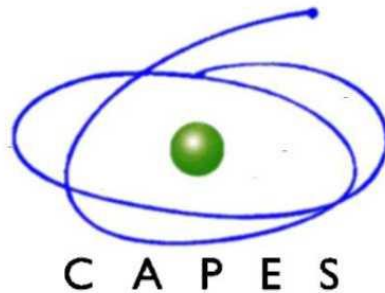




**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE HUMANIDADES - CH**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA APLICADA – POSLA**  
**MESTRADO ACADÊMICO EM LINGUÍSTICA APLICADA**

**MEYSSE MARA SANTOS DE OLIVEIRA**

**TRANSCONTEXTUALIZAÇÃO E ENTEXTUALIZAÇÃO COMO TRAÇOS  
DE PERFORMANCES DE GÊNERO: UMA ANÁLISE DOS FLUXOS DE  
COSMOPOLITAN BRASIL NO AMBIENTE VIRTUAL**



**FORTALEZA- CEARÁ**

**2015**

MEYSSE MARA SANTOS DE OLIVEIRA

**TRANSCONTEXTUALIZAÇÃO E ENTEXTUALIZAÇÃO COMO TRAÇOS  
DE PERFORMANCES DE GÊNERO: UMA ANÁLISE DOS FLUXOS DE  
COSMOPOLITAN BRASIL NO AMBIENTE VIRTUAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Linguística Aplicada do Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Linguística Aplicada.

Área de Concentração: Linguística Aplicada

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Claudiana Nogueira de Alencar

FORTALEZA-CEARÁ

2015

MEYSSE.MARA SANTOS DE OLIVEIRA


TRANSCONTEXTUALIZAÇÃO E ENTEXTUALIZAÇÃO COMO TRAÇOS DE  
PERFORMANCES DE GÊNERO: UMA ANÁLISE DOS FLUXOS DE  
COSMOPOLITAN BRASIL NO AMBIENTE VIRTUAL

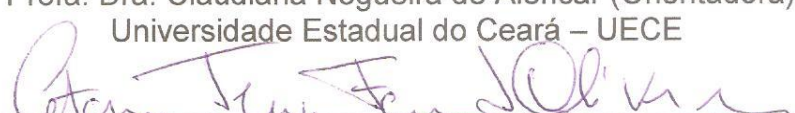
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada do Centro de Humanidades da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Linguística Aplicada.

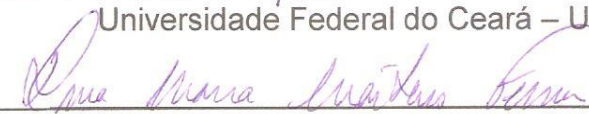
Área de Concentração: Linguagem e Interação

Aprovada em: 28 / 01 / 2016

BANCA EXAMINADORA

  
\_\_\_\_\_  
Prof.ª. Dra. Claudiana Nogueira de Alencar (Orientadora)  
Universidade Estadual do Ceará – UECE

  
\_\_\_\_\_  
Prof.ª. Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira (1º membro)  
Universidade Federal do Ceará – UFC

  
\_\_\_\_\_  
Prof.ª. Dra. Dina Maria Machado A. M. Ferreira (2º membro)  
Universidade Estadual do Ceará – UECE

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Oliveira, Meysse Mara Santos de .

Transcontextualização e entextualização como traços de performances de gênero: uma análise dos fluxos de Cosmopolitan Brasil no ambiente virtual [recurso eletrônico] / Meysse Mara Santos de Oliveira. - 2016. 1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 114 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, Fortaleza, 2016.

Área de concentração: Linguística Aplicada .  
Orientação: Prof.<sup>a</sup> Ph.D. Claudiana Nogueira de Alencar.

1. Entextualização. 2. Transcontextualização. 3. Gênero. 4. Cosmopolitan Brasil. 5. Ambiente Virtual. I. Título.

A Deus, meu porto seguro.

À Maria, mãe de Cristo Jesus e minha  
mãezinha;

À minha família, meu esteio, meu repouso,  
minha força.

## AGRADECIMENTOS

Penso, desde quando comecei a escrever esta dissertação, em como elencar palavras para expressar o quanto sou grata a muitas pessoas que fazem ou que fizeram parte de minha vida e que contribuíram, direta ou indiretamente, para que estes escritos pudessem nascer. Isso porque creio que as pessoas que me tocaram, de alguma forma, influenciaram a minha percepção de mundo e, dialogicamente, a minha linguagem, a minha fala, a minha escrita. Além de ser grata a muitas pessoas, eu sou grata à natureza, que me permeia e constitui: ao ar que respiro, às flores, às aves, ao sol, à chuva, que nos é tão cara, aos animais, à terra, ao céu e a todos os sons que essas maravilhas de Deus emanam e que me contagiam. Pelas mínimas graças celestiais, como o respirar e o abrir dos olhos, sou grata.

Por isso, sou grata a Deus, mestre por excelência e comandante da minha vida, a quem entrego tudo, por ter me proporcionado a alegria de viver, de ter cursado o mestrado e de ter chegado até aqui. Senhor, como eu te amo!

Agradeço à minha família: meu pai, Wilson Silva, meu eterno “dadzinho”, por acreditar no meu potencial, pelas palavras de incentivo, pelas melhores conversas sobre os teóricos que estudo na universidade em/da vida, por ser meu melhor amigo, pelo amor infinito que partilhamos; minha mãe, mãezinha, Matilde Santos, por tanto amor, que a senhora tem aí dentro do peito, capaz de sentir as minhas angústias, as minhas tristezas e as minhas alegrias, por ser o carinho que eu sempre preciso na vida e por ser o melhor repouso do mundo; minha irmã, Mayanne Iamara, Mayanninha, pelo amor mais sensível, pela amizade que me emociona, pelos afagos mais doces, pela proteção de irmã mais velha, pelo empurrãozinho certo na hora necessária, obrigada. Agradeço também ao Ítalo, meu cunhado, por ser, assim, tão amigo-irmão, conselheiro e especial na minha vida. Amo muito cada um de vocês!

Às “amoras” da graduação: Letícia Freitas, pela alegria característica; Jessica Fernandes, a “Pirigo”, pelas conversas e pela parceria; Laryssa Queiroz, pelos conselhos e pelas canções que dividimos; Indira Guedes, por ser força e coragem que me inspiram; Hortência Siebra, pelos sorrisos e bom humor que alegram; Jessica Barreto, por ser assim tão decidida e responsável, Dayane Bezerra, por ser tão mulher e determinada; Karla Kélvia, pela gargalhada que contagia. Meninas, agradeço por nossa amizade e pelas risadas que fluem quando nos encontramos.

Agradeço ainda à Janaína Lisboa, por ser exemplo de mulher imponente, sensível, guerreira da/na/pela vida; à Ingrid Xavier, amiga que enche o meu peito de bons sentimentos, obrigada por ser tão dedicada e maravilhosa; ao Hugo Leonardo, por ser sagaz e esforçado, inspirando a todxs; ao Paulo (Belim), artista nato, poeta-cantante do amor que inebria a muitxs com sua arte; ao Ítalo Alves, pelo sorriso sincero e característico, pelas conversas nas caronas até o Benfica; ao Lindolfo Junior, pelo bom ânimo, pelas piadas e pelas brincadeiras que sempre me fazem sorrir; ao Marco Antonio, o eterno Marquinho, pelas milhares de conversas que tivemos sobre esta dissertação, pelas suas palavras de incentivo e de calma, por gostar de dividir os seus muitos conhecimentos sobre linguagem com todxs que lhe procuram e pela amizade singular que construímos; à Thaysa Cavalcante, amiga de inteligência ímpar e de disponibilidade característica, obrigada por todas as vezes que você me respondeu “sim”, quando precisei de você; ao Renan da Ponte, Renanzinho, por ser carinhoso, curioso, interessado e por ser um ser humano tão especial e admirável; à Idália Parente, amiga dona de um coração grandioso e que me surpreende sempre com a imensidão de sua amizade; ao Diltino, um amigo fiel que Cabo Verde me trouxe, a quem admiro pela sinceridade e pela bondade; ao Gustavo, a quem admiro pela inteligência e sagacidade, ao Jony Kellson e ao Emanuel Pedro, por terem dividido seus conhecimentos comigo e contribuído para o meu amadurecimento profissional e pessoal.

Ao grupo Augustinus, composto por Livia Priscilla, amiga linda de todas as horas; Allysson Marcus, amigo-musical que sempre se faz presente; Cleonice Bento, anjinha-amiga de orações; Antônio Filho, amigo de locução que me impressiona por tamanha simplicidade; Mayanne Iamara, a florzinha mais linda do meu jardim, que me guia sempre para o bem e comove por tamanha fé; Ítalo Almeida, que me inspira por ser determinado, corajoso e por repousar sua vida, tão tranquilamente, nas mãos de Deus. Amores, obrigada pela amizade em Cristo e pela força espiritual que me dá ânimo e força para viver.

