainda estou realizando meu sonho."

A moda também é uma descoberta recente. "Nunca fui ligada a tendências, marcas e estilistas famosos, mas agora tenho que conviver e saber de tudo desse mundo." Fora das passarelas e dos estúdios, ela gosta de se sentir à vontade e natural. A diferença é que, mesmo com jeans e camiseta, está sempre linda e chique. Segundo os estilistas e bookers, o que faz de Bruna uma neotop (leia o box ao lado) foi essa beleza clássica e sofisticada aliada ao seu rosto exótico. Esguia, inaugurou um jeito mais delicado de desfilar. Seu estilo é comparado ao da Kate Moss no início da carreira e há quem aposte nela como a substituta de Gisele Bündchen. "Ela é muito alta e caminha com uma elegância nata. Além disso, tem temperamento doce e é inteligente", diz a jornalista de moda Erika Palomino. Ela aposta que a história de Bruna Tenório tem tudo para ter um final feliz, como a de Carol Trentini, que estourou como foguete e se firmou como estrela.

O fenômeno das neotops

Neotop é um termo usado pelo pessoal do mundo da moda (os fashionistas) para designar as modelos novinhas, que mal chegaram ao mercado e estão estourando - muitas delas já estamparam capas de revistas famosas no exterior e campanhas de grandes grifes. "São meninas que, logo que aparecem, caem nas graças dos stylists, estilistas, fotógrafos e editores de moda", define a jornalista Erika Palomino. Para Costanza Pascolato, algumas especificidades fazem a diferença. "Essas meninas têm características que interessam a todo mundo, com traços miscigenados, universais. Além disso, elas fotografam muito bem e sabem dar personalidade a uma roupa ou produto." Como os tipos cobiçados mudam de uma temporada para outra, não dá pra saber por quanto tempo as neotops vão permanecer no auge. Agora, por exemplo, a estética de meninas exóticas tem se sobressaído à beleza clássica, mas, segundo os especialistas, essa tendência pode terminar em até 2 anos.



Laís Oliveira

Idade: 17 anos **Agência:** MM **IMC:** 15 *

Foi andando pelos corredores do SPFW que Laís deu o pontapé no seu sonho. Filha de metalúrgico e dona de casa, a paulistana não quis esperar a sorte e foi tentar ser "descoberta". "Dois estrangeiros me viram e me levaram para uma agência", conta. Valeu a insistência: pulou direto pro mercado internacional. Modelo de nova campanha da DKNY, ela sente muita falta do namorado, da lanchinha da tia e de passar as tardes vendo Chaves com as irmãs.



Solange Wilver

Idade: 17 anos **Agência:** Eskimo **IMC:** 18 *

Ela tem mania de ser unha, era sempre a gôieira nas aulas de educação física e vivia fazendo mil perguntas na sala de aula. E foi lá mesmo, na sua escola, em Antônio Carlos, Santa Catarina, que ela foi descoberta. "Fui negada por uma agência de São Paulo, mas 3 meses depois estava em Nova York", conta. Acabou se mudando pra lá e adora a vida na cidade gringa. "Amo colocar um jeans confortável e sair pra bater perna."



Emanuela de Paula

Idade: 17 anos **Agência:** Way **IMC:** 15,8 *

Emanuela já nasceu em cenário de revista: a praia de Cabo de Santo Agostinho, em Pernambuco. Filha de radialista e dona-de-casa, começou a carreira em Recife e logo se mudou para São Paulo. Depois, seguiu para Nova York, entrando de vez no circuito da moda. Participou de editoriais para as revistas Allure, French e Vogue e estrelou campanhas do Herchoovitch e da GAP e ficou incrível de boneca na campanha Barbie Loves, da M.A.C.



Daiane Conterato

Idade: 16 anos **Agência:** MM Management **IMC:** 15,15 *

A menina de Porto Alegre viu o mundo virar de ponta-cabeça quando foi descoberta. O primeiro passo foi ser agenciada em São Paulo e o segundo viajar pra Milão. "Logo eu estava fazendo um desfile pra Prada!" (Só pra você saber, quem cai nas graças de Miuccia, dona da Prada, sobe imediatamente no mundinho fashion.) Daiane também fez a campanha da Miss Sixty e desfilou para grifes como Dior, Louis Vuitton e Chanel.



