



## A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DE LEITORA COMO UMA PRÁTICA DISCURSIVA NA REVISTA FEMININA E A ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO

Rafaela Tuyane Pereira PINHEIRO (UERJ)<sup>1</sup>

**Resumo:** este artigo busca investigar os meios linguísticos pelos quais se dá a formação da identidade feminina e sua representação generificada em revista feminina sob a ótica da linguagem enquanto uma prática discursiva e social. O trabalho recorre ao acervo teórico da Análise Crítica do Discurso, com especial atenção às contribuições de Fairclough (1992), trazendo um olhar crítico para a linguagem empregada, considerando-a como uma prática que constrói a identidade da leitora a partir do uso de uma série de recursos discursivos estrategicamente colocados. Ademais, nota-se uma forte tônica comercial em torno do discurso usado na revista analisada, o que contribui com essa formação identitária frágil, consumista e estereotipada.

**Palavras-chave:** Análise do discurso. Revistas femininas. Identidade.

**Abstract:** This article aims to investigate the linguistic means through which female identity is formed and its gendered representation in women's magazines from the perspective of language as a discursive and social practice. The work resorts to the theoretical framework of Critical Discourse Analysis, with special attention to the contributions of Fairclough (1992), bringing a critical look to the language used, considering it as a practice that builds the reader's identity using a series of strategically placed discursive resources. Furthermore, there is a strong commercial tone surrounding the discourse used in the magazine analyzed, which contributes to this fragile, consumerist and stereotypical identity formation.

**Keywords:** Discourse analysis. Women's magazines. Identity.

### 1. Introdução

Não é de hoje que o discurso midiático é voltado, em boa medida, para o público feminino. Ao longo dos anos, em diversas roupagens, as mulheres foram alvo de uma série de publicações, sejam aquelas voltadas à manutenção do lar, à culinária, à moda, até mais recentemente, à inserção no mercado de trabalho e à luta por direitos. A evolução histórica do movimento feminista e suas demandas fez a mídia acompanhar essas mudanças, de modo que atualmente, no Brasil, por exemplo, já não faz mais sentido batalhar pelo sufrágio universal, uma vez já conquistado, mais ainda é significativo lutar pela igualdade de salários pelo mesmo serviço.

---

<sup>1</sup> Mestre em Linguística, UERJ, Rio de Janeiro, Brasil, e-mail: rafipinheiro@gmail.com

Revista de Estudos Acadêmicos de Letras, vol. 18 n° 01 (2025): e12274

ISSN: 2358-8403

<https://doi.org/10.30681/real.v18i01.12274>



Em relação ao suporte utilizado para veicular tais mensagens também pode-se falar que houve grandes mudanças, e não é preciso retroagir tanto no tempo. Pode-se mencionar como exemplos do avançar da tecnologia a criação de *gadgets* cada vez mais rápidos e eficientes, o desenvolvimento do 4G e do 5G até culminar na tão polêmica inteligência artificial, que se torna mais e mais comum no dia a dia das pessoas no século XXI. Em que pese a exclusão digital e a ausência de participação de alguns segmentos sociais na internet e no mundo da tecnologia, o conteúdo veiculado nos meios de comunicação, por vezes, permanece praticamente inalterado.

Trata-se do caso do discurso voltado às mulheres que se aborda neste trabalho. Este artigo é um desdobramento do trabalho desenvolvido durante o curso de mestrado da autora, realizado na Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Foi feito um recorte para se enfatizar a análise do *corpus* estudado na dimensão da linguagem como prática discursiva (FAIRCLOUGH, 1992), deixando de fora os aspectos micro linguísticos, que não caberiam na limitação de espaço do artigo. Frise-se que, à época da elaboração da dissertação, a publicação de revistas impressas era ainda mais comum do que atualmente, apesar de ainda resistirem hoje, sendo de fácil acesso em bancas de jornal ou em assinaturas. O objetivo é analisar criticamente como uma publicação impressa famosa e muito vendida, a revista *Women's Health* Brasil, por meio da linguagem, constrói e reforça uma identidade específica de leitora e quais os motivos dessa prática. Um dos conceitos centrais nessa investigação é o de *wellness*, como será explicado adiante, utilizado como um disfarce para a representação generificada das mulheres. Noções como intertextualidade, linguagem verbal e visual e consumismo emergem como pontos centrais nas discussões realizadas.

Apesar da descontinuação da revista analisada na dissertação, observa-se que as mesmas estratégias discursivas continuam sendo aplicadas em outras revistas para o público feminino, tais como *Cláudia*, *Elle*, *Marie Claire* e *Capricho*, assim como em outros meios de comunicação digitais, sobretudo nas redes sociais, mantendo esse debate atual, vivo e relevante para a compreensão das formas pelas quais a linguagem é uma prática discursiva e social que cria identidades e distribui papéis em sociedade. Surpreendentemente (ou nem tão surpreendentemente assim) a representação do feminino pouco mudou, tendo-se observado a ampla propagação desses discursos nos meios digitais.

