

(RE) DISCUTINDO OS PAPÉIS FEMININOS NAS *FANPAGES* DAS REVISTAS FEMININAS *CLAUDIA* E *NOVA*

Guianezza M. de Góis Saraiva Meira (UFRN/CAPES)
guianeezasaraiva@bol.com.br

Introdução

Na modernidade tardia, os “ditos” papéis femininos têm propiciado muitas discussões. Diversas pesquisas acadêmicas estão voltadas para os estudos do gênero (*gender*) e suas implicações nas práticas sociais. Dessa forma, este artigo tem como objetivo analisar como as *fanpages* de duas revistas, *Claudia* e *Nova*, (re) discutem os papéis femininos, desde os tradicionais e naturalizados socialmente, até os modernos e nada convencionais.

Para isto, nosso embasamento teórico dar-se-á através da ASCD, Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso, com ênfase na Linguística Sistêmico-Funcional e na Sociologia para Mudança Social (PEDROSA, 2012), além dos Estudos Culturais. Serão analisadas quatro postagens, duas de cada revista.

Os resultados indicam que, com o passar do tempo, as revistas *Claudia* e *Nova* tentaram delimitar os papéis que as mulheres exercem em nosso meio social. Alguns desses papéis foram solidificados devido aos parâmetros conservadores da sociedade, perpetuando-se por muitas gerações, como funções exclusivas ao sexo feminino. Hoje, percebemos que as mulheres exercem outras funções, sem desvincular-se das tradicionais, configurando-se assim, como um acúmulo de funções.

1 Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso: Caminhos teóricos da Análise Crítica do Discurso

A Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso (ASCD) é uma teoria que está sendo desenvolvida na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, coordenada pela professora Dra. Cleide Emília Faye Pedrosa. O desenvolvimento dessa teoria está interligado ao GETED – Grupo de Estudos do Texto e do Discurso – abarcando projetos de pesquisa de iniciação científica e pós-graduação, em nível de mestrado e doutorado.

A ASCD configura-se como uma contribuição nacional para a Análise Crítica do Discurso, corrente teórica que vem sendo desenvolvida no Brasil há mais de três décadas. A ACD é um tipo de investigação analítica discursiva que estuda, principalmente, o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político, conforme Dijk (2008).

Pedrosa (2012) afirma que a ASCD está fundamentada, principalmente, em áreas da Linguística para atender a demanda da materialidade linguística; recorre à Gramática Visual, para suprir a multimodalidade do texto, e, recorre ainda, à Sociologia, à Comunicação e aos Estudos Culturais, tudo para analisar as mudanças sociais e culturais atreladas a um determinado contexto. A autora acrescenta ainda que por tratar-se de uma perspectiva transdisciplinar, novos campos do saber poderão ser inseridos.

Este trabalho tem como foco a Linguística Sistêmico-Funcional, especificamente, o Sistema de Avaliatividade – Subsistema de Atitude, além de recorrer à Sociologia para a Mudança Social e aos Estudos Culturais, no que tange os papéis sociais assumidos pelos indivíduos.

1.1 Sistema de Avaliatividade: um dos caminhos para análise em ASCD

O sistema de Avaliatividade, proposto por Martin e White (2005), caracteriza-se como um conjunto de significados interpessoais que se debruça sobre os mecanismos de avaliação veiculados pela linguagem, configurados em um sistema que oferece aos usuários possibilidades de utilizar itens avaliativos em suas interações cotidianas. Vejamos a ilustração abaixo.

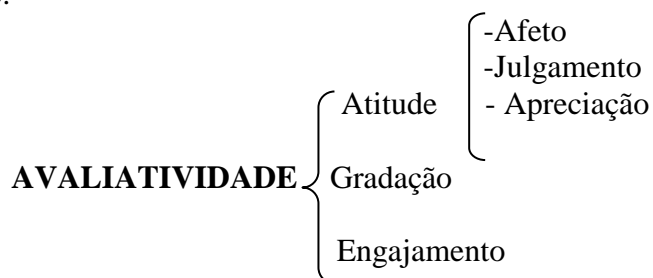


Figura 1 – Recursos do Sistema de Avaliatividade e do Sistema de Atitude.
Fonte: Martin; White (2005, p.38).

