

A INFLUÊNCIA DAS REVISTAS FEMININAS NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DA MULHER*

Clara Zeni Camargo DORNELLES (UFSC)

Abstract: The objective of the present paper is to show through a linguistic analysis that Women's Magazines constitute a powerful vehicle to convey ideology and to take part in the construction of women's identities. To reach this purpose I analyse an article from Nova following Critical Discourse Analysis perspectives. The analysis is based on the tridimensional-framework for text analysis proposed by Fairclough (1989 and 1992) which explores not only the text but the discursive and social practice involved in the discursive event. Besides showing how magazines reinforce stereotypes of gender, the analysis aims at contributing to the debate of women and men roles in society, and to people's awareness of the power of language in constructing social relations and positions.

Introdução

Desde algumas décadas atrás, as mulheres têm demonstrado um interesse em buscar o reconhecimento da posição ativa que assumem dentro da sociedade. A busca pelo papel de sujeito é evidenciada por uma gama de estudos que procuram mostrar e questionar a maneira como a imagem da mulher é construída em meios de cultura de massa. As revistas femininas, por exemplo,

constituem uma instância discursiva que exerce forte influência na vida da mulher. Ao mesmo tempo que essas revistas retratam o papel que a mulher desempenha na sociedade, elas ajudam a moldar esse papel, transmitindo ideologias e contribuindo para a manutenção de certas relações hegemônicas.

Seguindo os parâmetros da Análise Crítica do Discurso, analisarei um artigo da revista *Nova*, mostrando de que maneira essas ideologias se manifestam lingüisticamente no texto. Tomarei como base o modelo tridimensional de análise do discurso proposto por Fairclough (1989 e 1992) e levarei em consideração os estudos de Ballaster et al (1991), explorando as relações existentes entre língua, ideologia, poder e revistas femininas. A análise lingüística será baseada na aplicação de conceitos relativos ao discurso exortativo ao texto (Longacre 1992), além da análise de aspectos lexicogramaticais.

1 - Por que analisar revistas femininas?

Por constituírem um meio de comunicação de massa, as revistas femininas têm grande circulação entre as mulheres. Para vender esse produto, a indústria publicitária não poupa esforço. Diferentes noções de feminilidade são criadas e surgem as contradições. Ao mesmo tempo que a revista *Nova*, por exemplo, relaciona a mulher à esfera pública e se dirige a uma mulher moderna, essa revista continua reforçando idéias e valores tradicionais no que diz respeito à sexualidade e à representação de gênero¹. Apesar da aparência descompromissada com o político, as revistas femininas influenciam as relações sociais. Esse

aspecto têm preocupado pesquisadoras da área de Análise Crítica do Discurso. Algumas pesquisas, tais como as de Caldas-Coulthard (1994 e 1996), Figueiredo (1994 e 1996), Heberle (1994 e 1996) e Ostermann (1994 e 1996), já estão em circulação. Apesar de abordar a descrição de aspectos lingüísticos diferentes, o presente trabalho segue a mesma perspectiva seguida por essas autoras².

2 - Língua, ideologia, poder e revistas femininas

De acordo com Fairclough (1989), uma *abordagem crítica da língua* apresenta dois objetivos principais: mostrar o *poder* da linguagem na produção, manutenção e mudança das relações sociais de poder; demonstrar como por meio da linguagem uns *dominam* os outros.

Para alcançar esses propósitos, durante a interpretação de textos a/o analista crítica/crítico do discurso leva em consideração aspectos históricos, sociais, políticos e culturais, além da descrição de estruturas lingüísticas. Explorando tais aspectos, a/o analista procura conscientizar as pessoas de que a linguagem é utilizada para reforçar diferenças econômicas, raciais e sociais (Heberle 1994).

Um dos parâmetros básicos da Análise Crítica do Discurso é que o *discurso* influencia e, ao mesmo tempo, é influenciado pelas *estruturas sociais*. Parte-se do pressuposto de que a *linguagem* é um instrumento de *poder* e por meio dela valores e pensamentos são reforçados ou transformados. Tudo o que se diz de alguma maneira transmite as representações de mundo, de realidade, da/o produtora/produtor do texto.