Viviane Orth

Idade: 18 anos Agência: Ego DMC: 16 *

Vivi sonhava em ser jogadora de handebol, mas acabou defendendo a Calvin Klein com exclusividade em Nova York. Em Paris, vestiu a camisa das marcas Alexander McQueen, Christian Dior e John Galiano. A paranaense está swim endereço certo, apesar de passar a maior parte do tempo na França. Ela aproveita as raras folguinhas do trabalho para encontrar os amigos de lá e desvendar achados nos brechós parisienses.



Amanda Lopes

Idade: 18 anos Agência: Way DMC: 15,8 *

Ela sempre se achou magra demais e queria ser dentista. Porém, de tanto insistirem, resolveu experimentar a moda e não se imagina mais fazendo outra coisa. "As cobranças são sempre as mesmas, mas colho mais resultados agora que no começo da carreira", conta. Com uma beleza gótica parecida com a da supertop romena Irina, ela conquistou Nova York e Paris. No seu iPod: o que mais rola é rock gringo e MPB.

As apostas da CAPRICHO

Modelos que, segundo nossas editoras, devem virar neotópicos rapidinho



Carolina Pantofiano

Idade: 15 anos

Agência: MM

DMC: 15,7



Raissa

Idade: 17 anos

Agência: DMC

DMC: 15,8



Sherika Baum

Idade: 16 anos

Agência: One

DMC: 16,15



Marthia

Idade: 17 anos

Agência: Fendi

DMC: 15,11

*A polêmica do TMC

A última edição da semana de moda de Madri, na Espanha, foi marcada por uma medida polêmica: modelos com índice de massa corpórea (IMC) abaixo de 18 foram proibidas de desfilar. O IMC é calculado dividindo o peso pela altura ao quadrado e serve para avaliar se o peso está saudável ou não. Pra nós, mortais, IMC 18 é até menor do que o aceitável (abaixo de 18,5 já seria peso baixo). Mas, no mundo das modelos, esse número pareceu um absurdo. Isso porque, como você pôde conferir nas páginas anteriores, modelos costumam ter IMCs baixíssimos, raramente acima dos 17.

A organização da semana de moda de Madri diz que essa decisão foi resultado da pressão do governo regional, que entende que modelos muito magras criam um padrão de beleza quase impossível de ser seguido e podem influenciar negativamente a saúde das adolescentes.

E aí começou a polêmica. De um lado, ficaram os estilistas, dizendo que precisam de corpos-cabide para o caimento perfeito das roupas. De outro, médicos e nutricionistas, que acham que, além de influenciar o comportamento de meninas comuns, exigir corpos muito magros coloca as próprias modelos em situação de risco para os transtornos alimentares. No meio da briga e se defendendo de quase todas as acusações, ficaram as agências, explicando que essa é uma exigência do mercado e que as modelos são, em geral, naturalmente magras, sem precisar de grandes esforços para isso.

Mas numa coisa todos concordam: a polêmica de Madri serviu para levantar o assunto, questionar alguns valores e pensar em ações práticas que possam garantir a saúde das modelos. Aqui, no Brasil, o debate teve outro ponto de concordância: o corte do IMC, isoladamente, não seria capaz de identificar meninas doentes. "Modelo magra não é sinônimo de modelo anoréxica. Essas meninas têm pele, cabelo e saúde de pessoas saudáveis. Excluí-las seria discriminá-las", diz Manuela Wagner, booker internacional da agência Ten.

Por tudo isso, o São Paulo Fashion Week resolveu criar suas próprias regras para a sua edição de janeiro:

1 As modelos foram convocadas para uma série de palestras sobre saúde, corpo e nutrição.

2 Foi estabelecida a idade mínima de 16 anos para a participação das modelos no evento. Com essa idade, as meninas já passaram pelas mudanças físicas e psicológicas da adolescência e estão mais maduras e preparadas para lidar com a pressão da profissão, com as rejeições do mercado e com a direção da sua carreira.

3 A modelo deve apresentar um atestado médico antes de ser escalada para os desfiles. A intenção é garantir que quem pisa na passarela esteja com a saúde em dia.