Neste trabalho exploraremos o Subsistema de Atitude. Resumidamente, atitude é o subsistema responsável pela expressão linguística das avaliações positivas e negativas, que abrange três regiões semânticas: afeto, julgamento e apreciação.

O *afeto* tem a função de expressar as emoções no discurso. O *julgamento* representa as avaliações dos falantes/autores em relação ao “como comportar-se” na sociedade; são avaliações emitidas sobre a ética e a moralidade estabelecidas pela Igreja, pelo Estado ou por outras instituições. Já a *apreciação* diz respeito às avaliações a respeito das coisas e dos objetos, no âmbito da estética, da forma, etc.

As avaliações de afeto, de julgamento e de apreciação estão presentes nos textos orais ou escritos, sendo indiretamente subentendidos, pressupostos ou assumidos pelos falantes/autores. E, em muitos casos, são cuidadosamente administrados, levando em conta a possibilidade sempre presente de desafio ou contradição por parte daqueles que possuem visões diferentes.

A partir das *fanpages* das revistas femininas *Claudia* e *Nova* iremos verificar as categorias do Subsistema de Atitude. Para isto, destacaremos agora as principais características que condicionam o afeto, o julgamento e a apreciação.

No que diz respeito ao afeto, Martin e White (2005) sugerem seis fatores que devem ser levados em consideração:

- Sentimentos são considerados culturalmente positivos e negativos;
- Sentimentos são o resultado de emoções;
- Sentimentos resultantes de alguma reação externa;
- A gradação dos sentimentos é lexicalizada;
- Sentimentos envolvem intenções mais que reações;
- As emoções são agrupadas em três conjuntos: Felicidade/Infelicidade; Segurança/Insegurança; Satisfação/Insatisfação.

Quanto ao julgamento, Almeida (2010) afirma que essa categoria pode ser entendida como uma institucionalização do sentimento, ou seja, normas de comportamento que direcionam como as pessoas devem ou não agir. O julgamento é dividido em dois tipos:

- Estima social: Normalidade, Capacidade, Tenacidade.
- Sanção social: Propriedade, Veracidade.

Por último temos a apreciação, que diz respeito às avaliações sobre elementos ao nosso redor, bens e serviços de nosso dia-a-dia, tais como shows, filmes, livros CDs, obras de

arte, casas, prédios, parques, recitais, espetáculos ou performances de qualquer tipo, fenômenos da natureza, relacionamentos e qualidade de vida.

Gramaticalmente, os itens lexicais que realizam a apreciação tendem a se enquadrar em estruturas como o processo mental de cognição tais como: eu sei, eu entendo, eu acredito. A apreciação divide-se em três tipos:

- Reação: Impacto; Qualidade.
- Composição: Proporção; Complexidade.
- Valoração.

2 Sociologia para a Mudança Social

Das Ciências Humanas, indubitavelmente, a Sociologia é aquela que mais tem dado ênfase aos eventos sociais. Isto está em sua natureza constitutiva. Entender os mecanismos sociais é seu objeto de estudo. Sendo assim, não há como falar em mudança social, sem passar pela Sociologia.

A Sociologia sempre esteve preocupada com a mudança social, desde os primórdios, se esmerava em adquirir conhecimento e descrever a sociedade, para assim ter controle dos fenômenos sociais (SACO, 2006). Acreditava-se que se havia conhecimento suficiente sobre essa “sociedade”, podia-se criar bases científicas e racionais para ela, criando “leis” que a estruturassem legitimamente.

Segundo Weber, a Sociologia é o estudo das ações sociais, da conduta significativa dirigida para os outros e orientada para suas respostas, concretas ou esperadas. Todas as entidades sociais complexas que aparecem no transcurso da história humana (economias, sistemas políticos, organizações sociais) não são mais que produtos acumulados e duradouros de ações sociais (SZTOMPKA, 2005).