Analisando revistas femininas, podemos perceber que o discurso dessas revistas segue essa estrutura dialética. Ao mesmo tempo, reflete e determina o papel da mulher na sociedade, transmitindo antigas e novas idéias, normas e valores. Não podemos negar, como Ferguson sugere, que as revistas femininas contribuem para definir a posição ocupada pela mulher na sociedade (1983, in Figueiredo 1995). Esses periódicos moldam tanto a visão que a mulher tem de si própria, quanto a visão que a sociedade tem da mulher. Dessa maneira, assim como essas revistas e outros tipos de texto podem contribuir para a manutenção das posições ocupadas pelas pessoas na sociedade, podem também participar na transformação dessas posições.

Uma das maneiras que as revistas femininas usam para transmitir suas ideologias é tratar problemas sociais como se fossem individuais. Essas revistas negam a existência de conflitos sociais, conferindo apenas soluções morais ou individuais para problemas dessas dimensões (Ballaster et al 1991). Essa é uma maneira de estabelecer relações de poder desiguais na sociedade.

Dentro dessa perspectiva de Análise Crítica do Discurso, Fairclough (1989 e 1992) propõe um modelo de análise de texto que se desenvolve em três níveis: *texto*, *prática discursiva* e *prática social*. A esses três níveis correspondem três estágios de análise, respectivamente: *descrição*, *interpretação* e *explicação*. Seguindo esse modelo, além de *descrever* o texto (artigo da revista *Nova*), *interpretarei* a maneira como é estabelecida a interação entre os participantes do evento discursivo (no caso, autora do texto/instituição e leitora) e *explicarei* de que maneira as ideologias transmitidas pelo texto ajudam a

criar e manter estereótipos e, conseqüentemente, a reforçar a *hegemonia masculina* e do *casamento* na sociedade. É importante frisar que os três níveis de análise são interdependentes; ao mesmo tempo que estiver descrevendo o texto, farei considerações a respeito das práticas discursivas e sociais nas quais ele está inserido.

O conceito de *texto* que Fairclough adota segue a definição de Halliday, considerando texto tanto a linguagem escrita quanto a oral. A *prática social* está relacionada à interpretação da relação do texto com o contexto social, político, ideológico etc. A *prática discursiva*, intermediária entre o *texto* e a *prática social*, equivale ao contexto situacional e aos aspectos socio-cognitivos envolvidos na interpretação do texto (Fairclough 1992).

Para descrever o texto, além de analisar aspectos lexicogramaticais (vocabulário/verbos no imperativo), explorarei a estrutura textual, aplicando os conceitos relativos ao discurso exortativo ao texto. O objetivo do *discurso exortativo* é influenciar o comportamento, fazendo com que as/os leitoras/leitores do texto façam algo que eles não costumam fazer, parem de fazer algo que costumam fazer, continuem fazendo o que já fazem, etc (Longacre 1992). O *discurso exortativo* é caracterizado pelos seguintes *passos/esquema*:

- 1 - estabelecimento de autoridade/credibilidade do produtor do texto;
- 2 - apresentação de problema/situação;
- 3 - presença de um ou mais comandos, que podem estar mitigados/dissimulados em sugestões;
- 4 - motivação (resultados desejáveis/indesejáveis).

Neste esquema 1 e 2 podem estar implícitos e 3 é básico. Longacre afirma que um texto exortativo não existe sem a presença de comandos/sugestões. A maioria dos textos exortativos também apresenta motivação (4, no esquema). Uma das principais características desse tipo de discurso é a forma imperativa dos verbos. Como mostrarei, o texto analisado é baseado nos passos do discurso exortativo, embora também possa apresentar características de outros tipos de discurso. Segundo Fairclough, a estrutura do texto pode sugerir as posições assumidas pelos interlocutores no discurso. Sendo assim, a própria descrição da estrutura textual traz pistas a respeito das práticas discursivas e sociais que vigoram no texto.

Com o presente trabalho, pretendo mostrar sob uma perspectiva lingüística como as revistas femininas influenciam o comportamento da mulher; em que sentido as revistas femininas influenciam a formação de uma identidade feminina e masculina e quais as implicações sociais que isso traz; mostrar que o discurso da revista *Nova* não é tão transgressor quanto demonstra pretender ser ao criar o estereótipo da mulher moderna.