Agradeço, também, às integrantes da Legião de Maria da Paróquia Nossa Senhora dos Remédios, que tantas vezes me direcionaram orações nesse período de estudos no mestrado, em especial à Matilde Santos, à Jô, à Dona Terezinha, à Dona Lurdinha e à Dona Ângela.

Agradeço aos tios e tias, primos e primas de Sousa - Paraíba, que nos momentos difíceis sempre estiveram muito próximos provando o valor da união da família, e aos de São Luís - Maranhão, que são sempre muito solícitos e, apesar da distância, se fazem muito presentes em todos os momentos.

À minha avó paterna (*in memorian*), Cândida Marques e Silva, a quem tive a honra de conhecer e de conviver um pouquinho. Carrego comigo o exemplo de mulher íntegra, bela, forte e corajosa que a senhora foi neste mundo para guiar os meus caminhos aqui na terra, até o dia em que irei encontrá-la novamente.

Ao meu avô (*in memorian*), João de Deus Santos, com quem convivi por pouquíssimo tempo, mas partilhei um amor puro de criança. Ao senhor, que abrilhantou a minha infância, muito obrigada.

À Maxwell Marques (*in memorian*), que me fez crescer intelectual, musical e espiritualmente. Sua vontade de fazer sempre o melhor para Deus me marcou e, hoje, carrego esse desejo comigo. Grata por sua tão breve passagem em minha vida.

À minha querida orientadora, Claudiana Nogueira de Alencar, por ter me dado a oportunidade de cursar um mestrado em sua brilhante companhia. Não me canso de dizer que me apaixonei pelos Estudos Críticos da Linguagem, no momento em que tive a primeira aula com a senhora, na graduação. A empolgação com que falava, e ainda fala, sobre uma perspectiva crítica dos estudos em linguagem tomaram conta de mim de uma forma que foi impossível não desejar ser orientada pela senhora. Obrigada pelo seu carinho, pelos seus abraços, pela acolhida, e por me ajudar a caminhar ao seu lado desde a época da graduação como bolsista de Iniciação Científica. À senhora, minha eterna admiração, gratidão e meu imenso carinho.

Ao professor João Batista, pelo seu brilhantismo ao falar sobre linguagem e sobre os estudos bakhtinianos. Não há como não tê-lo como referência de disciplina, compromisso e ética profissional. É observando o senhor que construo um pouco de suas características em mim. Agradeço-lhe, ainda, pelas suas considerações na minha qualificação, pois elas me foram e sempre serão muito úteis.

À professora Dina, pela emoção com que fala de Linguagem, pelas suas aulas, que são injeções de entusiasmo e de profissionalismo, alimentando, assim, o meu desejo de construir, da melhor maneira possível, a minha carreira profissional. Espero poder tê-la sempre por perto para aprender muito do que a senhora tem para ensinar.

À professora Catarina por ter aceitado estar na minha banca de defesa e pelos conhecimentos partilhados em uma disciplina de mestrado. Durante esse pouco tempo, pude



perceber o quão apaixonada pela pesquisa a senhora é, de forma que cada aula me enchia de vontade de crescer e de ser melhor.

À Keiliane Dantas, pela amizade que construímos além-PosLa, pelos sorrisos que acalmaram a todos os que precisaram de você durante o seu trabalho na UECE. Obrigada por tudo!

À Jamile, exemplo de compromisso e profissionalismo. Obrigada pelo auxílio com a documentação do mestrado e pelos esclarecimentos que você sempre me oferece com muita presteza.

À IC-UECE (Iniciação Científica – Universidade Estadual do Ceará), pelo apoio financeiro à minha Iniciação Científica na graduação, que possibilitou dedicar-me integralmente à pesquisa.

À UECE (Universidade Estadual do Ceará) por ser a fonte de conhecimentos que se tornou meu segundo lar.

Ao PosLa (Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da UECE) e ao seu corpo docente, que me dotaram de conhecimento em/para a vida.

À CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo apoio financeiro à esta pesquisa, que me permitiu manter os gastos necessários e, assim, dedicar-me de maneira integral aos estudos acadêmicos.

*"De fato, onde está o seu tesouro, aí estará também o seu coração." Lc 12,34*

## RESUMO

Cosmopolitan Brasil é um revista feminina que chegou ao Brasil na década de 70, momento em que as mulheres militavam por novas posturas relacionadas à sexualidade e às conquistas profissionais. Devido ao advento da internet e das redes sociais, Cosmopolitan passou a obter contas no twitter, no instagram, no pinterest, no facebook, bem como um site aliado ao Portal M de Mulher, que comporta as revistas femininas mais renomadas da editora Abril. Como é de costume, a revista, em formatos adaptados às redes sociais e ao site, aborda temas ligados ao que tradicionalmente foi vinculado ao universo feminino, tais como as tarefas do lar e os assuntos relacionados ao corpo e à beleza. Pretendemos, então, analisar como as performances de gênero se constroem discursivamente na e pela revista à luz das seguintes categorias: 1) entextualização (SILVERSTEIN e URBAN [1996]); 2) transcontextualização, baseada na noção de transcontextos (FABRÍCIO, 2014), entendendo que os textos também são performances discursivas e que eles passeiam entre gêneros textuais distintos, em um processo dialógico e iterável, 3) estudos sobre performances de gênero (BUTLER, 2003) e, por fim, para compreender o campo, utilizamos como aparato metodológico a netnografia (KOZINETS, 2002). Para isso, foram analisados 5 textos publicados por Cosmopolitan Brasil na fanpage e no site da revista. Foi observado que é possível analisar textos imagéticos com as categorias de entextualização e transcontextualização, que a revista baseia-se em um ideal de mulher ousada, diferente e muito feminina, capaz de modificar linguístico-discursivamente os mais tradicionais discursos sobre performances de gênero feminino que a permeiam, ancorada em uma noção de performances de gênero masculino já instauradas socialmente, ainda se baseando no dualismo homem x mulher.

**Palavras-chave:** Entextualização. Transcontextualização. Gênero. Cosmopolitan Brasil Ambiente Virtual.

## RESUMEN

Cosmopolitan Brasil es una revista femenina que llegó al Brasil en los años 70, momento en que las mujeres luchaban por nuevas posturas relacionadas a la vida sexual y a los logros profesionales. Debido a la llegada de la internet y de las redes sociales, Cosmopolitan pasó a obtener cuentas en twitter, instagram, pinterest, facebook y un sitio en conjunto con el Portal M de Mulher, que abriga las revistas femeninas más conocidas de la editora Abril. Como suele acontecer, la revista, adaptada a las redes sociales y al sitio, trata sobre temas relacionados a lo que tradicionalmente fue dado como perteneciente al universo femenino, como las tareas del hogar y las cuestiones relacionadas al cuerpo y a la belleza. Por eso, tuvimos la intención de analizar como los actos de género se construyen discursivamente en la y por la revista a la luz de las siguientes categorías: 1) entextualización (SILVERSTEIN e URBAN [1996], basada en la idea de que los textos pueden pasear por diversas enunciaciones, haciendo remisiones a otros textos ; 2) transcontextualización, basada en los transcontextos (FABRÍCIO, 2014), entendiendo que los textos son actos discursivos e que pasean entre géneros textuales distintos, en un proceso dialógico e iterable, 3) estudios sobre actos de género (BUTLER, 2003) y, por último, para entender el campo, utilizamos como aparato metodológico a netnografía (KOZINETS, 2002). Para eso, fueron analizados 5 textos publicados por Cosmopolitan Brasil en la fanpage y en el sitio de la revista. Fue observado que se puede analizar textos imagéticos con las categorías de entextualización y transcontextualización, que la revista está basada en un ideal de mujer atrevida, diferente y muy femenina, capaz de cambiar lingüístico-discursivamente los más tradicionales discursos sobre actos de género femenino que la rodean, sustentada por un ideal de actos de género masculino fijado socialmente, aunque estea basada en la concepción dualística hombre x mujer.