A iniciativa teve um lado tenso: no auge da discussão sobre transtornos alimentares, as modelos ficaram se sentindo estigmatizadas. "Antes éramos só burras. Agora somos burras e anoréxicas", disse a top Bárbara Fialho, referindo-se às piadinhas que elas passaram a escutar.

Mas o balanço foi positivo. Houve o envolvimento de agências, modelos e pais, que receberam, inclusive, orientação sobre serviços públicos e gratuitos de apoio nutricional e psicológico especializados em modelos.

Esse formato ainda não é o ideal, porém é considerado o primeiro passo. "Pedir o atestado médico, por exemplo, é uma maneira de ter certeza de que as meninas terão acompanhamento periódico. A nossa intenção é desenvolver um projeto que permita diagnósticos mais criteriosos e convênios com centros de prevenção e tratamento de transtornos alimentares", diz Graça Borges, da organização do SPFW.

Uma pergunta, no entanto, continua sem resposta: essas medidas vão conseguir mudar os padrões de beleza? "Se isso acontecer, será a longo prazo. A primeira mudança vai aparecer na saúde", diz Alexandra Rodrigues, do Projeto Saúde Modelo da Universidade Federal de São Paulo. Jardel Turgante, booker da agência Way, concorda que padrões assim não mudam facilmente, mas acredita que, ao menos, podem se estabilizar, ou seja, deixarem de ser o de um corpo cada vez mais magro.

ANEXO F – TEXTOS INTERPRETATIVOS PRODUZIDOS PELAS PARTICIPANTES

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

Como garota, penso que cada um tem a sua beleza. Não importando se é gordinha, baixinha, magrinha, o importante é se gostar e cuidar da saúde e da beleza.

Com as informações que me dei do texto eu já sabia e concordo com o autor e com o que as organizadoras da SPFW criaram, isto com certeza vai ajudar as modelos a terem as saídas em dia. A polêmica do IMC é real, penso que está muito mascarada, eles só querem dizer que estão preocupados com a saúde das modelos mas na realidade querem que elas sejam magras como cabide mesmo.

O objetivo do autor do artigo não ficou claro. Será que ele concorda mesmo que devemos nos preocupar com as modelos que estão aí ou será que ele só está fazendo de conta que está preocupado? Os pontos positivos são de informar ao leitor o que acontece no mundo das passarelas e não contem nenhum ponto negativo no meu ponto de vista.

2

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo me trouxe novas informações sobre o mundo da moda, de uma maneira que eu quase não conseguia perceber antes e me permitiu entender melhor detalhes sobre os modelos que estão fazendo sucesso.

Penso que o objetivo do autor é mostrar que não devemos nos igualar aos modelos, o corpo delas é magro porque as roupas e os estilistas que os criaram foram desenhados assim. Os estilistas querem modelos com corpos ideais para suas roupas caberem bem, se pegarmos um lençol um cima de uma modelo alta e magra, ela vai parecer estar usando um vestido de festa, mas se pegarmos o mesmo lençol um cima de uma menina baixinha e gordinha vai parecer que ela está usando de modelo para uma capa de revista.

Acho que as imagens e os textos numa revista devem ser mais reais, pois se não for assim como exemplo o fato da modelo para ilustrar o texto. Por fim gostei muito do artigo e não achei nenhuma parte negativa.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

Esse artigo é bastante interessante, pois informa as pessoas sobre as coisas que não são diariamente divulgadas na sociedade. Concordo e discordo com essas informações, pois como diz o próprio texto, não é porque a menina é magra que não é saudável, eu por exemplo, tenho o IMC de 16 e não sou anorexia, nem cara parecida, muito pelo contrário como de tudo só que na medida certa. Como diz Mamella Wagner, "excluí-las e discrimina-las".

Percebi que o objeto do autor, além de informar é de alertar e tentar contribuir para que o nível de modelos anoréxicos diminua. O que mais me chamou atenção foram os depoimentos e fotos de algumas modelos.

Resumindo o artigo é sim bem interessante mas acho que o objetivo alcançado vai ser apenas de informar, infelizmente, porque as mulheres e modelos precisam ser mesmo magras para serem bonitas e chamarem a atenção.

Particularmente foi muito bom ler porque me encontrei com o mundo da moda.