3 - Análise Crítica de um Artigo da Revista *Nova*

O artigo analisado, *As 10 Armas Secretas de uma Sedutora*, foi publicado na revista *Nova* em 1995. A revista *Nova* é a representante da *Cosmopolitan* no Brasil, onde vem sendo publicada desde 1973. *Cosmopolitan/Nova* foi a primeira revista feminina a situar a mulher na esfera pública. A imagem construída para essa revista é a de uma revista que é moderna e transgressora. O que se vê nas páginas da revista, entretanto, é uma tendência a reforçar

uma visão conservadora da sexualidade e das relações de gênero (McCracken 1993).

Assim como a maioria dos artigos publicados na revista *Nova*, o artigo escolhido para análise explora relações de gênero. Em “*As 10 Armas Secretas de uma Sedutora*”, a leitora da revista recebe regras de como se comportar para ser uma sedutora; para “ter mais pretendentes do que dias na semana”. Esse propósito parece ser bastante transgressor, no entanto, o que se observa no desenvolvimento do texto é que o objetivo alcançado pela sedutora que evoca as 10 armas foi conquistar um pretendente único, o *marido*. Os próximos segmentos foram retirados do *corpus* e mostram como o *casamento* constitui o passo final na busca por se tornar sedutora.

Casar era o que eu mais desejava, mas minha *alma gêmea* e eu ainda não tínhamos nos encontrado. (grifos meus, aqui e nos exemplos abaixo)

Mas eu acredito que viver juntos muitas vezes limita as suas possibilidades de *casar* e de conhecer o *homem certo*. Além de compartilhar os *prazeres da cama*, ele vai usufruir de todas as pequenas *vantagens da vida doméstica* _ sem nenhuma motivação para assumir um *compromisso definitivo*.

Os dois exemplos acima apresentam a idéia de que existe uma *alma gêmea*, um *companheiro ideal*, o *homem certo* que a mulher procura para realizar um objetivo que toda a mulher supostamente teria: *casar*. O casamento é tido como um acontecimento natural na vida da mulher;

como se fizesse parte de seu ciclo de vida. Alvo da crítica feminista, o casamento ainda hoje em geral apresenta uma estrutura que pressupõe uma relação de hierarquia entre marido e esposa. Thompson afirma que “tornar-se um ‘marido’ é obter o direito patriarcal em relação à ‘esposa’” (in Pateman 1993: 237). Se as mulheres experienciam o casamento da maneira como ele é tradicionalmente estruturado na nossa sociedade, elas acabam participando de uma relação que a princípio já as coloca em uma posição de subordinada. Ver o casamento e as posições criadas por ele como *naturais* contribui para a manutenção da instituição casamento e de todas as relações que essa instituição implica (relações de poder, por exemplo). O próximo segmento reforça a visão tradicional do que significa ser uma *esposa perfeita*:

Todas essas regras de comportamento me fazem lembrar da maneira pela qual eu encontrei e me casei com Mário (...) Definitivamente, eu *não sou a esposa perfeita*. Pelo menos, ainda não. *Há uma série de coisas que me recuso a fazer, como passar roupas e lavar pratos.*

Nesse último exemplo, vemos que a revista não propõe um tipo de relação nova entre homens e mulheres, em que, por exemplo, o casal busque uma relação de parceria, não hierárquica. Ser esposa é lavar pratos... Thompson (in Pateman 1993) sugere que a mudança do casamento só existirá se houver, além de mudanças econômicas e políticas, uma mudança do significado do que é ser homem e mulher. Os exemplos seguintes mostram qual é a concepção da revista quanto ao que é ser *feminino e masculino*.

Quando ainda era solteira, os amigos diziam que minha forma de me aproximar e de me relacionar com o sexo *oposto* era *semelhante à de um homem*. Talvez eles se referissem ao fato de que *eu sabia sempre o que queria (diversão e sexo)*, não gastando *minhas emoções* a cada encontro romântico e não entrando em parafuso se o ***companheiro ideal*** não se materializasse. Também tinha meu jeito de controlar os homens: ser *gentil*, mas *firme*.