**Palabras clave:** Entextualización. Transcontextualización. Género. Cosmopolitan Brasil Ambiente Virtual.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Site de Cosmopolitan Brasil.....	34
Figura 2 – Facebook de Cosmopolitan Brasil .....	34
Figura 3 – Twitter de Cosmopolitan Brasil .....	35
Figura 4 – Instagram de Cosmopolitan Brasil .....	35
Figura 5 – Postagem 1 .....	53
Figura 6 – Postagem 2 .....	53
Figura 7 – Postagem 3 .....	55
Figura 8 – Postagem 4 .....	55
Figura 9 – Postagem 5 .....	56
Figura 10 – Postagem 6 .....	58
Figura 11 – Comentários 1 .....	59
Figura 12 – Postagem 7 .....	61
Figura 13 – Postagem 8 .....	62
Figura 14 – Postagem 9 .....	66
Figura 15 – Postagem 10 .....	68
Figura 16 – Postagem 11 .....	68
Figura 17 – Postagem 12 .....	89
Figura 18 – Comentários 2 .....	90
Figura 19 – Postagem 14 .....	91
Figura 20 – Comentários 3 .....	91
Figura 21 – Postagem 15 .....	96
Figura 22 – Comentários 4 .....	97
Figura 23 – Postagem 16 .....	99
Figura 24 – Comentários 3 .....	103
Figura 25 – Matérias do site 2 .....	108
Figura 26 – Comentários 5 .....	111

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>2</b>	<b>JORNALISMO EM FLUXO: MULHERES EM REVISTA.....</b>	<b>19</b>
2.1	PASSEANDO NO TEMPO E CONHECENDO A TRAJETÓRIA DAS REVISTAS NO MUNDO E NO BRASIL .....	19
2.2	IMPrensa FEMININA: PERCURSO HISTÓRICO.....	24
<b>2.2.1</b>	<b>Cosmopolitan: a revista da mulher diferente, ousada e feminina .....</b>	<b>30</b>
2.3	DA REVISTA IMPRESSA PARA A INTERNET .....	32
2.4	FACEBOOK: FLUXOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS .....	37
<b>3</b>	<b>NOVA PRAGMÁTICA ENTEXTUALIZADA E TRANSCONTEXTUALIZADA: UM CONSTRUTO TEÓRICO PRAGMÁTICO .....</b>	<b>39</b>
3.1	DUAS POSTURAS SOBRE LINGUAGEM .....	39
3.2	A NOVA PRAGMÁTICA.....	42
3.3	TEXTOS EM FLUXO .....	46
3.4	A Intertextualidade.....	50
<b>3.4.1</b>	<b>Intertextualidade temática .....</b>	<b>52</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Intertextualidade estilística .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4.3</b>	<b>Intertextualidade explícita e intertextualidade implícita .....</b>	<b>56</b>
<b>3.4.4</b>	<b>Détournement.....</b>	<b>60</b>
<b>3.4.5</b>	<b>Intertextualidade intergenérica e intertextualidade tipológica .....</b>	<b>67</b>
3.4.5.1	Intertextualidade intergenérica.....	67
3.4.5.2	Intertextualidade tipológica .....	68
<b>3.4.6</b>	<b>Outras percepções de intertextualidade.....</b>	<b>69</b>
<b>3.4.7</b>	<b>Outros olhares sobre a intertextualidade: novos fluxos .....</b>	<b>73</b>
3.5	FLUXOS CONTEXTUAIS .....	74
3.6	A ENTEXTUALIZAÇÃO E A TRANSCONTEXTUALIZAÇÃO .....	75
3.7	PERFORMATIVIDADE DE GÊNERO, UMA SEQUÊNCIA DE ENTEXTUALIZAÇÕES E TRANSCONTEXTUALIZAÇÕES.....	77
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>82</b>
4.1	BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A METODOLOGIA.....	82
<b>4.1.1</b>	<b>A natureza da pesquisa: netnografia, um método qualitativo de pesquisa .....</b>	<b>82</b>

<b>4.1.2</b>	<b>Corpus.....</b>	<b>87</b>
4.1.2.1	Participantes de pesquisa .....	87
<b>4.1.3</b>	<b>Procedimento de coleta de dados.....</b>	<b>87</b>
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>88</b>
5.1	FRASES E IMAGENS DE EFEITO: FLUXOS DE IMAGENS E DIZERES PERFORMÁTICOS NA FANPAGE DE COSMOPOLITAN BRASIL .....	92
5.2	MATÉRIAS DE COSMOPOLITAN BRASIL: FLUXOS DOS DIZERES PERFORMÁTICOS .....	98
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>109</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>111</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ainda que, atualmente, as mulheres tenham conseguido desempenhar papéis sociais muito além do que os de filha, mãe e esposa, sabe-se que os percalços para alcançar essa conquista foram diversos e ainda continuam existindo de distintas maneiras. Não é à-toa que, nos estudos de Lakoff (1975), por exemplo, foi mais fácil encontrar formas lingüísticas, presentes nos níveis gramaticais da língua inglesa, que demarcavam fraqueza, fragilidade ou falta de poder na fala feminina. A perspectiva da dominação aparece nos estilos conversacionais das mulheres, não como dado, mas como “expectativas culturais que vieram a influenciar seu uso” (BUCHOLTZ; HALL, 1995, p.6).

Essas expectativas culturais são mais facilmente encontradas em um estudo sócio-histórico de uma nação. Ao longo da história do Brasil, é possível constatar valores patriarcais que remontam ao Período Colonial, principalmente quando o assunto é família. Tais valores pressupunham a idéia de submissão de todos os membros da família ao poder *pater*. Nessa ordem patriarcal, a mulher deveria obedecer ao pai, quando solteira, e ao marido, quando casada. Assim, seu elo de subserviência estaria ligado ao casamento, que estabeleceria a quem ela deveria obediência ao marido, de forma que se tinha um quadro permanente e indiscutível de domínio masculino passando de geração para geração. Até mesmo seus sentimentos e desejos sexuais estavam sob a égide do patriarcado, pois os atos relacionados ao seu prazer ou satisfação conjugal, muitas vezes, estavam aliados ao fim precípua de procriação. Alguns historiadores, como Pinsky e Pedro (2013), acreditam que, a partir da virada do século XX, tais valores passaram a ser mais evidentemente questionados, muito embora a dependência da mulher ainda esteja sendo, em alguns casos, mantida disfarçada sob posicionamentos “modernos” ou sob a noção de modernidade.

Esse período de modernização, que se iniciou no final do século XIX para o início do século XX, foi chamado de *Belle Époque* brasileira, momento em que se deu a abolição oficial da escravidão, o advento da República e o crescimento do processo de urbanização e industrialização, no final dos anos oitocentos. Nesse momento histórico de modernização do país, um novo modelo de família, um pouco mais independente, estava surgindo. Esse novo modelo despontava, por exemplo, na escolha dos cônjuges, que passou a depender dos desejos dos próprios indivíduos, deixando de lado os interesses econômicos do patriarca. Tais interesses autoritários provinham de uma sociedade escravocrata que se estruturava a partir das propriedades rurais. Como esse período, de escravatura, já estava historicamente em



finalização, não havia mais espaço para comportamentos autoritários, ainda que eles continuassem a existir, e, dessa forma, começaram a surgir, então, perfis e valores da família conjugal moderna (Scott, 2013).

Essa nova família, retrato da classe burguesa<sup>1</sup> da época, exigia, portanto, uma nova mulher, mais dedicada, mais responsável pelos cuidados com o lar, com a educação e com a formação moral dos filhos, o que, no período escravocrata, era de responsabilidade das amas de leite. Essa mulher seria a esposa afetiva, submissa ao marido. Tal modelo de família estabeleceu à mulher a alcunha de “rainha do lar” e manteve, dentro dessa instituição, a mesma hierarquia com relação aos papéis masculinos e femininos; ou seja, a mulher ainda era subalterna e dependente do homem, o seu marido, mas não totalmente sem voz.

Nesse contexto, acompanhando essas transformações sócio-comportamentais, estão as revistas, que retratam e transformam os D/discursos ao seu redor. Elas, inicialmente, eram direcionadas para o trabalho científico, em instituições científicas, e não eram caracterizadas pelos moldes de revistas que temos atualmente. As primeiras publicações se pareciam com livros; na sequência, elas passaram a ter caráter de boletim informativo; e, por fim, passaram a ser chamadas de revistas e a parecerem com os modelos impressos que temos atualmente, pois foram sendo incorporados a elas assuntos relacionados à literatura, moralidade, ciências, notícias, agricultura, entretenimento. Aos poucos, foram brotando as publicações voltadas ao público feminino, em vários países da Europa, e sendo acrescidos a elas assuntos que até hoje são característicos desse público, tais como moda, afazeres domésticos, conselhos amorosos sobre namoro, casamento, divórcio, cuidado com os filhos, entre outros. As revistas femininas eram escritas por homens e as revistas feministas escritas por mulheres<sup>2</sup>. As autoras destas posicionavam-se frente a questões como casamento, filhos, leitura, educação e comportamento, defendendo a crença de que era possível não se sujeitar às normas, às restrições da sociedade. Além disso, elas incentivavam as leitoras a, como elas, trabalhar e estudar.