## 2. A análise crítica do discurso (ACD)



Os estudos em Análise Crítica do Discurso tiveram início a partir de outros estudos já em andamento no século XX no âmbito da Análise do Discurso (AD) e da Linguística Crítica (LC). A ACD abriu uma nova agenda de investigações sobre o discurso, sem negar os princípios da AD. Pesquisadores como Ruth Wodak, Theo Van Leeuwen, Teun Van Dijk, Gunther Kress e Norman Fairclough formaram, no início da década de 1990, em um simpósio na Universidade de Amsterdã, um grupo interessado em questões linguísticas que extrapolavam o código da língua e alcançavam o domínio das Ciências Sociais (WODAK; MEYER, 2008, p.3). A partir dessa necessidade de unir linguagem a estudos sociais, não obstante as diferenças entre os pesquisadores, daí em diante criou-se a oportunidade de discutirem ideias e lançarem um paradigma com princípios definidos que formavam um programa de pesquisa novo.

Como exemplos iniciais, pode-se afirmar que uma das características mais marcantes da ACD é a vastidão de seu programa, pois ela dirige-se para um grande número de temáticas, até porque as raízes da ACD se encontram em muitas áreas de conhecimento. Esse fato marca a ACD como um programa interdisciplinar e eclético, que se volta para a Retórica, a Linguística Textual, a Antropologia, a Filosofia, a Linguística Aplicada, entre outros (WODAK; MEYER, 2008, p.1). Um segundo aspecto que se destaca em meio aos princípios da ACD é seu grande interesse em desmistificar relações de poder e ideologias cristalizadas nos discursos que circulam na sociedade por meio da investigação de elementos linguísticos, ainda que secundariamente também recorra às Ciências Sociais. Talvez ainda mais digno de destaque que os princípios anteriores seja o compromisso com o entendimento de que a linguagem é uma prática social, uma vez que linguagem e sociedade estão unidas por meio de uma relação dialética, em que uma influencia a outra. Na ACD, a linguagem é considerada um construto social que nos leva a agir sobre o mundo ao mesmo tempo em que por ele somos moldados nos nossos comportamentos e crenças (WODAK; MEYER, 2008, p.7).

Para além dessas questões, importa destacar um ponto chave na ACD, que é a noção de discurso. A ACD prioriza o estudo da língua em uso, já que analisar discursos implica, entre outras coisas, entender o uso criativo e interacional da linguagem, mais especificamente seu uso como uma prática social. Orlandi (2004, p.21), ao definir o que é discurso, afirmava que

não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação (...). As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são



múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é feito de sentido entre interlocutores.

Dois anos mais tarde, Brandão (2006, p.11) acrescentaria que

a linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como um instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia

Sendo assim, o discurso está para além de um sistema neutro que é autossuficiente; é uma instância da linguagem que articula o nível linguístico com o extralinguístico. Ou seja, os aspectos social e contextual da linguagem são colocados lado a lado do sistema linguístico; todos contribuindo para a construção de significado.

Outro aspecto importante para a ACD, e profundamente ligado ao discurso, é o de interação. O papel do “outro” em conjunto com o sujeito corrobora a construção de sentido e deixa entrever a importância do social paralelamente ao linguístico. A linguagem, portanto, não é abstrata, é subjetiva, dependente das relações sociais e erigida sobre a interação de interlocutores. Considerando essa questão Bakhtin já havia desenvolvido um de seus conceitos mais expressivos, o de dialogismo, sobre o qual a comunicação se fundamenta. O próprio autor explica que

o diálogo, por sua clareza e simplicidade, é a forma clássica da comunicação verbal. Cada réplica, por mais breve e fragmentária que seja, possui um acabamento específico que expressa a posição do locutor, sendo possível tomar, com relação a essa réplica, uma posição responsiva (BAKHTIN apud BRAIT, 2006, p.116).

Já em 1992, precedendo a formação do grupo de ACD, Fairclough veria o discurso como algo profundamente ligado a ideologias e relações de poder entre as pessoas, o que poderia levar a linguagem, por sua vez, a ser um mecanismo de controle poderoso em determinados contextos.

Assim, a ACD não tem por objetivo analisar a unidade linguística em si mesma, mas se interessa pelos fenômenos sociais que estão ocultos na ou subjacentes à linguagem. Wodak e Meyer (2008, p.2) destacam que na ACD há um forte interesse pelo uso natural da linguagem



feito por usuários reais, em vez do estudo de um sistema abstrato da língua, incluindo uma vasta gama de fenômenos linguísticos. Segundo esses autores, na ACD não importa somente o uso (como acontece na AD), mas existe um foco mais amplo do que sentenças ou palavras, englobando unidades de análise novas, tais como textos, discursos, atos de fala e eventos comunicativos. A ACD passa a analisar a interação entre participantes, e não apenas as sentenças da língua proferidas por eles, abrindo caminho inclusive para aspectos não-verbais da interação, que podem culminar com estudos de multimodalidade. O contexto de uso da linguagem também ganha maior atenção. Portanto, a agenda da ACD volta-se para temas sensíveis, problematizando a relação entre linguagem e minorias, por exemplo, como os negros, os imigrantes e as mulheres, sendo este último grupo o assunto fulcral deste artigo.