Sztompka (2005) afirma que a ideia de mudança advém da ideia de formação de sistemas. No nível *macro*, toda a sociedade pode ser concebida como um sistema; no nível *meso*, os estados-nação e as alianças políticas e militares regionais podem também ser vistos como sistemas; no nível *micro*, as comunidades locais, associações, empresas, famílias ou círculos de amizade podem ser tratados como pequenos sistemas. Nesse contexto, considera-se como mudança social aquela que ocorre dentro do sistema social ou que o abrange.

Para o autor, o conceito básico de mudança social envolve três ideias: (1) diferença; (2) em instantes diversos; (3) entre estados de um mesmo sistema. Os livros de Sociologia trabalham com noções distintas de mudança social. Vejamos algumas delas:

“Mudança social é a transformação da organização da sociedade e de seus padrões de pensamento e comportamento através do tempo”

Mudança social é a modificação ou transformação da maneira como a sociedade é organizada”.

“Mudança social diz respeito às variações das relações entre indivíduos, grupos, organizações, culturas e sociedades através do tempo”.

“Mudanças sociais são as alterações dos padrões de comportamento, relações, instituições e estrutura social através do tempo” (*apud* SZTOMPKA, 2005, p. 30).

Bajoit (2008, p.17), ao considerar a questão das mudanças sociais, inseridas no contexto da Sociologia, sustenta que essa ciência nasce com a modernidade e se desenvolve depois da Revolução Industrial e da democracia. Acrescenta, ainda, que os movimentos sociais se formam a partir de orientações da história e, portanto, dos modelos culturais vigentes.

Não restam dúvidas de que a Revolução Industrial trouxe com ela transformações tecnológicas, econômicas e políticas e que seus efeitos sobre as formas de convivência social propiciaram a instauração de um novo modelo cultural, o qual, por sua vez, condicionou a transformação do sujeito. A família, a escola, a igreja, a televisão, o clube de futebol, a vocação, o matrimônio, a empresa em que trabalha, a maternidade ou paternidade são alguns dos campos de relações de que cada indivíduo participa em sua vida social. “Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo” (CASTELLS, 1999, p. 414). Bajoit (2008, p. 87, tradução nossa) reafirma essa transformação do sujeito quando diz:

Reconhecer que o ser humano está orientado em suas condutas, ao menos em parte, pela intervenção de sua consciência – por uma capacidade reflexiva que lhe permite analisar e interpretar o mundo e conduzir-se como sujeito – significa introduzir ao mesmo tempo a questão do sentido. Este lugar tão importante do sentido da vida social dos seres humanos permite compreender porque recorrem constantemente a referências culturais para justificar sua conduta ante a si mesmo e ante os demais.

Na concepção de Bajoit, a vida social põe em relação múltiplas categorias sociais diferentes: grupos de idade, sexo, região, raças, religiões, línguas, interesses, entre outras. Essas categorias têm interesses, projetos, visões de mundo e convicções diferentes e, em parte, incompatíveis. “Para que todos os grupos possam coexistir em paz é necessário que cada um deles aceite renunciar a uma parte de seus interesses para ceder lugar aos outros” (BAJOIT, 2008, p. 38-39).

No parecer de Fairclough (2008, p. 127), a ocorrência de mudança envolve não só adaptar convenções já existentes mas também formas de transgressão, o cruzar de fronteiras que tem a ver com a reunião de convenções existentes em novas combinações, ou mesmo a sua exploração. Isso ocorre porque as pessoas apresentam a capacidade de agir ou de atuar de modos inesperados (FAIRCLOUGH, 2006).

Diversos segmentos passaram por mudanças sociais. Dentre estas, é importante destacar as mudanças familiares. Outros segmentos como escola, igreja, casamento, relações de amizade, dentre outros, sofreram diversas transformações com o processo da globalização. A partir delas, os discursos reproduzidos pelos indivíduos também passaram por grandes alterações. A forma como as aulas são ministradas, os sermões do padre, o surgimento de novas amizades a partir das redes sociais e a divisão das funções matrimoniais nos fornecem subsídios para afirmar que houve profundas mudanças na sociedade e que elas são fundamentais na formação das identidades que o sujeito assume ao longo da vida.