Dentro dessas áreas, publicações femininas e feministas, interesse-me por investigar sobre revistas femininas – as mais lidas se comparadas às revistas feministas, de modo que

---

<sup>1</sup> Acresce-se que esse retrato de família não correspondia a todas as famílias de todas as classes porque nem todas as famílias pertenciam à classe burguesa, devido à hierarquização desigual da sociedade brasileira que se dá a partir de elementos sócio-econômicos e étnicos. Esse perfil de família tornou-se, então, um parâmetro social por ser a burguesia a classe que detinha maior poder perante as relações sociais.

<sup>2</sup> 0

ganharam força no decorrer dos anos influenciando muitos comportamentos – mais especificamente a revista *Cosmopolitan*, que surgiu na década de 70, com o nome de *Nova*.

Ela era conhecida por “*Nova*”, até o início de 2014. A partir de então, assumiu a marca-mãe, nomeando-se, como *Cosmopolitan Brasil*, tratando principalmente, sobre assuntos relacionados à vida sexual e profissional da mulher, como fazia desde o início. Tal revista possui contas no facebook, no twitter, no instagram e no pinterest, além de um site na internet. No facebook ela possui mais de 600 mil seguidores e a maioria das postagens apresentam um link que direcionam os leitores para o site da revista e/ ou para o portal *M de Mulher*, onde é possível encontrar todas as matérias das revistas femininas da editora Abril. Então, o objetivo deste trabalho é analisar as postagens de *Cosmopolitan Brasil* que propõe performances de gênero feminino e buscar compreender como essas mulheres recebem o texto na rede social facebook e no site de *Cosmopolitan Brasil*. Para isso, utilizo as categorias de análise como entextualização (Silverstein & Urban, 1987) e transcontextualização, que está baseada na noção de transcontextos de Fabrício (2014). A partir disso, surgiram as seguintes questões de pesquisa:

- Que D/discursos referentes ao gênero são entextualizados nas postagens de *Cosmopolitan Brasil* dispostas na fanpage e no site da revista?
- Como e quais são os efeitos relacionados a performances de gênero que se dão por meio da repetição-diferença no embate discursivo?
- Como entextualização e transcontextualização podem ser utilizadas para análise de textos imagético-verbais?

## 2 JORNALISMO EM FLUXO: MULHERES EM REVISTA

Conforme salienta Ali (2009), as revistas promovem troca de ideias, influenciam formas de pensar, costumes, culturas, atravessam marcos históricos como guerras, período de recessão econômica e ditaduras, que oprimem o direito de expressão, enfrentam a competição do rádio, do cinema, da televisão, aliando-se à internet, que hoje comporta, por meio das redes sociais e dos sites, uma série de revistas que sobreviveram de geração para geração, como é o caso de *Cosmopolitan Brasil*, objeto dessa pesquisa. Por isso, as revistas são consideradas história viva, uma vez que refletem e transformam a sociedade do seu tempo, fazendo parte das mudanças políticas, econômicas, sociais, dos novos comportamentos e das inovações. Nesse contexto, o desenvolvimento dos séculos XIX, XX e XXI dependeu das publicações periódicas impressas, os jornais e as revistas, e, mais precisamente, no final do século XX para o início do XXI, das publicações em redes sociais.

Os jornais tiveram papel fundamental na democratização da maioria dos países, e as revistas, que historicamente se desenvolveram para informar, divertir e distrair, formaram o jeito de pensar, os costumes, os estilos e a cultura do chamado mundo pós-moderno (ALI, 2009). Portanto, é importante saber, no mínimo, de que se tratavam as publicações mais importantes da história, pois as revistas dialogam entre si, em se tratando de formato e de assuntos. Para compreender os modelos mais recentes de revistas impressas ou virtuais, faz-se necessário conhecer os mais antigos a fim de perceber como dialogam esses formatos, como eles são interdependentes e como os textos passeiam de publicação para publicação, o que garante a sua vivacidade e a dinamicidade do próprio gênero revista.

Na década de 60, é lançada a revista *Cosmopolitan* norte-americana, no momento em que os comportamentos femininos estavam mudando. Nela, o velho conceito do que é ser mulher estava sendo posto em xeque, pois a revolução sexual e o movimento feminista começaram a mudar a forma como a mulher se portava. E *Cosmopolitan* veio para suprir essa demanda social. Não demorou muito para que a revista ganhasse repercussão e houvesse mais edições dela em outros países. No Brasil, a revista recebeu o nome de *Nova* e só alterou para *Cosmopolitan Brasil* em 2014 para assumir a marca-mãe.

### 2.1 PASSEANDO NO TEMPO E CONHECENDO A TRAJETÓRIA DAS REVISTAS NO MUNDO E NO BRASIL

As primeiras revistas datam do século XVII, durante o Iluminismo. Elas foram publicadas por academias e sociedades científicas com o intuito de promover a colaboração

entre cientistas, pesquisadores e eruditos. A maioria dos escritores e filósofos da época defendia o avanço científico em detrimento da religião e da autoridade tradicional, priorizando o desenvolvimento da liberdade de expressão e do pensamento. Nessa época, a ciência se desenvolvia, principalmente, em instituições científicas, tais como a Royal Society da Inglaterra, a Académie des Sciences e a Académie des Inscriptions et Belles-Letres da França, que foram de suma importância na gênese do mercado de revistas.

Nesse contexto, a primeira publicação de que se tem notícia foi lançada na Alemanha, em 1663, por Johan Rist- teólogo, poeta, autor de hinos religiosos- e se chamava *Erbauliche Monats-Unterredungen* ou, em português, Edificantes Discussões Mensais. Sua aparência e organização se assemelhavam as de um livro; no entanto, ela era considerada revista porque: 1) trazia vários artigos sobre o mesmo assunto,<sup>3</sup> teologia; 2) era voltada para um público específico<sup>4</sup> e 3) propunha-se a sair periodicamente. Por ser inovadora, inspirou publicações semelhantes pelo mundo e sua última edição foi publicada em 1668.

Em 1665, surgiu na França a primeira revista científica: o *Le Journal des Savants* (Jornal dos Letrados). Ela era um boletim semanal de 12 páginas que divulgava descobertas científicas, invenções mecânicas e matemáticas, observações astronômicas e meteorológicas, estudos sobre anatomia, obras literárias, novidades artísticas, decisões jurídicas e notícias necrológicas dos homens célebres; isto é, tudo o que interessava às pessoas letradas. Ela foi fundada por Denis de Sallo, conselheiro do Parlamento Francês, teve sua publicação interrompida em 1792 e retomada em 1816. Atualmente, continua sendo editada duas vezes por ano pela Académie des Inscriptions et Belles-Letres da França. Em 1665, ainda, foi publicada a segunda revista científica chamada *Philosophical Transactions* (Atas Filosóficas), que foi lançada três meses depois do *Journal des Savants* pela Royal Society da Inglaterra, com o intuito de divulgar experiências científicas, que serviriam de modelo a todas as outras revistas científicas posteriores. O título fazia referência à filosofia natural; ou seja, ao estudo da natureza. Assim, ao longo de suas publicações, ela divulgou muitas descobertas científicas, tendo como principais colaboradores Isaac Newton e Charles Darwin. Newton publicou seu

---

<sup>3</sup> Até então, as revistas eram monotemáticas. Somente em 1693 é que surge o primeiro modelo multitemático na França: uma revista feminina chamada Mercúrio das Senhoras.

<sup>4</sup> O que diferencia a revista das demais publicações impressas é que a ela busca atingir um público específico, delimitado. Como bem salienta Scalzo (2009), a revista é "um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento." Além disso, a definição de revista abrange o seu envolvimento entre leitores. Para Juan Caños apud Scalzo (2009), a revista é uma história de amor com o leitor. Isso se deve porque as revistas são vistas como objetos queridos, fáceis de carregar e colecionar. Elas são boas de recortar e copiar vestidos, decorações, arrumações de mesa, receitas de bolo, cortes de cabelo, aulas, opiniões, explicações, etc.

primeiro artigo, nessa revista, denominado “Nova teoria sobre luz e cores” e Darwin publicou vários artigos sobre seus experimentos que envolveram a sua teoria acerca do processo de seleção natural. A revista permanece em circulação até hoje na Inglaterra.

Em 1668, na Itália, nasce o *Giornali dei Litterati* (Jornais de Literatos) e na Inglaterra, em 1680, aparece o *Mercuris Librarius* ou *Faithfull Account of all Books and Pamphlets*<sup>5</sup>. Todas essas publicações não possuíam o termo “revista” no nome<sup>6</sup>, mas, apesar de se parecerem demais com livros, já despontavam como publicações inovadoras que se destinavam a públicos específicos, com assuntos mais aprofundados do que nos jornais e menos do que nos livros. Em 1672, surge na França *Le Mercure Galant* (O Mercúrio Elegante), apresentando notícias curtas, anedotas e poesia. Tal combinação logo foi copiada por outras revistas devido a popularidade que *Le Mercure Galant* obteve. E, em 1731, em Londres, foi lançada a primeira revista que inspirou os modelos impressos, *The Gentleman's Magazine* (A Revista do Cavalheiro), os quais conhecemos atualmente. Inspirada nas lojas que vendiam um pouco de tudo, chamadas de “magazine”, essa revista reunia vários assuntos, apresentando-os de forma leve e agradável. Desde então, o termo magazine passa a servir para designar revista em inglês e em francês. Na sequência, surgem *Ladies Magazine*<sup>7</sup>, primeiro título inglês, e *American Magazine* e *General Magazine*, primeiros títulos norte-americanos, em 1741.