No início do artigo em análise, a narradora do texto sugere que as leitoras sejam sedutoras e, para tanto, que ajam como os homens: “Aja com os homens como eles sempre agiram com nós, mulheres. Ame-os e deixe-os ... loucos de saudade”; a *feminilidade* é relacionada à transgressão. No exemplo anterior, a narradora do texto, que é quem formula e aplica as 10 armas secretas (e com sucesso, porque ela acaba se casando), mostra que agir como os homens é vantajoso. A narradora desconstrói o estereótipo da mulher desesperada em busca do *príncipe encantado*:

Durante anos fui o estereótipo da garota *desesperada* em busca da paixão.(...) Certa vez, encontrei um homem e, antes mesmo de descobrir seu nome, decidi que seria meu ***príncipe encantado***. Agarrei-me a esse amor de corpo e alma., mas a *insensibilidade* de meu namorado me fazia sentir miserável.

No entanto, ao mesmo tempo ela confere força a esse estereótipo quando diz que a lógica é uma característica do homem:

“Preciso conhecer muitos deles”, raciocinava (*empregando uma lógica tipicamente masculina*).

O uso do léxico *tipicamente* sugere que ser lógico é característico do homem. Implicitamente, existe a idéia de que a mulher é o ser que não é lógico, que é emotivo. Nos três últimos exemplos, algumas das palavras relacionadas ao *feminino* são: *emoções, romântico, companheiro ideal, gentil, desesperada, paixão, príncipe encantado, amor*. As palavras relacionadas ao *masculino* são: *diversão, sexo, firme, insensibilidade, lógica*. O que se viu nos três últimos exemplos é que os estereótipos tradicionais referentes à mulher e ao homem são reafirmados. Esses estereótipos são construídos socialmente, por meio da linguagem; não é por acaso que aparecem nas revistas femininas (é a revista sendo moldada e moldando a sociedade). E também não é por acaso que as pessoas levam adiante *crenças* com relação ao que significa ser homem e mulher. Esses pensamentos vêm sendo construídos desde a Antigüidade com Platão e Aristóteles³, passando por filósofos e pensadores mais contemporâneos, como Rousseau, Kant, Schopenhauer, Nietzsche (Alambert 1986 e Alves e Pitanguy 1985). As conseqüências da aceitação e da *naturalização* (Fairclough 1989) desses *tipos* refletem no fortalecimento de uma sociedade *dominada pela masculinidade*; uma sociedade em que o homem (branco) exerce o monopólio social, político e econômico.

No decorrer da leitura do artigo, percebe-se que a autora do texto se dirige a um tipo de mulher em particular. No caso desse texto, confirma-se a hipótese de Ballaster et al (1991) de que haveria uma *leitora ideal* à

qual o texto é dirigido. Essa leitora seria uma mulher heterossexual, branca e de classe média. Veja o próximo exemplo:

... Isadora é uma loirinha mignon, *dinâmica* e sempre *em forma*, é verdade. Administra habilmente seu tempo e *seu próprio negócio*. Vende pontas de estoque de roupas femininas, mas não é rica e, de manhã, nem sempre levanta de bom humor. Aos 34 anos, Isadora, *como todas nós*, *se esforça para progredir no trabalho e melhorar a aparência*.

Aqui a leitora do texto é identificada com Isadora. O pronome *nós* inclui a leitora nesse esforço para ter sucesso profissional e cuidar da beleza. A leitora ideal é supostamente alguém que, como Isadora, trabalha fora e cuida da aparência física. No próximo segmento do texto, o uso do léxico *namorado* confirma que a leitora é supostamente heterossexual:

Diga não a 50% dos convites, deixando bem claro que você prefere ficar em casa e...sozinha. Mais cedo do que você pensa, **seu *namorado* vai desejar passar a noite na sua cama**. Quando isso ocorrer, *faça* com que ele se sinta bem-vindo. *Selecione* seus CDs favoritos, *ponha* a cerveja para gelar no freezer, *arrume* um espaço livre no armário para que ele possa guardar seus ternos e sair de manhã pronto para trabalhar.