4 Revistas *Claudia* e *Nova*: discussão de papéis femininos e dilemas cotidianos

O lançamento da Revista *Claudia* pelo Grupo Abril¹, em outubro de 1961, é apontado como um dos indicadores da modernização dos costumes em relação às apresentações do sexo feminino e aos papéis atribuídos às mulheres na década de 60 no Brasil. A publicação foi pioneira dentro da concepção diferenciada do que se escrevia para mulheres até aquele momento.

¹ É um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação e educação da América Latina. Desde a sua fundação, como uma pequena editora, em 1950, buscar tornar-se cada vez mais relevante para o Brasil, atuando na difusão de informação, educação e cultura, e contribuindo para o desenvolvimento do país. Disponível em <<http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos>>. Acesso em: 15. ago. 2014.

Com o nome que Victor e Sylvana Civita queriam dar a uma filha, *Claudia* focalizava a mulher no território da casa. O mundo doméstico ganhava um ‘brilho novo’ no momento em que chegavam ao mercado geladeiras, televisores, sabões que ‘lavavam mais branco’ e chocolates solúveis. O Brasil vivia épocas de crescente expansão do capitalismo, submetendo todas as atividades – inclusive a imprensa – à lógica da modernização do país². Martins e Luca (2013, p. 212-213) reafirma isso ao relatar que

Claudia percebeu logo que, para servir a leitora, tinha que se afastar do modelo de publicar fotos estrangeiras, que mostravam produtos estrangeiros que não estavam à venda nas lojas brasileiras – da moda à comida, da decoração à beleza. Foi assim que apareceram em *Claudia*, pela primeira vez no Brasil, fotos de estúdio mostrando ambientes decorados com móveis nacionais, servindo de fonte de inspiração e informação de venda, uma vez que os mesmos móveis poderiam ser encontrados nas lojas de São Paulo e Rio de Janeiro.

O Grupo Abril tinha consciência das possibilidades mercadológicas desse momento e representou, através da revista, o espírito da década com relação à mulher – a nova consumidora numa sociedade em processo de modernização. Duarte (2005, p. 18) afirma que a leitora típica era “a jovem dona de casa das camadas médias urbanas, com poder aquisitivo suficiente para permitir que não trabalhasse fora e dispusesse de outras mulheres para executar as tarefas domésticas”. A renda, na maioria das vezes, proveniente do marido, possibilitava a aquisição de novos produtos, desde moda e beleza, passando por eletrodomésticos até a alimentação.

Por sua vez, a Revista *Nova*, é uma licença da COSMOPOLITAN. É a maior revista feminina do mundo, referência em moda, beleza, relacionamento, sexo, carreira e entretenimento. Voltada para a mulher jovem poderosa, independente, vaidosa e com atitude, estimula a ousadia e a coragem de enfrentar os desafios, a busca pelo prazer sem culpa e a autoconfiança para chegar aonde ela quiser³.

A partir desse perfil traçado pela própria Editora Abril, entendemos que essa revista feminina tem como principal propósito evidenciar a sexualidade feminina, discutindo termos como orgasmo, direito sobre o próprio corpo, sensualidade, promiscuidade, vulgaridade, revolução sexual, proteção, entre outros. Assumindo um perfil diferente, Luca (2012) afirma que

Enquanto *Claudia* continuava a ter em mira a mulher casada, cujo mundo organizava-se em torno da casa, do marido e dos filhos, *Nova/Cosmopolitan*, também da Editora Abril, visava atingir outra mulher, pouco preocupada com a rotina doméstica, interessada na carreira e em questões profissionais e para qual o sexo não se restringia ao casamento. Nas capas, modelos sedutoras, que encaram o leitor com ar determinado, autoconfiante e satisfeito (LUCA, 2012, p. 458).

Partindo dessa premissa, entendemos que a revista *Nova* assumiu, desde o surgimento, um propósito divergente das demais revistas. Algo inovador entrava em cena, na tentativa de desmistificar o estereótipo dos papéis condicionados ao sexo feminino. Essa revista permite-nos pressupor, a partir do segmento temático em foco, que sua principal missão é mostrar que as mulheres galgam não somente a independência financeira e o direito de exercer altos cargos profissionais. Elas querem também ter direitos sobre o próprio corpo, o direito ao

² Disponível em <<http://www.abril.com.br/institucional/50anos/femininas.html>> Acesso em: 21. ago. 2014.