Até o fim do século XVII, uma centena de publicações já tomava conta do mercado, tais como *Review of the Affairs of France and of All Europe* (Resenha dos acontecimentos da França e de toda a Europa) e *The Spectator* (O Observador), ainda que, nessa época, ler revistas fosse um prazer das classes altas, já que, até a primeira metade do século, a maior parte da população era analfabeta. Assim, as publicações começaram a ganhar mais espaço na medida em que os países se desenvolviam, o analfabetismo diminuía, o interesse por informação e por novas idéias e a conseqüente necessidade de divulgá-las crescia. Nesse ínterim, novos títulos nascem, multiplicam-se – muitos importados da Europa, pois os Estados Unidos importavam revistas da Inglaterra, o Brasil as importava também da Inglaterra e da França- iniciando um dos maiores mercados de revistas do mundo: cerca de 6 bilhões de exemplares por ano. Boa parte do conteúdo dessas publicações tratava de

---

<sup>5</sup> A tradução livre se aproxima de algo como “Acervo fiel de todos os livros e panfletos”.

<sup>6</sup> O nome “revista” só seria incorporado aos títulos das revistas em 1704, na Inglaterra.

<sup>7</sup> A mais popular revista feminina entre as revistas de seu tempo, final do século 17, e a maior referência para as mulheres. Apresentava literatura, notícias sobre moda, moldes de bordado, partituras musicais e cartas das leitoras mensalmente. Foi a primeira revista a publicar figurinos coloridos, sendo copiada rapidamente por outras revistas. A partir de 1790 todas as gravuras passaram a ser coloridas.

conselhos sobre boas maneiras, moda, vida social, religião, moral, política e literatura. Tinham vida curta porque a publicação era complicada devido ao primitivo sistema de distribuição e às enormes dificuldades financeiras. Dentro desse mercado começaram a inserir-se e a ganharem maiores proporções as revistas femininas<sup>8</sup>, da metade do século XVII para o início do século XVIII.

O século XIX, por sua vez, foi importantíssimo para a imprensa mundial. A partir dessa época, a revista ganhou espaço, porque, após a melhora no nível de educação das classes média e baixa na Europa e nos Estados Unidos, a migração para as cidades, o trabalho na indústria e a alfabetização em massa contribuíram para que alguns visionários lançassem publicações a preços mais baixos e com informações que contribuíssem para melhorar o nível de conhecimento da população e para entreter famílias. Desse modo, nasciam as primeiras revistas populares e, devido ao encarecimento do preço dos livros, elas tornaram-se os maiores disseminadores de cultura popular. Os exemplares eram lidos por muitas pessoas e sua influência era muito maior do que sua circulação. Isso contribuiu para que fossem feitas inovações no setor da impressão. Os alemães desenvolveram máquinas rotativas, facilitando a capacidade de imprimir grandes tiragens, o que se tornava necessário devido ao grande desenvolvimento do público leitor.

Com o avanço técnico das gráficas, as revistas tornaram-se o meio informativo ideal, reunindo vários assuntos num só lugar e trazendo imagens para ilustrá-los<sup>9</sup>. As revistas, então, eram uma forma de fazer circular diferentes informações sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber, pois com o aumento dos índices de escolarização, havia uma população alfabetizada que gostaria de ler e de se instruir, mas que não tinha acesso a profundidade dos livros, ainda considerados como propriedades das elites e, por isso, pouco acessíveis às outras classes.

De fato, o avanço técnico das gráficas permitiu a melhoria na qualidade dos impressos e o aumento das tiragens, atraindo, por sua vez, anunciantes dispostos a tornarem os seus produtos reconhecidos por um público cada vez mais amplo, porque, com os anúncios

---

<sup>8</sup> Mais informações sobre a imprensa feminina serão dadas no próximo subtópico.

<sup>9</sup> A maioria dos registros visuais do mundo nos séculos XIX e XX vem das páginas de revista, primeiramente, em ilustração, e, depois, em fotografias. A saber, depois das pioneiras do gênero, as que mais pareciam com livros, surge em Londres uma publicação que revoluciona a forma de conceber e editar revistas. Foi a primeira revista ilustrada, que continua sendo editada até hoje, denominada *Illustrated London News*. Ela era formada por 16 páginas de texto e 32 de gravuras, as quais retratavam os acontecimentos da época em forma de desenhos. O modelo foi copiado em todos os países e, no final do século XIX, foi aperfeiçoada com o desenvolvimento da fotografia e da impressão com meio-tom.

financiando os custos de produção, foi possível baixar o preço dos exemplares, o que, conseqüentemente, aumentou o número de leitores, fazendo as tiragens crescerem na mesma proporção. Desde então, começa a surgir o negócio de publicações impressas como conhecemos hoje: uma parte da indústria de comunicação de massa. Dos exemplares que fizeram parte dessa indústria destacam-se o *Correio Braziliense*, também chamado de *Armazém Literário*, primeira publicação a circular, clandestinamente, no Brasil e em Portugal, sendo distribuído por escritórios comerciais e viajantes. Ele tinha 120 páginas e era escrito, editado, impresso e publicado mensalmente em Londres por José Hipólito da Costa<sup>10</sup>. Tratava de assuntos comerciais e administrativos e pregava a reforma do sistema político luso-brasileiro, pois José Hipólito era contra a escravidão e defensor da liberdade de imprensa. Por isso, o *Correio Braziliense* constituía-se como uma completa tribuna de análise e crítica da situação portuguesa e brasileira, até a Independência, em 1822, o que justifica o porquê de ser uma publicação clandestina no Brasil e em Portugal. Até 1808, quando a família Real Portuguesa mudou-se para o Brasil e os portos foram abertos para o comércio internacional, conforme salienta Ali (2009), não havia sequer uma tipografia no país. Isso significa dizer que quase um século e meio depois da publicação da primeira revista européia, a imprensa brasileira ainda engatinhava, pois as publicações eram proibidas aqui no Brasil, já que a Coroa Portuguesa não facilitava o acesso a informações ou discussão de idéias que pudessem contestar seu poderio sobre o país. Depois que foi permitida a circulação de escritos no país, o Brasil passou a importar revistas da Inglaterra e da França, mas, até então, não possuía nenhuma publicação brasileira. Portanto, os brasileiros, influenciados pelos ideais da Revolução Francesa, que lutavam pela liberdade, não tinham como divulgar as suas idéias. Além disso, quase não havia público leitor, porquanto a maioria da população brasileira era analfabeta. A primeira tipografia, a *Impressão Régia*, que publicava papéis oficiais, relatórios administrativos e comerciais, foi instalada em 1808, passando a controlar toda publicação feita no Brasil. Ademais, a *Impressão Régia*, para se posicionar frente ao *Correio Braziliense*, que criticava a administração portuguesa, lançou no mesmo ano *A Gazeta do Rio de Janeiro*.

Depois do *Correio Braziliense*, surgiu, em 1821, nos Estados Unidos, a revista da família norte-americana, que se chamava *The Saturday Evening Post* (O *Correio da Noite de Sábado*) e começou como um jornal para a família, dedicado a literatura, moralidade, ciências, notícias, agricultura e entretenimento, evoluindo depois para revista. No final do século XIX,

---

<sup>10</sup> Bacharel em Direito e Filosofia pela Universidade de Coimbra, Hipólito trabalhou para o governo português como diplomata, mas foi perseguido pela Inquisição e, por isso, obrigado a exilar-se na Inglaterra.

o *Youth's Companion* (O Companheiro dos Jovens), que trazia histórias em capítulos e assuntos de interesse de jovens e de toda a família – cultura, ficção e entretenimento, tornou-se a publicação de maior vendagem nos EUA. Publicou textos dos escritores Mark Twain, Jack London e da poetisa Emily Dickinson. Esta foi a primeira revista que trouxe o inovador sistema de premiação de novos assinantes e dos antigos que renovavam a assinatura, com livros, fotos, roupas, ferramentas e até pianos. Sistema esse que é utilizado até hoje em todo o mundo. Nessa época ainda eram escritas revistas de cunho literário como *The Edinburgh Review* (Resenha de Edinburgo) e *Revue Des Deux Mondes* (Revista dos Dois Mundos). Esta última caracterizou-se como um símbolo de uma elite conservadora composta de acadêmicos, políticos e oficiais; publicou escritos de grandes escritores como Balzac, Victor Hugo, Stendhal e Baudelaire, mas recusou Gustave Flaubert, que publicou *Madame Bovary* na revista concorrente – a *Revue de Paris*. Obteve 25 mil assinantes em 1868 e chegou a 40 mil assinantes antes da primeira guerra. Fora do país, o maior número de assinantes estava no Brasil, incluindo Dom Pedro I que era seu leitor regular. Dentre essas duas publicações, em 1827, surge a primeira revista feminina brasileira chamada O Espelho Diamantino, que se definia como revista de “política, literatura, bellas-artes, teatro e moda dedicada às senhoras brasileiras” e tinha o intuito de atualizar as mulheres sobre a “civilização e seus progressos”. Ela foi a precursora de uma série de revistas femininas brasileiras, que surgiram na década seguinte. No entanto, antes de chegarem ao Brasil, elas já tinham um histórico no exterior.