A ACD traz em seu nome o aspecto crítico de suas investigações. Wodak e Meyer (2008, p.7) destacam que “criticar é essencialmente tornar visível a interconexão das coisas”, o que acentua a importância de outras ciências para a compreensão dos usos da linguagem em sociedade. Além disso, os autores defendem a ideia de que o conhecimento crítico produzido pela ACD capacita as pessoas a se emanciparem de formas de dominação através de uma reflexão crítica.

### **3. A contribuição de Fairclough**

Fairclough tem sua importância para a ACD não apenas por ter sido um de seus iniciadores, como vimos acima, mas também por ter contribuído para literatura desta área (1989, 1992, 1999, entre tantos outros) de forma original, sendo reconhecido mundialmente por estudiosos da Linguística. Ele considera a linguagem uma prática social, antes de tudo, e isto tem a ver com a relação da linguagem com o poder, tema de uma de suas obras (FAIRCLOUGH, 1989) e da ACD em geral. Fairclough deixa claro que relações de poder e de dominação se manifestam por meio da linguagem, mas nem sempre se tem a percepção de que esse jogo de forças está em ação, parecendo que as relações sociais simplesmente existem independentemente de relações de poder. O interesse em fazer emergir essas relações exige uma base linguística organizada em torno de uma teoria que, por sua vez, capacite linguistas a analisar os vários aspectos da linguagem para compreender seu impacto na construção dessas relações. Como modelo linguístico, Fairclough recorreu à Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday (LSF), um arcabouço teórico que vê a linguagem como sistema cujos diversos



componentes desempenham funções. A LSF, portanto, embasa a análise de elementos linguísticos de discursos que circulam em sociedade.

A Linguística Sistêmico-Funcional objetiva descrever o sistema linguístico com base no uso da língua. Considerando que a análise linguística não pode ser apenas estrutural, mas deve incluir o uso como componente importante da descrição, os aspectos social e pessoal lado a lado com o sistema gramatical orientarão uma dada forma linguística. Desde a gênese da LSF, Halliday (1978) defende que a linguagem se organiza em torno de três funções que viabilizam a comunicação em suas múltiplas formas. A função ideacional, que representa a experiência com o mundo; a função interpessoal, que dá conta de estabelecer nossas relações com outras pessoas e a função textual, que organiza em um texto situacionalmente adequado nossos significados de maneira lógica. A linguagem, nessa perspectiva, existe para suprir nossas necessidades comunicativas e para nos permitir transitar em diferentes contextos. Uma concepção de linguagem centrada no uso implica considerá-la um construto social, e não fenômeno unicamente mental ou biológico como apontam algumas abordagens mais tradicionais.

A partir dessa abordagem funcionalista, Fairclough ultrapassou o interesse no domínio da gramática e do texto – parte central da LSF – e desenvolveu um modelo tridimensional de análise inspirado nas metafunções da linguagem de Halliday (1985). Segundo o novo modelo proposto, há três aspectos fundamentais do discurso: (i) ele constrói identidades sociais; (ii) plasma relações sociais entre pessoas e (iii) corrobora a formação de crenças. Em correspondência com essas três características, o autor estabelece um vínculo com suas três funções da linguagem, respectivamente: função identitária, que lida com a apresentação das identidades no discurso; função relacional, que aprecia a negociação das relações sociais no discurso e função ideacional, concernente à significação do mundo por meio do discurso. Tal modelo tridimensional é uma tentativa de aliar as perspectivas sociológica e linguística, conectando definitivamente o evento discursivo à prática social. Assim, todo discurso compreende três níveis: o do texto, o da prática discursiva e o da prática social.

O nível do discurso como texto abarca os elementos micro linguísticos do texto, como o uso do vocabulário, da gramática, da coesão e da estrutura textual (FAIRCLOUGH, 1992, p.75). Discurso como prática discursiva inclui os processos de produção, distribuição e consumo do texto, que variam de acordo com fatores sociais. Como os textos passam por alterações de acordo com o contexto em que são produzidos, distribuídos e consumidos, o modelo tridimensional é interessante porque volta sua atenção para os recursos disponíveis em



cada um desses três momentos, o que pode ser uma forma de explicar seus efeitos em sociedade (ibidem, p.78-80). O nível do discurso como prática social aborda questões de ideologia, poder e hegemonia, os quais são úteis para nos levar a entender como esses fenômenos se articulam entre si e com a linguagem (ibidem, p.86).

#### 4. A revista feminina

Uma das características que mais marcam o discurso das revistas femininas é o tom de conversação entre revista e leitora, conforme afirma Heberle (2004, p.99): “algumas das técnicas que parecem simular intimidade e amizade com as leitoras incluem o léxico informal e também narrativas confessionais”.