³ Disponível em <<http://www.publiabril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais>> Acesso em 09. Jun. 2014

NÃO quando estiverem indispostas para a relação sexual e, principalmente, querem conquistar a liberdade de escolher seus parceiros, ou ainda, reservar-se ao direito de ficarem solteiras, independentemente da sua idade.

4.1 As fanpages das revistas *Claudia* e *Nova*: conservadorismo x libertação

O processo de globalização e o advento da internet permitiram que as leitoras acessassem de forma mais dinâmica – além da possibilidade de interação instantânea –, os conteúdos das revistas *Claudia* e *Nova*, através das fanpages, via facebook. As postagens são recortes das matérias publicadas mensalmente nas revistas impressas, possibilitando assim, uma opinião direta das leitoras/internautas.

Neste artigo, analisaremos quatro postagens, duas da revista *Claudia* e duas da revista *Nova*, respectivamente. Verificaremos como essas postagens discutem os papéis femininos, os naturalizados socialmente e os da modernidade recente. Vejamos as postagens e suas respectivas análises, fundamentadas pela Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso.

Postagem 01



Figura 01 – Postagem do Facebook, Fanpage Claudia Online, em 08 de setembro de 2014

A postagem em análise discute uma temática recorrente em revistas femininas, em especial, na revista *Claudia*. Trata-se da educação dos filhos. Socialmente, convencionou-se que a maior responsável pela educação das crianças é a mãe, pelo fato de que, antes de ingressarem no mercado de trabalho, as mulheres exerciam papéis voltados ao lar, como o de mãe, esposa e dona de casa. Mesmo na modernidade recente, verificamos que o papel de educar os filhos ainda é, predominantemente, da mulher, mesmo que ela desempenhe outras funções, como estudar e trabalhar.

A matéria tem como chamada #Filhos “Com a ajuda de experts, indicamos os melhores caminhos para você seguir na educação, saúde, vida financeira e carreira de seus filhos”. Este trecho, configura-se como uma nítida orientação de como cuidar das crianças para que elas prosperem.

Ao anunciar “Conquiste a sensação de missão cumprida”, verificamos a presença do Sistema de Avaliatividade, especificamente, a categoria **juízo** de **Estima social**, pois a editora da revista *Claudia*, ao usar essa expressão, legitima um papel naturalizado como feminino na sociedade conservadora, o de cuidar e orientar os filhos. Ao desenvolver a *capacidade* (estima social) de educar e auxiliar no desenvolvimento de crianças saudáveis, as mulheres têm como recompensa a sensação de dever cumprido.

No que diz respeito à Sociologia para Mudança Social, entendemos que, embora a mulher desenvolva outras atividades na atualidade, o papel de mãe – educar, orientar, cuidar, dar afeto -, perpetua-se em nosso meio social e configura-se como um assunto de interesse de uma grande parcela da população feminina. Esta inferência é possível devido ao número de curtidas e compartilhamentos, além dos comentários, que por sua vez indicam a concordância das leitoras em relação aos aspectos discutidos, como o que foi evidenciado na postagem “Crianças que nem sempre ganham o que pedem se tornam adultos mais motivados para sonhar e correr atrás de seus sonhos”.