4

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

Cio ler o texto recebi novas informações sobre o IMC considerado normal no mundo das modelos e o IMC considerado normal para outros jovens. O objetivo do autor é mostrar que a magreza pode se tornar um problema para a saúde. Hoje em dia muitos jovens senão com a carreira de modelo assim começam a se impor dietas mirabolantes, os efeitos disso estão causando a polêmica. Recentemente tem se falado muito sobre a proibição de modelos com IMC baixa de desfilarem, mas como o texto mostra o IMC abaixo de 17 é natural para modelos. O desejo de ficar magra põe em risco a saúde física e psicológica dos adolescentes. Por isso os principais apoiadores dos métodos são médicos e pais preocupados. Isso não significa que todas as modelos não sejam saudáveis muitos levam uma vida normal com alimentação balanceada e hábitos corretos. Em toda a revista capricho o que sempre me chama a atenção as ilustrações, as fotos sempre me chamam mais a atenção. o único ponto negativo é que poderia não ter lido todo o artigo pois é muito grande e quem está lendo pode pular algumas partes e acabar não entendendo o que o autor quer dizer realmente.

⑤

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo é bem polêmico, trouxe informações e explicações que ajudou a compreender melhor que o mundo da moda também tem problemas que envolvem a saúde das modelos. Me identifiquei com o corpo da modelo porque sou magra, esquelética como ela só com uma diferença, é que ela é famosa. O objetivo do autor foi mostrado sim, esclarecendo o que se passa no mundo da moda. Até parece que pode ser percebido que as modelos magras estão sendo desvalorizadas agora e que o quesito beleza não está tão em alta como a saúde.

O que mais me chamou a atenção é que as modelos ficaram revoltadas, e com razão "Antes éramos apenas burras. Agora somos burras e anoréxicas". Isso choca qualquer um, porque ninguém sabe o quanto é difícil ficar magra e elas lutaram para chegar na passarela. Gostei muito do artigo.

6

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo adicionou algumas informações além das que eu já sabia sobre a magreza nas passarelas.

O autor tem como objetivo levar informações as leitoras para serem saudáveis e aceitar seu corpo. Eu concordo com o que foi dito, pois a magreza nem sempre é saúde.

No texto chama a atenção o exemplo que foi dado. O artigo é interessante, traz informações importantes as leitoras, também para que elas se conscientizem sobre os padrões de beleza nas passarelas e que é isso para as passarelas que as modelos precisam ser magras as outras no dia a dia é só ter um corpo que a roupa fique bem, basta. Pontos negativos não achei nenhum apenas positivos, as informações estão claras e acessíveis para as pessoas que lêem e com a foto da modelo podemos compreender melhor.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

A reportagem me deixou bastante informada e me trouxe muitas informações interessantes. O Autor utiliza uma linguagem bastante acessível ao seu público alvo. NÃO é fácil para ele colocar na cabeça das jovens que precisam cuidar da saúde porque elas sabem que precisam mesmo passar disso para ficarem com um corpo legal ou ser modelo. A estrutura da Revista prende a atenção da leitura que se sente atraída ao ler. Gosto da revista Capricho porque sempre traz assuntos legais como esse. NÃO gostei muito foi do tamanho do artigo. A Polêmica do IMC - não precisava ser tão extensa, esse foi ponto negativo.

(8)