Em artigo sobre poder e mídia, Talbot (1995) já havia investigado como uma revista britânica para adolescentes busca construir uma relação de amizade com suas leitoras. Ela denomina esse fenômeno “irmandade sintética”, aludindo ao conceito de personalização sintética cunhado por Fairclough (1989 apud HEBERLE, 2004). Segundo Talbot (1995, p.574), para jornalistas que se dirigem a um amplo público, como o de uma revista feminina, o leitor ideal é aquele que se sente membro de uma comunidade. A fim de que a leitora não se sinta apenas mais uma em meio a uma multidão, lança-se mão da personalização sintética, que é um conjunto de estratégias discursivas que singularizam o indivíduo, fazendo-o se sentir único (ibidem, p.575). A autora identifica duas formas de construir esse relacionamento linguisticamente: pela simulação de amizade e pela simulação de discurso recíproco. Um exemplo do primeiro caso é o uso de gírias usadas por adolescentes; enquanto um exemplo do segundo caso é o uso de enunciados que demandam uma ação responsiva, principalmente enunciados no modo imperativo, que ordenam que a leitora execute uma determinada ação.

A “irmandade” desejada pelas revistas, no entanto, limita-se a abordar assuntos relacionados à estética, atividades físicas, relacionamentos etc. De acordo com a perspectiva de Roy (2007), a relação de amizade revista-leitora não vai mais a fundo, não questiona os motivos que, por exemplo, impedem as mulheres de se exercitarem mais, como longas jornadas de trabalho, por exemplo. Questões sociais mais amplas não são problematizadas por serem vistas como muito controversas (idem, p.473). O foco temático das revistas femininas, na maioria das vezes, recai sobre a vida pessoal da mulher, cujos problemas demandam uma ação meramente responsiva (ibidem, p.464, 474). Roy hipotetiza ainda que por trás do desinteresse em debater



o contexto político-social da vida das mulheres pode haver o receio de perder recursos financeiros advindos dos anúncios publicitários que pagam por espaço nas páginas da revista ou a suposição de que as leitoras não se interessariam por um assunto diferente do entretenimento.

A *Women's Health Brasil* sempre foi vendida como revista voltada para saúde, atividade física e beleza da mulher contemporânea. Em material próprio de divulgação disponibilizado no site, a revista apresentava-se como uma amiga íntima da leitora e que, assim como esta, desejava um estilo de vida balanceado. A revista também dizia que sua leitora é uma mulher segura e confiante, que aprendeu a olhar com autonomia e feminilidade para seu bem-estar.

No mesmo material, a revista informava ainda que se dirigia a um novo perfil de mulher, que acredita em saúde, bem-estar, equilíbrio e que sabe que os resultados dependem somente de si. Incluir esse tipo de temática em sua missão pode ser considerado um diferencial da *Women's Health Brasil*, pois a maior parte das revistas femininas trata de assuntos como beleza, moda, receitas culinárias e relacionamentos. As referências a um modo de viver balanceado e que privilegia o equilíbrio no lugar de fórmulas ditas milagrosas de beleza e emagrecimento remetem ao conceito de *wellness*.

O termo *wellness* vem sendo usado em literatura estrangeira da área de saúde para se referir a uma postura de bem-estar máximo frente às situações da vida. O conceito é holístico e parece expressar mais do que mera saúde física, exercícios ou nutrição. Seria uma completa integração dos estados de bem-estar físico, mental e espiritual. É mais que estar livre de doenças. Há muitas dimensões inter-relacionadas de bem-estar: físico, emocional, intelectual, espiritual, social, ambiental e significado da vida, em que cada uma é igualmente vital na busca da melhor saúde global possível.

Portanto, uma das características principais do conceito de *wellness* é seu caráter multifacetado. Há diversas representações gráficas para ilustrar esse fenômeno, sendo que em todas elas os componentes de *wellness* se concentram em torno do “eu”, que é o indivíduo completo. Esses componentes costumam ser os vários tipos de bem-estar: mental, emocional, físico, social, ambiental e espiritual, porém há variações que incluem, por exemplo, o bem-estar financeiro e o espiritual.

A abordagem dedicada à questão da saúde suscitou a necessidade de buscar na literatura uma proposta que desse conta do fenômeno observado: uma revista que parece promover *wellness* mas mescla em suas páginas outros tópicos que não têm ligação direta com



esse conceito. A impressão inicial de que saúde e *wellness* são itens mercadológicos pode ser analisada em termos linguísticos. Nessa análise buscou-se identificar, descrever e interpretar de que formas isso ocorria na revista em tela e que interesses poderiam existir por trás da tentativa de tornar saúde e *wellness* objetos comerciais.

A formação de uma identidade da leitora é importante porque ela influencia a leitura da revista e o comportamento da leitora frente ao que lê. Mais que isso, a construção dessa identidade poderia ser um meio de manipular pessoas e manter relações de poder e hegemonia. Assim, perguntas surgiram: sob a ótica da ACD, que recursos macro linguísticos são utilizados para a criação a sustentação do conceito de *wellness*? Através desses recursos, que identidade de leitora é construída? Se existe uma relação de poder assimétrica, como a revista cria e sustenta essa relação? Por meio de tais questionamentos traçou-se um percurso a se percorrer em busca de respostas.