Postagem 02

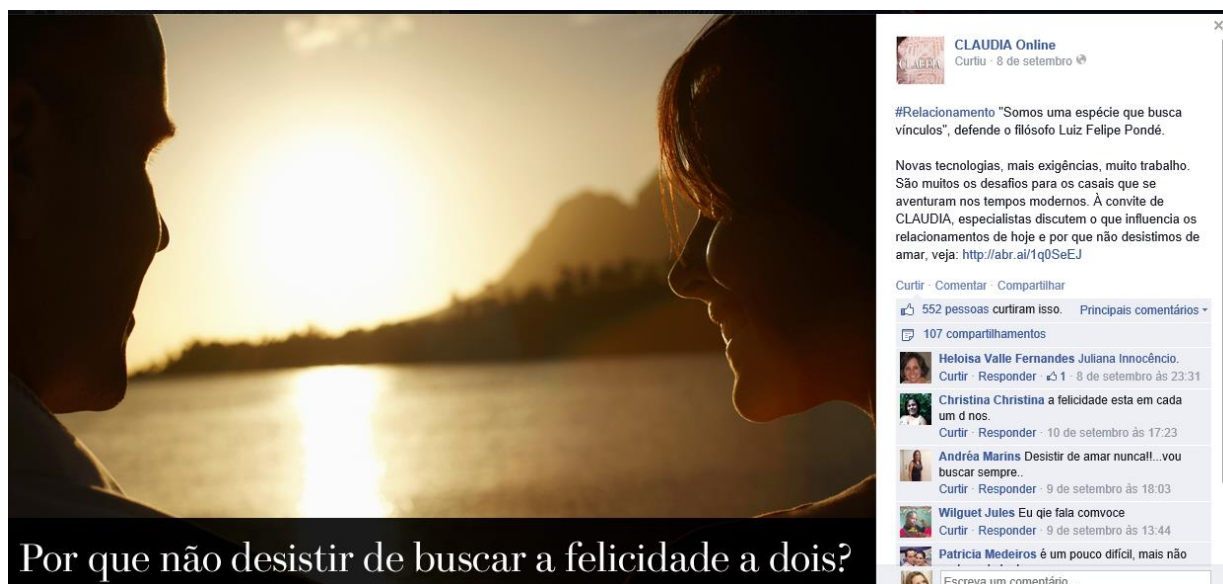


Figura 02 – Postagem do Facebook, Fanpage Claudia Online, em 08 de setembro de 2014

Outra temática relevante em revistas femininas são os relacionamentos, que por sua vez, justifica a escolha da postagem acima. A revista *Claudia* instiga as leitoras/internautas ao questionar “ Por que não desistir de buscar a felicidade a dois?” e propõe uma reflexão ao colocar em xeque uma citação do filósofo Luiz Felipe Pondé “ Somos uma espécie que busca vínculos”.

No que diz respeito aos papéis femininos, a história dos Movimentos Feministas e os estudos sobre gênero (*gender*) indicam que era função da mulher ser uma boa esposa. Hoje, percebemos que os meios de comunicação de massa veiculam a ideia de que o relacionamento sadio tem a contribuição de ambas as partes.

A Sociologia para Mudança Social, uma ramificação da Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso, investiga as mudanças sociais e culturais e discute as contribuições dessas mudanças nas práticas sociais. Neste *post*, vemos que a editora elenca alguns fatores que caracterizam a modernidade recente. São eles: “Novas tecnologias, mais exigências, muito trabalho”. Estes, indicam uma modernidade líquida, que condicionam novas formas de se relacionar, embora o objetivo ainda seja o mesmo, o de buscar a felicidade.

O **afeto**, categoria do subsistema de atitude, está presente em um dos comentários das internautas, quando afirma “ Desistir de amar nunca!!...vou buscar sempre”. Entendemos que há afeto pelo fato de que *Sentimentos envolvem intenções mais que reações e as emoções são agrupadas*. Neste caso, remetem ao conjunto *Felicidade/Infelicidade*.

A matéria conta com especialistas que analisam os relacionamentos contemporâneos, dentre eles, a sexóloga Carmita Abdo, que defende a liberdade amorosa das mulheres. Um trecho da reportagem nos auxilia a entender a mudança dos papéis da mulher no casamento: “Se a gente for pensar no que mudou nos relacionamentos, não temos como não falar da mulher que se casa, tem filhos, separa, resolve viver outra história e leva junto a família. Porque os homens nunca precisaram carregar as crianças nas costas, nunca tiveram que ser canguru na vida. As mulheres, sim. Felizmente, porém, elas ganharam uma situação econômica que permite escolher sair de uma relação. Quando dependiam economicamente do marido, não se davam ao luxo de fazer o que bem entendessem. Hoje elas têm liberdade amorosa. Resultado: estão mais exigentes em todos os aspectos da relação”.