## 2.2 IMPRENSA FEMININA: PERCURSO HISTÓRICO

As primeiras publicações femininas<sup>11</sup> eram de cunho literário e traziam como principais gêneros poemas, contos, crônicas e charadas. Aos poucos, foram sendo acrescidas, aos periódicos, outras seções, as quais ainda hoje fazem sucesso entre as leitoras, como moda, que no século XIX, tornou-se parte essencial nas publicações; horóscopo, que foi publicado primeiramente no jornal de origem alemã *Journal fur Deutsche* (Jornal Alemão), no início do século XIX. Na Itália do século XVIII, por sua vez, as mulheres já contavam com publicações voltadas para elas. Entretanto, uma das principais características da imprensa feminina italiana, a exaltação da figura da mãe, surgiu apenas a partir do século XIX, com a publicação de jornais católicos, como *La famiglia Cattolica* (A família católica) (BUIIONI, 1990, apud ALMEIDA, 2008)

---

<sup>11</sup> Como o *Lady's Mercury*, que surgiu em 1693 na Inglaterra e que trazia uma seção que fez sucesso em todas as publicações dirigidas ao público feminino: o consultório sentimental.



As publicações direcionadas ao público feminino brotaram em vários países da Europa, mas foi na França que esse segmento da imprensa ganhou mais destaque. Assim, o primeiro periódico feminino francês foi o *Courier de La Nouveauté* (O Correio de Notícias), em 1758. No ano seguinte, o *Journal des Dames* (O Jornal das Senhoras) que posteriormente passou a ser chamado de *Journal des Dames et modes* (Jornal das Senhoras e dos Modos) começou a publicar não somente os textos literários, mas as páginas de moda, anúncios de editoras, lojas e de pequenas fábricas. Desse modo, esse periódico inaugurou o espaço da publicidade nessas publicações.

Durante a Revolução Francesa, nasceram periódicos mais voltados para as lutas sociais e para reivindicações femininas, tais como *Les Annales de l'Education Du Sexe*, em 1790, e *La Feuille Du Soir*, que era publicado por uma sociedade de mulheres em 1791. A imprensa feminina francesa foi a maior fonte de inspiração da imprensa feminina brasileira, desde o surgimento desta, no início do século XIX, até meados dos anos 1930.

A primeira revista escrita por uma mulher se chamava *The Female Spectator* (A Observadora). Fundada por uma importante escritora da Inglaterra, Eliza Haywood<sup>12</sup>, deu voz, pela primeira vez, às mulheres em uma revista mensal. Era composta por uma coletânea de ensaios originados das cartas das leitoras, que escreviam contando seus problemas pessoais e reclamando das restrições da sociedade patriarcal. A autora, uma feminista no século XVIII, posicionava-se frente a questões como casamento, filhos, leitura, educação e comportamento, defendendo sua crença de que era possível não se sujeitar às normas, às restrições da sociedade. Além disso, ela incentivava as leitoras a, como ela, trabalhar e estudar. Houve ainda outra revista feminina que nasceu no final do século XVII, cujo nome era *Lady's Magazine* (Revista das Damas). Seu título completo era *Lady's Magazine or Entertaining Companion for the Fair Sex, Appropriated Solely to their Use and Amusement*<sup>13</sup> (Revista das Senhoras ou A Companheira do Belo Sexo, Feita Unicamente para o Seu Uso e Entretenimento). Apresentava mensalmente literatura, notícias sobre moda, moldes de

---

<sup>12</sup> Eliza Haywood era romancista, publisher, atriz e autora de uma vasta obra de ficção em que ela retratava a sociedade inglesa no século XVIII. Publicou mais de 70 livros, boa parte sobre escândalos. Nascida por volta de 1693, Eliza teve uma educação mais liberal que a da época, dada pelo seu pai, comerciante. Separada de seu marido, ganhava seu próprio sustento como atriz e autora. Sua importância se deve às suas publicações sensacionalistas e ao fato de ser a primeira mulher a editar um periódico.

<sup>13</sup> Segundo Almeida (2008), o primeiro periódico feminino, que recebe o nome de *Lady's Mercury*, teria surgido, na Inglaterra, no ano de 1693, e, segundo Buttoni (1990), feito muito sucesso com a seção "consultório sentimental". Essas primeiras publicações direcionadas ao público feminino eram de cunho predominantemente literário e traziam como gêneros principais: poemas, contos, crônicas e charadas. Com o tempo, esses periódicos, naturalmente, iam se modificando. O próprio *Lady's Mercury*, já no século XVIII, passou a ser denominado de *Ladies Diary*.

bordado, partituras musicais e cartas das leitoras. Ela foi a primeira revista a publicar figurinos coloridos e, por isso, a ser copiada por outras revistas. Algumas gravuras eram coloridas à mão, porém as costureiras pintavam as páginas em preto e branco para mostrar os modelos para as clientes. A partir de 1790, todas as gravuras na revista passaram a ser coloridas.

Em 1830, surge a maior revista feminina durante cinco décadas, que se chamava *Godey's Lady's Book* e que criou as bases das revistas femininas do nosso tempo. Segundo Ali (2009), Louis Godey, fundador e editor da revista, tinha uma admirável combinação de sensibilidade feminina e habilidade comercial. Anos depois de ter trabalhado em livrarias e gráficas, ele se mudou para a Filadélfia, tornou-se diretor de redação de um jornal e lançou a revista, a qual publicava reproduções de artigos de revistas francesas. Ele rompeu com a fórmula clássica das revistas femininas até então, introduzindo matérias de acordo com as necessidades das leitoras, encorajando-as a enviar suas histórias e poemas. Publica, ainda, textos sobre questões morais e sociais, guiado pela política editorial estabelecida na primeira edição, que era contribuir para o progresso e para a evolução da mulher. Em 1837, comprou a *Ladie's Magazine*, uma revista de Boston que estava em dificuldades, e contratou uma diretora de redação para dirigir *Godey's Lady's Book*. Seu nome era Sarah Josepha Hale<sup>14</sup>, que veio a ser a mais famosa diretora de revistas femininas do século XIX. Desde então, a revista começou a deslanchar. A sua circulação chegou a 150 mil exemplares, pouco antes da Guerra Civil, contagem significativa para ela. Perdeu um terço dela durante o conflito, por se recusar a publicar qualquer informação a respeito. Em 1877, houve uma reformulação editorial e, aos 89 anos. Um ano depois, morreu Louis Godey e, cinco anos depois, a revista deixou de existir.

Em 1831, aparece o *Espelho das Brasileiras*, uma das primeiras revistas feministas<sup>15</sup> no Brasil, que discutia a situação da mulher em seu tempo, defendendo ações como a melhoria da instrução feminina. Em 1852, surge *O Jornal das Senhoras*, o qual tinha como objetivo propagar a melhoria social e a emancipação moral da mulher, tratando de questões relativas às diferenças sociais entre os sexos, à posição de inferioridade tradicionalmente imposta à mulher, à valorização profissional que a liberasse do julgamento masculino e melhor nível de instrução para as meninas. Afirmava também que as mulheres

---

<sup>14</sup> Sarah defendia, na revista, a melhoria do sistema de ensino superior para as mulheres e contribuiu muito fortemente para o ingresso delas no mercado de trabalho em profissões como professora e médica.

<sup>15</sup> As revistas feministas militavam por novas posições das mulheres na sociedade, diferentemente das revistas femininas.

não deveriam aprender somente boas maneiras, piano, bordado e costura e se dirigia aos homens, pedindo que eles deixassem de considerá-las sua propriedade. Ademais, ela também publicava textos sobre música, teatro, poesia, folhetins, romances históricos, receitas, cartas de amor, etc.