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo com certeza trouxe novas informações, só pelo fato de eu não ter tido conhecimento antes sobre isto (OIMC dos modelos). No texto o autor quer nos passar o conhecimento sobre o nosso corpo, que através do texto podemos conhecer um pouco mais sobre o nosso corpo. Não posso dizer que concordo com o que está escrito eu apenas aceito pois eu não tinha conhecimento do assunto antes da reportagem. Quando peguei minha revista na mão não me interessei em ler este artigo, só em ver as fotos dos modelos, pensei que o autor iria dizer que é errado ter OIMC dos modelos. Eu sei que ele quer dizer para as jovens cuidarem da alimentação até na escola só falar disso. Eu penso que as mulheres tem que ser mais valorizadas. A mulher vem crescendo, tornando independente e isso faz surgir uma grande mudança. Faltava que hoje cada vez mais meninas vem buscando ser iguais as modelos, imagerias e com os rostos bonitos. Cada uma tem que ser livre para fazer o que quer.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo traz assuntos que a muito estão sendo comentados, mas eles trazem informações novas e algumas que valem serem reafirmadas. Essa questão de peso, ser alta, baixa, modelos ou meras mortais, como diz o texto, é um tema muito abordado por vários autores mas a Capricho tem uma forma de tratar os assuntos únicos com objetividade e clareza passando sempre claramente o que quer falar. Os artigos como de costume são ótimos. Talvez eu não concorde com essa história de que cada vez mais há menos padrões de beleza ou de que esteja realmente sendo feito algo para que as modelos tenham saúde. Na minha opinião, a cada dia as pessoas estão cada vez mais tentando se adequar aos padrões de nossa época, ser magra e alta, tendo que usar certas marcas de tênis, roupas, acessórios e na questão da saúde das modelos, que com o perdão da palavra, estão se ferrando. Acho que muitas

pessoas que dominam o mundo da moda estão pouco ligando para as modelos o que nós podemos observar é que muitas de nós não podem ser consideradas saudáveis comendo apenas uma folha de alface por dia. A intenção do autor foi positiva mostrando os ditos padrões das modelos, é um texto que me ajudou bastante para o meu crescimento por isso gostei por ter informações que posso levar para minha vida pessoal.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo me trouxe novas informações, porém sobre assunto já conhecido. No texto ficou claro a preocupação com o corpo das mulheres, para ser modelo precisa ser alta e magra, e não gorda e baixa. Fica claro o debate de médicos utilizando um relatório de algumas modelos. É muito frequente a preocupação masculina e feminina com o próprio corpo. Acho muito legal a preocupação dos médicos com a saúde das modelos, afinal de contas a saúde e a vida têm que caminhar juntas. O escrito é essencial mas as imagens ajudam o texto a prender a atenção do assunto. Os pontos positivos são as informações, as curiosidades, a história da modelo Bruno Tório e legal porque é um exemplo de que as mulheres podem muito para a aparência das outras e não devem parar a mais mesmas. Precisamos ter claro a vontade para alcançarmos nossos objetivos, para serem limites e saudáveis.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

As brasileiras estão se destacando muito no mundo da moda, um booker descobriu uma menina de Maceió para trabalhar como modelo, que acabou de ser reconhecida como a nova Gisele Bündchen. O artigo está visando a saúde das modelos com anorexia, pois os padrões da moda é ser muito magra. Os agentes da saúde estão preocupados com a saúde das modelos querendo que a moda mude esse padrão que é ser magra, sabemos que isso não vai mudar tão cedo pois não é só no meio das modelos que esse padrão é dito como certo, ao mesmo tempo todos temer o tempo todo alguém dizendo magra para ficar bonita. No artigo não há pontos negativos e o ponto positivo é fazer os leitores refletirem um pouco sobre a vida das modelos.

INTERPRETANDO O ARTIGO DA REVISTA CAPRICHÔ

Ao ler este artigo pense sobre o seu corpo e o corpo de outras adolescentes. A medida que for lendo, vá escrevendo procurando deixar claro:

- se o artigo lhe trouxe novas informações;
- se você percebe o objetivo do autor ao escrever este texto;
- se você concorda ou não com as informações contidas nele;
- o que mais lhe chamou atenção no texto (visual e/ou escrito);
- sua opinião sobre o artigo (os pontos positivos e os pontos negativos)

O artigo trouxe informações já conhecidas, como a que ponto chegam as modelos para serem reconhecidas.

Fala da polêmica do IMC e das modelos que acabam se tornando maus exemplos para as meninas. Apesar do visual do texto ter chamado a atenção para despertar o interesse pela leitura, esta mostra que as modelos que fazem sucesso são magrinhas, magrinhas.

Portanto, ao mesmo tempo que o artigo é positivo incentivando que devemos tomar cuidado ao seguir os padrões da moda, mostra que ao seguir este padrão pode dar certo pois as modelos apresentadas são famosas e para isso possuem o IMC bem abaixo do considerado normal para terem corpos magros e invejáveis.

ANEXO G – FOTOS DA PRIMEIRA COLETA DE DADOS