Dessa forma, inferimos que, as mulheres hoje têm também poder de decisão na relação, não é mais submissa ao marido, ao casamento, às convenções sociais. Percebe-se então, uma forte mudança social e cultural, pois as mulheres, de fato, buscam um relacionamento que as proporcionem felicidade.

Postagem 03



Figura 03 – Postagem do Facebook, Fanpage Nova Online, em 07 de setembro de 2014

Conforme já mencionamos aqui nesse artigo, a revista *Nova* assumiu um perfil bem diferente das demais revistas femininas. Com artigos que versam sobre a sexualidade feminina, a revista discute nas postagens do facebook o papel da mulher na modernidade recente e, até mesmo, as principais mudanças em relação às décadas anteriores, em que a sociedade era caracterizada como patriarcal e conservadora.

A postagem em questão discute um problema de ampla repercussão na contemporaneidade, o fato do homem “não ligar no dia seguinte”. Com a finalidade de sanar as dúvidas das mulheres leitoras/internautas, a revista *Nova* se propôs a investigar os principais motivos que levam o homem a não telefonarem. Dentre muitos porquês, a matéria destaca o fato dos homens sentirem sua privacidade invadida, produção (roupas, cabelos e maquiagem) exagerada, a falta de personalidade para ajudar a escolher o filme, o sabor da pizza, entre outros quesitos que fazem com que o parceiro não queira mais investir na relação.

Há indícios de mudança social nos comentários das leitoras, dentre eles “Se não liga no outro dia significa q nem educação tem. Portanto...fui...a fila não anda voa!!!”. O discurso indica que hoje a mulher tem liberdade de expressão, que também podem tentar uma nova relação, além de achar natural ter uma relação sexual nos primeiros encontros e isso não determinará o casamento, necessariamente. Com a luta pela igualdade de direitos, a mulher conseguiu o direito sobre o próprio corpo, o direito ao orgasmo e isso é discutido, cotidianamente, nas redes sociais e nas revistas femininas.

Quanto à Avaliatividade, identificamos que há **juízo**. Essa categoria pode ser entendida como uma institucionalização do sentimento, ou seja, normas de comportamento que direcionam como as pessoas devem ou não agir. Dessa forma, inferimos que, na visão das mulheres, depois de um encontro, o *normal* seria receber uma ligação do parceiro para, quem sabe, marcar o próximo encontro.

Postagem 04



Figura 04 – Postagem do Facebook, Fanpage Nova Online, em 09 de setembro de 2014

A postagem retrata uma forte mudança social em relação aos papéis femininos. Desde a década de 1960, quando as revistas femininas passaram a circular em nosso meio social, pregava-se o discurso de que a mulher deveria casar e constituir uma família. A “solteirona” não era bem vista na sociedade conservadora, mas este tabu está sendo quebrado ao longo dos anos.

Partindo dessa premissa, a revista *Nova* indica nesta matéria *12 razões ótimas para ser solteira*, dentre essas razões merecem destaque: mais tempo para se cuidar, ser mais fácil manter a dieta, não precisar tentar agradar a família dele – sogra, cunhada, viver o inesperado a cada noite, entre outras.

No quesito interatividade, verificamos que as leitoras/internautas curtiram e compartilharam a postagem, além de marcar algumas amigas, que pressupomos, também serem solteiras, pois ao marcar um amigo virtual, subentende-se que partilham da mesma opinião, ou ainda, da mesma condição evidenciada na postagem.

Quanto à Avaliatividade, verificamos que há **juízo** de **Estima social**, isto é, as mulheres julgam que estar solteiras na contemporaneidade está dentro da *normalidade*. Elas não estão mais presas às convenções sociais, tradicionais e conservadoras, que determinavam que as mulheres solteiras e divorciadas têm dificuldades de se relacionar e, até mesmo, de conduzir ou “salvar” um casamento. Existia, no século anterior, o estigma de que as mulheres

deveriam parecer interessante, assim seriam “pedidas em casamento”. Dependia exclusivamente delas chegar ao altar. Elas deviam desenvolver dotes culinários, ser boa dona de casa, ter um instinto materno, além de recatada e educada, como uma típica senhora de família.