Em itálico temos também os verbos no imperativo, mostrando a presença de comandos explícitos (passo 3, no esquema do *discurso exortativo*). A passagem: *seu namorado vai desejar passar a noite na sua cama* é um

exemplo de motivação (passo 4, do *discurso exortativo*). Essa passagem representa um resultado desejável, que motiva a leitora a seguir o comando dado (*dizer não a 50% dos convites...*). A seguir um exemplo de motivação com resultado indesejável:

As mulheres que exigem demais acabam ficando *sozinhas em casa se empanturrando de sorvete*.

Os dois segmentos abaixo apresentam qual é o problema/situação (passo 2, no esquema do *discurso exortativo*) apresentado no texto:

- Quando está em jogo um romance, as *mulheres* se encontram *em desvantagem extrema*.
- ... a Grande Crise de Escassez de Homens.

No artigo em análise, o *sexo* é tido como um elemento que confere *poder* à sedutora. Primeiro é dito para a leitora não transar no início do relacionamento: “não se precipitar mesmo que você esteja ardendo de paixão”. Mais à frente o *sexo* é não somente *liberado*, mas a leitora é aconselhada a fazer um bom uso dessa arma:

- Quando vocês finalmente transarem *seja insaciável*.

Apesar de defender um pensamento como esse, em momento algum o texto menciona os riscos pelos quais as pessoas passam quando se relacionam sexualmente. Não se fala nem mesmo na *aids*, uma doença que atualmente é tida como um bom motivo para se buscar o *sexo seguro*, muito menos na *contracepção*.

Os exemplos finais são duas das 10 armas secretas apresentadas no texto:

- *Prestar* muita atenção quando vocês visitam a mãe dele⁴.
- Não *morar* juntos.

A justificativa dada para a última arma secreta (“não morar juntos”) é que se a leitora morar junto com o namorado ele não sentirá “motivação para assumir um compromisso definitivo”, pois “além de compartilhar os prazeres da cama, ele vai usufruir de todas as pequenas vantagens da vida doméstica”⁵. A *hegemonia do casamento* é mais uma vez reforçada.

Com relação ao tipo de interação estabelecida entre a produtora do texto (autora/revista *Nova*) e a leitora, considero que existe um tipo de cumplicidade entre ambas (“*nós, mulheres*”). As mulheres são vistas como um grupo homogêneo, em oposição aos homens, mas, ao mesmo tempo, tendo necessidade deles (Ballaster et al 1991). Criando essa atmosfera, a produtora mantém sua *autoridade* (passo 1, no esquema do *discurso exortativo*) implícita e torna a ideologia mais efetiva (Fairclough 1989). A narrativa em primeira pessoa também favorece o estabelecimento de uma relação próxima e informal entre os participantes do evento discursivo.

Por trás dessa cumplicidade estabelecida por meio do texto, existe todo interesse da instituição, no caso revista *Nova*, para vender a mensagem, a imagem e os produtos da revista. É a ideologia do aconselhamento (a “conversa entre amigas”) do consumo influenciando a construção da revista/do texto. Para atingir o maior

número de leitoras possível (para vender mais) a revista acaba criando diferentes noções de feminilidade.

Concluindo a análise, a descrição mostrou que o texto analisado pode ser considerado um exemplo de discurso exortativo, pois tende a influenciar o comportamento da mulher, prescrevendo regras de como agir. Esse tipo de estrutura faz com que a leitora assuma uma posição de alguém que é conduzido a ter certa atitude, conferindo à revista o poder de estabelecer as regras e de comandar. Interpretando e explicando o texto, procurei chamar a atenção para aspectos socioculturais que envolvem o mesmo.

4 - Considerações finais

A principal conclusão a que podemos chegar a partir da presente pesquisa é que o discurso das revistas femininas não tem nada de ingênuo. Assim como qualquer tipo de discurso, influencia a visão de mundo da leitora/do leitor, ao mesmo tempo que reflete o posicionamento daquela/daquele que constrói o texto. Apesar de haver uma tendência a mostrar uma nova imagem da mulher, o texto acaba mantendo representações de gênero tradicionais. Como a análise crítica do artigo da revista *Nova* demonstrou, a revista reforça estereótipos masculinos e femininos: homem, o racional e insensível; mulher, a emotiva e desesperada; em consequência, os padrões tradicionais de relações de gênero também são reforçados: a busca pelo *príncipe encantado* e o *casamento* constituem o passo final, na busca por se tornar *sedutora*.