## 5. Estratégias macro linguísticas

O primeiro nível de análise da proposta tridimensional de Fairclough é dedicado ao texto e à língua em si, focado no léxico e na gramática. O segundo e o terceiro nível de análise, que é o que interessa a este trabalho, é o das formas pelas quais o discurso se constrói, se distribui e é consumido, moldando relações sociais.

O nível da prática discursiva pode ser confundido com o do texto, pois muitas vezes a separação entre os dois é tênue, dada a importância dos elementos micro linguísticos para a interpretação do discurso. A questão central na prática discursiva, no entanto, são os processos interpretativos do texto, ainda que eles incluam elementos formais (FAIRCLOUGH, 1992, p.74).

A prática discursiva é o momento do discurso em que se lida também com questões relativas à produção, distribuição e consumo dos textos. A produção diz respeito às condições de elaboração do discurso; a distribuição abrange as formas de circulação do discurso e o consumo trata da recepção do discurso pelos sujeitos. No caso da revista feminina, a produção é coletiva uma vez que um grupo de jornalistas e profissionais de outras áreas trabalham em conjunto na edição dos artigos, propagandas etc. que comporão o produto final. A distribuição pode ser associada à circulação da revista, tanto em material impresso quanto no site e na versão digital. Talvez a parte mais interessante para esta pesquisa se encontre na fase de consumo desse



discurso, pois é quando ele chega à leitora e a relação entre discurso e sociedade se estabelece de forma mais mútua, finalizando o ciclo.

Há três categorias para análise desse nível do discurso: força do enunciado, coerência e intertextualidade. Das três, a que parece ser mais recorrente na revista é a intertextualidade e, por esse motivo, foi escolhida como foco de interesse para análise.

A intertextualidade é ângulo preconizado por Fairclough (1992; 2003) para tratar de práticas discursivas. Segundo o autor, ela pode ocorrer linguisticamente de duas formas: como ‘intertextualidade manifesta’ e ‘intertextualidade constituinte’, esta também denominada interdiscursividade. O primeiro tipo é uma forma de incluir em um texto previamente existente um novo texto, seja por meio de uma citação ou uma alusão, por exemplo. Alguns textos parecem referir-se a outros superficialmente, ou seja, fazem uma simples menção a um texto com algum propósito comunicativo, que pode ser fazer uma paródia, adicionar um tom divertido ao texto, criticar, entre outros. Textos midiáticos fazem uso constante desse tipo de estratégia, como na propaganda, em que se retratam situações da vida real, por exemplo, para anunciar um produto. Já a interdiscursividade é, grosso modo, uma forma de incorporar na constituição do texto propriedades de outros gêneros, estilos ou discursos próprios de outros textos. Ambas as formas de intertextualidade se encontram presentes no corpus da pesquisa e serão explicadas a seguir.

A intertextualidade manifesta aparece ao longo da revista, inclusive em alguns dados que costumam constar nas capas, o que pode indicar que essa é uma estratégia padrão na revista. Como esse tipo de intertextualidade costuma fazer que textos façam referência implícita a outros textos, foram identificados alguns dados que parecem demonstrar a existência de enunciados que se apropriam de outros discursos possivelmente já conhecidos pela leitora, como em “Por que esses poros tão grandes? Essa seria a fala da Chapeuzinho Vermelho se desse de cara com você na casa da vovozinha?” e “Todos os tons de sexo”, em que as referências são uma famosa história infantil e o filme “50 tons de cinza”, respectivamente. O que há de comum aos exemplos selecionados é a necessidade que a leitora tem de recorrer a uma memória sociocultural para compreender esse tipo de repertório apresentado pela revista.

Existem, entretanto, formas menos claras de incluir um texto em outro. No caso da interdiscursividade, Fairclough aponta que ocorre uma incorporação de gêneros, discursos e estilos na formação de um texto. Os gêneros, assunto de inúmeros estudos linguísticos, podem ser resumidos em práticas (orais ou escritas) de uso da linguagem em que há certo grau de estabilidade, o que facilita sua utilização na vida social. Assim, pode-se citar como exemplos

---

Revista de Estudos Acadêmicos de Letras, vol. 18 nº 01 (2025): e12274

ISSN: 2358-8403

<https://doi.org/10.30681/real.v18i01.12274>



de gêneros o artigo de jornal, a consulta médica, o correio eletrônico, entre tantos outros. Estilos podem ser entendidos de várias formas: o grau de proximidade entre os participantes da interação, se são escritos e/ou falados ou ainda o modo retórico, isto é, se são argumentativos, expositivos ou descritivos (FAIRCLOUGH, 1992, p. 127). O terceiro elemento do modelo faircloughiano refere-se à dimensão social contida nos textos, podendo portanto haver discursos religiosos, jurídicos, feministas, ambientalistas e tantos outros.