Na modernidade recente, as mulheres se mostram bem resolvidas em todos os aspectos. Elas não mais esperam o “príncipe encantado” e nem fazem do casamento sua única possibilidade de ser feliz. Hoje as mulheres aspiram um bom cargo, investem na carreira profissional, quando sonham com a maternidade não mais a condicionam a uma relação estável, dentre tantos outros fatores que caracterizam a sociedade pós-moderna.

Considerações finais

As questões de gênero (*gender*) e os papéis que as mulheres assumem são de extrema relevância para o entendimento da configuração da nossa sociedade hoje. Por esse motivo, inferimos que nossa pesquisa pode ser considerada um arquétipo nos estudos que envolvem a Sociologia e a Linguística Sistêmico-Funcional, mais especificamente, a Abordagem Sociológica e Comunicacional do Discurso, que por sua vez, abarca essas áreas do saber.

Este artigo teve como objetivo analisar como as revistas femininas *Claudia* e *Nova*, através de suas *fanpages*, discutem os papéis femininos, desde os tradicionais, como o de mãe, esposa e dona de casa, até os mais modernos, como trabalhar fora e permitir-se um relacionamento mais aberto, ou ainda, ser solteira.

Os resultados indicam que alguns desses papéis foram solidificados devido aos parâmetros conservadores da sociedade, perpetuando-se por muitas gerações, como funções exclusivas ao sexo feminino. Ao longo das décadas, as mulheres passaram a exercer outros papéis, dentre eles, podemos destacar a mulher que trabalha fora, investe na formação acadêmica, frequenta a academia diariamente, dirige automóvel, participa das reuniões escolares dos filhos, vai ao salão de beleza, administra o próprio salário, delega funções à secretária doméstica, enfim, executa muitas tarefas concomitantemente, configurando-se assim, em um acúmulo de tarefas exercidas pelas mulheres.

Depreendemos ainda, que ao discutir essas questões as leitoras/internautas expressam suas opiniões, na maioria das vezes divergentes umas das outras, indicando que o indivíduo fragmenta suas identidades e assume diferentes papéis em diferentes contextos de sua vida. A mulher adquiriu o direito da liberdade de expressão, bem como a liberdade para escolher o estilo de vida que mais lhe convém. Ser solteira, tentar entender porque ele não ligou, buscar a felicidade em um relacionamento ou saber quais os meios mais viáveis para educar os filhos são apenas alguns quesitos que compõem as revistas femininas e permeiam o universo das mulheres.

Referências

- ALMEIDA, Fabíola. Atitude: afeto, julgamento e apreciação. In: VIAN Jr, Orlando; SOUZA, Anderson; ALMEIDA, Fabíola. (Org.). **A linguagem da avaliação em língua portuguesa**. Estudos sistêmico-funcionais com base no Sistema de Avaliatividade. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.
- BAJOIT, Guy. **El cambio social, análisis sociológico del cambio social y cultural en las sociedades contemporáneas**. Madrid: Siglo, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Trad. Roneide Venancio Majer. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DIJK, Teun van. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

DUARTE, Ana Rita Fonteles. **Carmen da Silva: o feminismo na imprensa brasileira**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Language and globalization**. London; New York: Routledge, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. In: In: PINSKY, Carla; PEDRO, Joana Maria. **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

MARTIN, JR.; WHITE, P. R. R. **The language of evaluation: appraisal in English**. London: Palgrave, 2005.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. **Abordagem sociológica e comunicacional do discurso (ASCD): uma corrente para fazer Análise Crítica do Discurso**. PARTE 1: Herança teórica da sociologia (aplicada) para a mudança social. 2012 b. Disponível em: <http://www.ascd.com.br>

SACO, Alberto. **Sociología aplicada al cambio social**. Madrid: Andavira, 2006.

SZTOMPKA, Piotr. **A sociologia da mudança social**. Trad.: Pedro Jorgensen Jr. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.