A primeira revista para as donas de casa se chamava *The English Woman's Domestic Magazine* (A Revista da Dona de Casa Inglesa). Ela foi a primeira publicação mensal de preço acessível para a mulher de classe média e também a primeira revista feminina de circulação de massa. A principal diferença em relação às revistas anteriores é que ela dava ênfase a assuntos voltados para ensinamentos práticos para a dona de casa; isto é, publicava matérias sobre como cozinhar, se vestir, se comportar, tomar conta dos filhos, sugestões de jardinagem, dieta, medicina familiar, e publicava uma seção de cartas das leitoras. Em 1867, é lançada a *Harper's Bazaar* (O Bazar de Harper), a primeira grande revista de moda. Ela foi criada a partir do modelo de uma revista alemã *De Bazar* e alcançou a circulação de 80 mil na primeira década. Era uma revista feminina diferente das que havia nos Estados Unidos, com ilustrações de moda belíssimas e de alta qualidade gráfica. Além disso, ela tinha literatura inglesa, em capítulos, artigos e histórias variadas, discussões sobre problemas domésticos, decoração e jardim. Mas a maior temática da revista eram as roupas, as gravuras e os textos vinham diretamente da revista originária alemã, com descrições das novas tendências da Europa. Bazar liderou o mercado até o fim dos anos 1890, quando a editora dos irmãos Harper faliu. Ela foi comprada pelo banqueiro J. P. Morgan e, depois, pelo grupo Hearst. Tornou-se mais sofisticada e passou a determinar as tendências de moda e o design de revistas. Ao lado da Vogue, é, até hoje, uma das mais importantes publicações de moda do mundo.

Outra revista que também fez sucesso no mundo da moda, mas por pouco tempo, foi a *McCall's Magazine* (Revista de McCall), fundada por um alfaiate escocês chamado James McCall que queria promover sua empresa de moldes nos Estados Unidos. Depois de sua morte, o título da revista, que era *Queen: Illustration McCall's Bazar Glove-Fitting Patterns* (Rainha: moldes do bazar ilustrado de McCall, que vestem como uma luva), adaptou-se para *McCall's magazine* e anunciaram seu conteúdo: as últimas e mais bonitas criações do mundo da moda, artigos da atualidade ilustrados, conselhos domésticos, ficção e literatura de interesse de toda a família. Em 1940 tinha circulação de 3 milhões – e em 1960, 6 milhões. Em 2001, passou a ser editada pela comediantes Rosie O'Donnell, que, um ano depois, abandonou a direção e a revista, depois de 125 anos de existência, deixou de circular.

Já no finalzinho do XIX, ganharam destaque a revista *The Ladies' Home Journal* (A Revista da Dona de Casa) e a *Vogue*. Ambas tratavam de assuntos específicos que marcaram a evolução das revistas femininas. A primeira criou um modelo de sucesso para o século XX, pois ela prestava serviço real e prático para as mulheres. Ensinava as leitoras a cuidar da casa, dos afazeres domésticos, e fez campanha para melhorar o atendimento médico para as gestantes. Foi quem lançou o consultório sentimental moderno- as jovens escreviam buscando conselhos amorosos, sobre namoro, casamento, divórcio, e cuidado com os filhos. Em 1919, sua circulação alcançou 2 milhões. Algumas de suas edições alcançaram 200 páginas de anúncios. A segunda era a *Vogue*, que começou como uma revista semanal de sociedade editada pela socialite, Em 1909, ela foi comprada por Condé Nast, que a transformou em uma revista mensal de moda que teve grande impacto e influência nas revistas femininas em geral. *Vogue* apresentava fotos bem elaboradas e textos refinados, mas o seu objetivo era vender roupas. A revista passou para as mãos de editores ingleses e é publicada até hoje.

Depois da Primeira Guerra Mundial, muitas coisas mudaram. Os limites do comportamento social estavam sendo revistos e, com o crescimento da Bolsa de Valores americana, um espírito de otimismo se estabeleceu. Nos meios de comunicação, o rádio dominava a imaginação do público e o volume de informação impressa tornou-se enorme. O sucesso e o fracasso das revistas dependiam da habilidade de identificar novos públicos e de compreender suas ações, seus movimentos. Nesse contexto, surgiram alguns inovadores que transformaram os negócios das revistas, introduzindo modelos nunca vistos e conquistaram novos públicos. No século XX, na área das revistas femininas, muitas se destacaram. A começar pela *Woman's Day* (O dia da mulher), em 1931, uma revista de supermercado criada por uma rede americana de supermercado que tinha o objetivo de fazer as clientes comprarem mais. Com o sucesso alcançado, ela passou a ser uma empresa independente, alterou o seu editorial e chegou a uma circulação de 6,5 milhões em 1965. Foi comprada pela Hachette Filipacchi Mèdias, a maior editora da França e, até hoje, está em circulação. Outra revista que também circulava em supermercados era a *The Family Circle* (O Círculo Familiar), que teve uma trajetória parecida com a *Woman's Day*. A diferença é que ela foi comprada pelo grupo alemão Gruner + Jahr e, depois, para o Grupo Meredith. A revista é editada até hoje.

A partir de 1945 as revistas se segmentaram para atender mais especificamente as áreas de interesse de seu público leitor. A começar por *Elle* (Ela), uma revista semanal de moda para a jovem mulher de classe média que estava entrando no mercado de trabalho em

um país sofrido com a guerra e que estava lutando para se refazer. *Elle* era uma ponte entre o que havia de mais sofisticado da moda francesa e o orçamento de suas leitoras. Atualmente, ela pertence ao grupo editorial francês Hachette- Filippachi e tem 29 publicações em 90 países, incluindo o Brasil, onde é editada pela Editora Abril. Entretanto, a primeira revista que tratava especificamente sobre moda era a *Manequim*. Além de informar sobre as tendências da moda, *Manequim* foi a primeira a publicar figurinos com moldes, promovendo o diálogo entre a indústria têxtil e as leitoras que costuravam suas próprias roupas. Editada pela editora Abril, essa revista brasileira está em circulação até hoje.

Em 1961, surge a revista *Claudia*, um marco na imprensa e na publicidade brasileira, com edições mensais e tiragem inicial de 164 mil exemplares. Ela apresentou um padrão de qualidade até então desconhecido, com papel de alta qualidade, fotografias bonitas, design moderno e boa qualidade gráfica. O objetivo editorial era ser uma amiga da mulher casada, a fim de ajudá-la a acompanhar as transformações sociais, em uma época em que o lar doméstico ganhou geladeira, televisores, sabão em pó, etc. Foi a primeira a tratar de temas polêmicos como a pílula anticoncepcional e aborto. Possuía uma coluna chamada “A arte de ser mulher”, de Carmem da Silva, e foi um expoente do feminismo no Brasil.

Eis que, em 1965, entra em cena a revista *Cosmopolitan* norte-americana, no momento em que os comportamentos femininos estavam mudando. Ela já possuía esse título desde 1886 e, durante décadas, teve grande circulação. Mas, em 1960, a sua proprietária, Hearst Corporation, considerou fechá-la. Foi, então, que nesse momento Helen Gurley Brown, autora do Best-seller *Sex and The Single Girl* (*Sexo e a Mulher Solteira*), tinha um projeto de uma nova revista feminina baseada na sua idéia de que havia muitas garotas procurando crescimento pessoal e profissional, aliados a um bom relacionamento amoroso, com uma vida sexual melhor, e um bom emprego. A Hearst aceitou a proposta e Helen promoveu uma mudança editorial completa, montou uma redação somente com mulheres e lançou um novo tipo de texto. *Cosmopolitan* é uma das revistas de maior circulação e sucesso comercial dos Estados Unidos. Possui 58 edições internacionais em 34 idiomas, em mais de 100 países. Com *Cosmopolitan*, o velho conceito de mulher que se resumia às atividades de dona de casa e mãe estava sendo desafiado. A revolução sexual e o movimento feminista mudavam a visão das mulheres sobre elas próprias e começavam a mudar a face da sociedade nos anos 1960. A pílula anticoncepcional liberou as mulheres de uma gravidez indesejada e o sexo antes do casamento estava deixando de ser tabu. As mulheres, então, passaram a lutar por independência financeira e direitos iguais aos dos homens. Temas que antes eram

veladamente tratados passaram a ser abordados pelas revistas, a partir de *Cosmopolitan*, ao lado de assuntos, como moda, receitas de culinária, orgasmo, infidelidade, gravidez fora do casamento.

Em 1973, a revista *Nova*, versão brasileira de *Cosmopolitan*, foi lançada no Brasil e causou grande polêmica. Segundo Ali (2009), os anunciantes se recusavam a programar seus anúncios, os maridos não permitiam que as mulheres a lessem. Mas as leitoras garantiram o sucesso da revista desde a sua primeira edição, por se identificarem com o conteúdo editorial da revista. Ela vendeu inesperados 170 mil exemplares e, ainda hoje, é uma das 10 revistas brasileiras de maior circulação.