O que se observou nos dados é que a interdiscursividade se apresentava de forma recorrente na revista. O uso de alguns gêneros, por exemplo, fazia parte da estrutura fixa da revista, como o editorial e o depoimento. Os gêneros identificados de forma mais recorrente foram o editorial, os depoimentos, as listas, as cartas do leitor, o artigo, a receita culinária, o editorial de moda e a instrução de exercícios físicos. A opção por utilizar esses gêneros na revista cria o interdiscurso, ou seja, um tipo de hibridismo discursivo que concentra propriedades discursivas de gêneros diferentes em um

Um gênero sempre presente na revista é o depoimento. Trata-se de narrativas pessoais em que mulheres compartilham suas experiências de emagrecimento e renovação da forma física e de hábitos alimentares. São histórias que parecem ter por objetivo encorajar outras leitoras a mudar de vida e, obviamente, utilizar a revista como um auxílio nesse processo. Tradicionalmente, o depoimento é mais encontrado nas igrejas evangélicas e em grupos de apoio como Alcoólicos Anônimos (A.A) e Vigilantes do Peso. No caso do depoimento nas igrejas evangélicas, tem-se um relato de uma transformação que uma pessoa sofreu por motivos divinos e que visa estimular outros a seguirem a mesma fé. Nos grupos do tipo A.A e Vigilantes do Peso, compartilha-se em uma suposta comunidade à qual o sujeito pertence suas vitórias e fracassos no processo de reabilitação e emagrecimento, respectivamente. Nesses casos de depoimentos fala-se sobre uma experiência pessoal de vida, isto é, algo concreto e que se coloca como potencialmente proveitoso para outros. A transposição desse gênero para a revista feminina resulta, assim como o editorial, em um produto híbrido, pois as características principais acima descritas permanecem, havendo uma maior similaridade com o testemunho religioso devido à informalidade do tom adotado, mas existe uma temática nova. O relato pessoal da mulher que emagreceu parece mais com a história da mulher de fé que mudou de vida, mesmo porque o objetivo dos dois casos aparenta ser colocar-se para o outro como um exemplo. Se a revista apresenta uma mulher como alguém capaz de superar seus limites, evoca-se a ideia contida no gênero depoimento religioso de que assim como a leitora consegue mudar sua vida com auxílio divino, da mesma forma a leitora poderá se transformar de gorda a magra



e renascer. Para que isso ocorra, no entanto, a revista será colocada como o auxílio ideal para auxiliá-la com todas as informações e “dicas” necessárias. Na atualidade, percebe-se que o depoimento migrou, no contexto das redes sociais, para os posts das revistas, além da seção comentários aberta a todas às seguidoras e seguidores, que podem livremente compartilhar suas narrativas e perpetuar esses papéis.

Já o gênero lista, também bastante comum na revista, caracteriza-se, geralmente, por um agrupamento itemizado de tarefas rotineiras ou diárias a serem executadas. As listas têm como um de seus propósitos a organização e o planejamento, já que a organização textual pode ter um padrão cronológico no caso de uma lista de coisas a fazer ou espacial, no caso de uma lista de compras no supermercado. O que ocorre com as listas da revista é semelhante a isso, porém, elas não tratam de atividades corriqueiras do dia a dia, e sim de assuntos relativos à manutenção da saúde feminina. Tanto podem abordar uma lista de produtos “indispensáveis” para uma boa pele, como também podem apresentar estratégias para dormir melhor. Listagens parecem ser uma forma divertida – porque muito ilustradas e cujo tom é normalmente descontraído – de apresentar determinados conteúdos à leitora de maneira curta e direta. O léxico utilizado contribui para a formação dessa informalidade, já que gírias e abreviações são utilizadas. Além disso, listas contribuem para disfarçar o fato de que seu conteúdo está sendo impostos à leitora como produtos que se deve comprar ou coisas que se deve fazer para ter uma vida melhor. Apresentar uma lista pode ser uma estratégia de mostrar à leitora que ela tem obrigações a cumprir se deseja alcançar a “saúde” idealizada. Na dimensão digital, as listas mantêm-se presentes, sob uma aparência de instrumento de organização, mas que na realidade evoca uma dinâmica de vida voltada para a produtividade, em que a boa performance diária é uma demonstração cabal de conformidade do conceito de *wellness*, já que bem-estar parece ter relação com o desempenho de muitas tarefas cumpridas ao longo da lista de cada dia.

O testemunho/depoimento e a lista acima descritos são apenas alguns exemplos de hibridismo discursivo que se pode observar na revista feminina. O fato de linguagem e sociedade estarem interligadas, como afirmam os analistas críticos do discurso, é uma justificativa para a existência desse tipo de mistura entre gêneros. Assim sendo, seria correto afirmar que

sendo a linguagem produto da interação social, tomando a forma de enunciados concretos, as mudanças nos recursos linguísticos interferirão nas mudanças dos gêneros discursivos, implicando uma total dependência do contexto e da linguagem em uso, como determinantes do caráter flexível e



relativamente estável dos gêneros discursivos. Podemos começar por dizer que os gêneros discursivos são “movediços” porque dependem da situação comunicativa, da posição social e das relações sociais dos participantes no evento comunicativo (GOMES, 2005, p.160).