Essa visão conservadora, que acarreta a não transformação da sociedade, é construída no dia-a-dia, em

todas as esferas da vida social. As conseqüências da aceitação desses antigos estereótipos resulta em desvantagens para a mulher na sociedade. Mulheres recebendo salários mais baixos que os homens; mulheres acreditando que o casamento e a maternidade são estágios pelos quais elas devem obrigatoriamente passar se quiserem ser mulheres de fato.

O que significa ser mulher afinal? O conceito de feminilidade tem sido bastante discutido nas áreas em que se debate a questão do gênero. Não é nada fácil definir o que é ser mulher na atualidade⁶. Acredito que desconstruir os estereótipos de gênero que ainda vigoram seja um bom começo para se construir novas concepções do que é o feminino⁷. Espero que esse trabalho sirva de alerta nesse caminho que leva à *conscientização* do poder da *linguagem* na construção das relações sociais e à formação de uma leitora/um leitor mais *crítica/crítico*, contribuindo para a *auto-reflexão* do indivíduo e para a *reorganização* da sociedade.

NOTAS:

* Meus sinceros agradecimentos à professora Viviane Heberle e aos amigos Alberto Gonçalves e Rodrigo Borges de Faveri que com suas críticas e sugestões me ajudaram a realizar o presente trabalho. Este artigo foi produzido como parte das atividades desenvolvidas no PET/LETRAS da UFSC, grupo coordenado pelo professor José Luiz Meurer, a quem devo também um agradecimento especial.

¹ - O termo *gênero* aqui empregado se refere à categoria de análise que surge na década de 80 dentro da Crítica Feminista. Falando-se em gênero, passa-se a englobar no

discurso feminista considerações maiores ou menores sobre o homem, a masculinidade, a homossexualidade. Funck (1994) faz considerações importantes sobre o assunto. Citando Showalter (1989), ela define gênero como “o significado social, cultural e psicológico imposto sobre a identidade biológica”.

² - As autoras citadas produziram pesquisas nas quais fazem análise crítica de textos de revistas femininas (*Marie Claire*, *Cosmopolitan*, *Cláudia*, *Capricho*, entre outras), descrevendo aspectos lingüísticos tais como estrutura textual/narrativa, modalidade, léxico, função interpessoal, uso inclusivo/exclusivo do pronome *nós*. Cito algumas referências bibliográficas dessas autoras neste trabalho.

³ - Para Aristóteles, por exemplo, “A fêmea é fêmea em virtude de certa falta de qualidades. A mulher é mais vulnerável à piedade (...). Tem menos pudor e menos ambição. É menos digna de confiança (...)” (in Alambert 1986). Valores e pensamentos como esse influenciaram de tal maneira a representação da imagem da mulher que por muito tempo acreditou-se (e alguns ainda acreditam) que as mulheres eram inferiores aos homens, mais emotivas e que tinham uma inclinação natural/biológica para as atividades relacionadas à vida doméstica, à esfera privada. Isso, entretanto, não tem nada de natural. Aprende-se a ser mulher, assim como se aprende a ser homem. Existe um fenômeno social envolvido na criação das concepções de masculinidade e feminilidade. A linguagem exerce um papel fundamental na construção, manutenção ou transformação desses conceitos, pois é através dela que se constrói também o conhecimento, os pensamentos do senso comum e se estabelecem as próprias posições sociais ocupadas pelas pessoas na vida cotidiana.

⁴ - A maneira como ele tratar a mãe é supostamente a maneira como ele vai tratar a esposa.

⁵ - Os trechos entre aspas foram retirados do *corpus*.

⁶ - Talvez não devamos nem falar em o que é ser mulher, mas mulheres. Existem outros fatores, além do gênero, que influenciam na determinação das posições assumidas pelas pessoas na sociedade e tornam as próprias mulheres diferentes entre si. Fatores como raça e situação econômica. Podemos falar em mulher como categoria de análise, mas não devemos nos esquecer de que as experiências vividas pelas pessoas são em grande escala determinadas pelos contextos em que elas se inserem.