Mudanças desse tipo, ou seja, interdiscursivas, fazem parte de um contexto social mais amplo em que se misturam gêneros discursivos justamente porque há transformações sociais e culturais em andamento. Isso tem a ver com a noção defendida por Fairclough (1992) de que práticas discursivas, como a intertextualidade/interdiscursividade, englobam processos maiores de produção, distribuição e consumo. Ao mesmo tempo em que se produzem discursos híbridos na revista feminina, existe também uma demanda social (consumo) que motiva sua existência. É a partir da recontextualização de gêneros, por exemplo, que se manifesta a intertextualidade e a interdiscursividade.

Atualmente, observa-se que as mesmas estratégias seguem sendo empregadas não apenas nas revistas, mas agora, em um mundo cada vez mais tecnológico e digitalizado, são reproduzidas em diversos suportes conectados à internet, em especial redes sociais, mas também em sites, podcasts, vídeos etc. Sob o argumento de criar uma irmandade de dicas e ajuda recíproca, é comum ver espaços em que mulheres são bombardeadas de mensagens com apelo consumerista por ainda serem identificadas como sujeitos imperfeitos, incompletos e necessitados de ajuda de alguém que detém todas as soluções. Seja pela via da intertextualidade, da interdiscursividade, dos depoimentos, da linguagem verbal ou audiovisual os padrões são mesmos. O que se pode apontar como uma das maiores diferenças do tempo presente é a força crescente de narrativas de resistência, em que mulheres se posicionam e marcam seu espaço como donas de si mesmas, não submissas a um discurso hegemônico e opressor, subvertendo a lógica da dominação cultural tradicional, principalmente pelo discurso do empoderamento, do combate à discriminação de gênero e do reconhecimento de interseccionalidades como forma de resistência.

## 6. Conclusões

Através da leitura de algumas edições objetivou-se investigar os meios pelos quais o discurso midiático destinado a mulheres contribui para a formação de sua identidade, compreendendo a linguagem como uma prática discursiva que desborda dos limites do texto e



alcança o aspecto social. Para identificar esse propósito foi necessário fazer um trabalho de natureza interpretativa estribado nos pressupostos teóricos da ACD. Partindo na noção de que a linguagem não é neutra, mas ligada à sociedade e à história, a ACD foi um componente fundamental da pesquisa no sentido de fornecer tanto uma teoria quanto um método para a análise dos dados analisados. Foi possível perceber que o discurso da revista se insere na proposta de Fairclough (1992) para estudo de material linguístico sob uma perspectiva social. Os dados transitam pela dimensão do texto, da prática discursiva e da prática social. Um dos conceitos de Fairclough que mais contribuiu para a realização desta investigação é o de intertextualidade na linguagem.

Outro apontamento relevante sobre a revista diz respeito ao processo de formação da identidade da leitora. O que se identificou foi a construção de um perfil de mulher desprovida das condições necessárias à feminilidade ideal. A leitora da revista *Women's Health Brasil* é alguém que não sabe o que fazer com o próprio corpo, não tem todos os cosméticos “necessários” e não é tão bonita ou saudável quanto deveria ser. Ao criar essas lacunas na identidade da leitora, a revista se coloca como a ferramenta ideal para completá-las, já que a revista é detentora das respostas e soluções de que a leitora carece. Esse processo se dá, primordialmente, por meio de enunciados que trazem consigo pressupostos não evidentes na superfície do texto, ou seja, o não-dito é que determina os valores reais que a revista transmite. Fundamentalmente, a imagem da leitora construída não visa a estimular na mulher o desenvolvimento de uma atitude positivamente crítica e autorreflexiva sobre sua saúde, ao contrário, afeta a identidade pessoal, sustentando estereótipos de padrões de beleza e reafirmando sentimentos de inadequação e desvalorização.

Como forma de suprir a falta de adequação da leitora, a revista investe fortemente na indicação de produtos. Quase que imediatamente pode-se perceber quão marcante é a presença da publicidade na revista, seja nas matérias ou mesmo nos anúncios de uma ou duas páginas no início ou intercalados nas páginas. Apesar de não fazer parte dos objetivos de pesquisa, é interessante notar que em todas as edições existem anúncios publicitários que não fazem parte do conteúdo de *Women's Health Brasil* mas que têm a ver com a temática de *wellness*, como por exemplo, corridas, suplementos alimentares e produtos alimentícios. Esse tipo de anúncio poderia ser entendido como do tipo “não-motivado” pela reportagem, já que existem independentemente de um assunto específico abordado pela revista. Porém, existem também aqueles anúncios que são “motivados” pelas reportagens, que associam a fala jornalística à venda de produtos.



Com relação à dimensão discursiva do aspecto social abordado na revista, pode-se afirmar que esta é um locus de manifestação de relações de poder assimétricas. É importante destacar que leitora e revista se encontram em patamares distintos, sendo que a segunda se coloca em uma posição de autoridade sobre a primeira. É a revista que faz perguntas, dita as tendências em cosméticos e determina o que é bom ou mau para a saúde da leitora. Esta limita-se a algumas pequenas oportunidades de participação. Na linguagem se percebem essas relações de poder e se verifica a repetição de padrões discursivos que mantém a leitora debaixo desse controle, como a constante abordagem de temas semelhantes e o uso de imperativos, padrões sintáticos de problema-solução, léxico valorativo e outros já analisados no capítulo de resultados de análise.

Fairclough (1992, p.87) afirma que ideologias têm existência material no contexto de instituições, o que nos leva a investigar práticas discursivas e sociais como formas de ideologia. A revista feminina pode ser considerada um espaço privilegiado de análise por apresentar um discurso voltado para o público feminino que é repleto de conceitos, ou ideologias, sobre as mulheres que não costumam ser questionadas, mas repetidas vez após vez por já se terem cristalizado como verdades, o que é a forma mais eficiente de as ideologias ocorrerem. Segundo o mesmo autor, ideologias são, grosso modo, significações ou construções da realidade (o mundo físico, relações sociais, identidades) que são construídas em várias dimensões das práticas discursivas e que contribuem para a formação, reprodução e transformação de relações de dominação (FAIRCLOUGH, 1992, p.87). Na revista há um conjunto de estratégias linguísticas que reforçam estereótipos femininos e padrões de beleza dominantes em nossa cultura. Essas estratégias forçam as mulheres leitoras a se sentirem inadequadas com o próprio peso e aparência, são objetificadas e são sexualizadas porque se inserem em um contexto social patriarcal e machista, em que o corpo feminino é visto como algo a ser disciplinado e adequado a uma série de modelos. Além disso, o *corpus* nos permite identificar que há um forte apelo consumista nas páginas da revista, de forma que o que é construído como realidade no formato de um pretense interesse em saúde é apenas uma oportunidade de vender produtos. Todas essas são relações de poder encobertas e que só vêm a ser notadas mediante uma investigação crítica, e é justamente aí que a ACD mostra sua utilidade como instrumental teórico e metodológico. A formação da identidade de leitoras também se relaciona com o que Fairclough (1992, p. 87) chama de interpelação do sujeito pela ideologia, isto é, a ideologia tem como um de seus efeitos a constituição de sujeitos. Como já foi dito, o discurso presente na revista forma a imagem de uma mulher que não tem o necessário nem é boa o suficiente em sua atual condição. O que se

---

Revista de Estudos Acadêmicos de Letras, vol. 18 nº 01 (2025): e12274

ISSN: 2358-8403

<https://doi.org/10.30681/real.v18i01.12274>



nota, na atualidade, é uma transposição desse discurso para os meios digitais, como blogs, sites e perfis de redes sociais em que os mesmos padrões estereotipados e mercadológicos se mantêm, em um constante movimento de reforço do que já é historicamente conhecido. As possibilidades de desdobramento desta pesquisa em diferentes gêneros digitais, como os de perfis de influenciadoras em redes sociais ou em plataformas de vídeos, por exemplo, são várias e oferecem o potencial de desvendar outras facetas do discurso dirigido às mulheres, que permanece ainda relevante como uma prática social que influencia modos de viver e de pensar.

## Referências

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BRAIT, Beth (Org). **Bakhtin e outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Language and power**. New York: Longman, 1989.

\_\_\_\_\_. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1992.

\_\_\_\_\_. **CDA as a method in social scientific research**. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michael. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, 2001, pp.121-138.

\_\_\_\_\_. **Critical discourse analysis as a method in social scientific research**. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michael (Org.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, 2001.

\_\_\_\_\_. **Language and Power**. London: Pearson/Longman, 2001.

\_\_\_\_\_. **Analysing Discourse: Textual analysis for social research**. London: Routledge, 2003.

GOMES, Maria Carmen Aires. **A questão do hibridismo na relação entre gêneros discursivos e mudança social**. *Rev. Est. Ling.* v. 13, n. 1, p.155-170, 2005.

HALLIDAY, M.A.K. **Introduction to Functional Grammar**, Londres: Edward Arnold, 1985.

HALLIDAY, M.A.C; MATTHIESEN, C. **An Introduction to Functional Grammar**. London: Routledge, 1978.

HERBERLE, Viviane M. **Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias?** *Linguagem em (Dis)curso - LemD*, Tubarão, v. 4, n. esp, pp.85-112, 2004.



ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2012.

TALBOT, Mary. **A synthetic sisterhood**: false friends in a teenage magazine. In: HALL, K.; BUCHOLTZ, M. (Org.) *Gender articulated: language and the socially constructed self*. London: Routledge, 1995, pp. 143-165.

WODAK, Ruth e MEYER, Michael. **Critical Discourse Analysis**: history, agenda, theory and methodology. In: WODAK, Ruth e MEYER, Michael (Org.) *Methods for Critical Discourse Analysis*. Londres: SAGE, 2008, pp.1-33.