⁷ - Tem se falado no Brasil sobre o movimento *masculista*, caracterizado principalmente pelo debate sobre a necessidade de se construir um novo papel para o homem. Esse movimento não surge para se contrapor ao feminismo. Muito pelo contrário. A própria revisão dos conceitos femininos, levou homens e mulheres a discutirem as concepções referentes à masculinidade. Abarcando tanto a questão da mulher quanto a do homem, o discurso sobre o gênero discute a condição humana, buscando novas alternativas para homens e mulheres na sociedade. Vale ressaltar que a homossexualidade também tem tido espaço nesse discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALAMBERT, Z. (1986) *Feminismo: o Ponto de Vista Marxista*. São Paulo: Nobel.

ALVES, B.M. e PITANGUY, J. (1985) *O Que é Feminismo?* São Paulo: Brasiliense.

- BALLASTER, R. et al (1991). *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Women's Magazine*. London: Macmillan.
- CALDAS-COULTHARD, (1996) *Women Who Pay For Sex and Enjoy It*. In C. R. Caldas-Coulthard and M. Coulthard (eds) *Text and Practices - Reading in Critical Discourse Analysis*: 250-270. London: Routledge.
- FAIRCLOUGH, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- _____ (1989) *Language and Power*. London: Longman.
- FIGUEIREDO, D. (1994) *Como Ser Assertativa e Politicamente Correta na Cama: Sexualidade Feminina na Revista*. In *The Specialist*: 121-136. v. 15 (1/2). São Paulo: Educ.
- _____ (1995) *The Use and Abuse of Your Sexual Power: Cosmopolitan/Nova and the Creation/Maintenance of Conservative View of Female Sexuality*. Dissert. de Mestrado. UFSC
- _____ (1996) *Sexualidade Feminina: Transformação e Crise nos Anos 90*. In *Anais Fazendo Gênero - Seminário de Estudos Sobre a Mulher*: 150-153. Ponta Grossa: Centro de Publicações - UEPG E UFSC.
- FUNCK, S. (1994) *Da Questão da Mulher à Questão do Gênero*. In Funck (org.) *Trocando Idéias Sobre a Mulher e a Literatura*: 17-22. Florianópolis: Edeme.
- HAZE, D. (1995) *As 10 Armas Secretas de uma Sedutora*. In *Nova/Cosmopolitan*: 144-147. Ano 23 (06). São Paulo: Abril.
- HEBERLE, V. M. (1994) *Editoriais de Revistas Femininas sob a Perspectiva da Análise Crítica do*

- Discurso*. In *The Specialist*: 137-150. v. 15 (1/2). São Paulo: Educ.
- _____ (1996) *Análise Lingüística de Editoriais de Revistas Femininas*. In *Anais Fazendo Gênero - Seminário de Estudos Sobre a Mulher*: 138-143. Ponta Grossa: Centro de Publicações - UEPG E UFSC.
- LONGACRE, R. E. (1992) *The Discourse Strategy of an Appeals Letter*. In W. C. Mann and S. A. Thompson (eds) *Discourse Description*: 109-130. Belgium: John Benjamins Publishing Company.
- MCCRACKEN, E. (1993) *Decoding Women's Magazines: from Mademoiselle to Ms*. London: Macmillan.
- OSTERMANN, A. C. (1994) *Bonita de Doer: Análise Crítica do Discurso em Revista para Meninas Adolescentes*. In *The Specialist*: 151-162. v. 15 (1/2). São Paulo: Educ.
- _____ (1996) *Fazendo Gênero em Revistas Para Meninas Adolescentes*. *Anais Fazendo Gênero - Seminário de Estudos Sobre a Mulher*: 144-149. Ponta Grossa: Centro de Publicações - UEPG E UFSC.
- PATEMAN, C. (1993) *O Contrato Sexual*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- SHOWALTER, E. (1989) *The Rise of Gender*. In E. Showalter (ed.) *Speaking of Gender*: 01-13. New York and London: Routledge.