### **2.2.1 *Cosmopolitan*: a revista da mulher diferente, ousada e feminina**

Na edição de número 4 do ano 2015, *Cosmopolitan* publicou uma matéria com o título “Bem-vinda ao Universo Cosmo”- escrita por Barbara dos Anjos Lima, editora-chefe da revista, e Nathalia Ruiz, também jornalista da revista- que apresenta o histórico de *Cosmopolitan*. Tal revista, que até a 498ª edição, a quarta publicação de 2015, recebia o nome de “*Nova*”, passou a receber o nome de *Cosmopolitan*, assumindo a marca-mãe e se inserindo na comunidade de mais de 60 edições internacionais, que se comunicam com mulheres de todo o mundo. “*Nova*”, na verdade, era o nome da versão brasileira de *Cosmopolitan*, de origem norte-americana, desde a década de 70, quando Helen Gurley, uma jovem dos anos 60, transformou *The Cosmopolitan* em somente *Cosmopolitan*. A revista, acompanhando os comportamentos do momento, foi bem aceita pelo público feminino, que começava a mudar alguns costumes da época, sendo, segundo a própria revista, a publicação feminina mais vendida até hoje, mundialmente.

É possível encontrar edições de *Cosmopolitan* nos Estados Unidos, na Índia, no Cazaquistão, no Brasil, entre outros países. E *Cosmopolitan* vai se adaptando conforme os costumes de cada um deles. Apesar das singularidades de cada povo, para Barbara dos Anjos e Nathalia Ruiz, o que une as “mulheres de Cosmo” é a “busca de autoconhecimento, de afirmação no trabalho, de satisfação sexual e a confiança de que são capazes de derrubar tabus para ser mais felizes”. Essas características da revista são sintomas do histórico em que *Cosmopolitan* se desenvolveu e se desenvolve atualmente.

Na década de 70, momento em que as mulheres jovens e solteiras começavam a experimentar uma nova visão de liberdade, ocupando posições, no mercado de trabalho, que

até então eram ocupadas por homens, e passaram a iniciar sua vida sexual antes do casamento, pouco se falava sobre essas mudanças de comportamento e costumes. Foi, então, que Helen Gurley publicou, em 1962 um livro chamado *Sex and the Single Girl*. Guiada, conforme exposto no site [ultimosegundo.ig.com.br](http://ultimosegundo.ig.com.br)<sup>16</sup>, pela idéia de seu marido David, Helen escreveu, nesse livro de ficção, como uma mulher solteira devia “ter e administrar seus affairs” ou lidar com os dilemas dos tempos modernos e, conforme publicação de *Cosmopolitan*, como aproveitar o trabalho, o corpo e o sexo sem culpa. O livro, que foi recusado por várias editoras e teve seu título mudado de “*Sex for the Single Girls*” para “*Sex and the Single Girls*”, em menos de três semanas, vendeu 2 milhões de exemplares e, em poucos anos, alcançava mais de 35 países. O curioso é que a data de seu lançamento foi a mesma do início das vendas da pílula anticoncepcional.

Segundo essa mesma publicação de 2012, do site [ultimosegundo.ig.com.br](http://ultimosegundo.ig.com.br), o marido de Helen, ex-editor e grande produtor de Hollywood, foi quem convenceu o grupo editorial Hearst a entregar *The Cosmopolitan* a Helen. Conforme a publicação 498ª de *Cosmopolitan*, após o lançamento de *Sex and the Single Girls*, Helen recebeu milhares de cartas de agradecimento, pedidos e conselhos. Como ela queria responder a todas e ser amiga delas, traçou um projeto com temas que gostaria de abordar e o encaminhou a várias editoras de Nova York. Foi, então, que os organizadores de “The Hearst” interessaram-se pelo projeto de Helen. A equipe já tinha uma revista que estava em decadência, a qual se chamava *The Cosmopolitan*, e pensava, inclusive, em fechá-la. Então, decidiram dá-la a Helen com a condição de que ela entregasse 12 capas de uma única vez para provar aos executivos que existia conteúdo variado e suficiente para pelo menos um ano de publicação. E assim Helen Gurley fez.

A revista foi renomeada como *Cosmopolitan*. Suas capas apresentavam mulheres jovens em poses que demarcavam sensualidade e independência. Diferentemente das outras revistas femininas, que apresentavam as mulheres como donas de casa e esposas, em *Cosmopolitan*, como a própria revista sugere, as mulheres eram apresentadas como “indivíduos ativos na sociedade”, pois em um cenário pós-guerra, as mulheres já trabalhavam fora de casa e lutavam por direitos, incluindo remuneração salarial, igual a dos homens. A

---

<sup>16</sup> Informação disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/colunistas/lucasmendes/2012-08-16/helen-gurley-brown-a-deusa-das-solteiras-e-das-feias.htm>, matéria publicada em 16 de agosto de 2012, escrita por Lucas Mendes, cujo título é: *Helen Gurley Brown: A deusa das solteiras (e das feias)*.

primeira edição da revista trouxe, em sua primeira chamada, a pílula anticoncepcional. Essa e as edições subsequentes foram esgotadas em todas as bancas.

Cosmopolitan iniciou sua expansão comercial em 1972, na Inglaterra. Desde então, não parou mais. A primeira edição alcançou Itália, França, Austrália, Venezuela, Alemanha e França. Outras 42 edições internacionais foram lançadas até Helen sair de Cosmopolitan em 1997. Depois foram abertas mais 22 edições. Assim, a revista se tornou líder mundial na categoria feminina. Atualmente, Cosmopolitan é escrita em mais de 30 línguas, pode ser encontrada em mais de 100 países e alcança uma média de 100 milhões de mulheres em todo o mundo. Hoje ela possui um site e contas nas redes sociais facebook e twitter, assim como diversas outras revistas que buscam se adaptar a essa nova forma online de se comunicar com seus/suas leitores/leitoras.

### 2.3 DA REVISTA IMPRESSA PARA A INTERNET

Atualmente, vivemos em um momento de mudanças no jornalismo, na comunicação social e na indústria de comunicação de massa. Com o acesso às mais variadas tecnologias, a aquisição da informação se tornou mais fácil. Em 2013, um levantamento do Ibope Media, contabilizou que o número de brasileiros com acesso à internet ultrapassou os 100 milhões. E, segundo dados da pesquisa Radar Jovem, divulgada em 2014, que mapeou o comportamento de jovens brasileiros de 18 a 25 anos, durante 80 semanas, os adolescentes ficam, em média, seis horas por dia em redes sociais no celular. Esse número corresponde a 30% do seu dia conectados, considerando que eles dormem em média 8 horas das 16 que ficam acordados<sup>17</sup>.

Essas novas mídias e aparelhos eletrônicos móveis, tais como tablets, smartphones e celulares, vêm revolucionando o modo de fazer comunicação no Brasil e no mundo, pois se sabe que as empresas é que monopolizavam a distribuição da informação para um determinado número de pessoas. Depois, esse processo foi mudando, mas, ainda assim, as informações que chegavam eram reduzidas e transmitidas conforme os formatos dominantes de publicação, em se tratando de revistas impressas. Havia também redes de rádio, televisão e jornais que veiculavam informações conforme o interesse ideológico que os movia, como ocorre até hoje. Entretanto, com o advento da internet, a situação mudou um pouco de figura porque, agora, o cidadão comum deixa de ser somente consumidor para ser produtor de

---

<sup>17</sup> Esses números foram retirados do artigo “Infotimento: Os novos rumos do jornalismo na cultura da convergência.”



conteúdos. Além disso, a internet tem uma importante característica que se chama interatividade. Por meio dela, é possível interagir mais rápida ou instantaneamente via Twitter, Facebook, Instagram e Whatsapp. Por isso, o jornalismo, acompanhando esse fluxo, mescla-se mais facilmente ao lazer gerando o infotimento, que é uma forma de reunir informação e diversão. O infotimento já acontece na televisão, mas não somente nela. Ele ocorre também na internet e isso tem se intensificado devido à interatividade, fruto da internet. Ainda que alguns teóricos como Dejavite (2007 apud Santos et al, 2014) afirmem que o papel da mídia, além de informar, é entreter, muitos consideram o entretenimento um subproduto ou um conteúdo que desvia a atenção dos demais assuntos considerados mais importantes como política ou economia. Assim, o público que solicita esse tipo de assunto, às vezes, é considerado alienado. Dessa forma, no espaço editorial, o entretenimento seria a informação para aqueles leitores que não procuram notícias mais sérias. Então, o que temos aqui são duas categorias distintas que parecem não dialogar entre si: a das notícias mais sérias e a do entretenimento em que são privilegiadas notícias sobre diversão, bem-estar, lazer, assuntos relacionados à identidade, que podem conduzir ainda que parcialmente o comportamento de um determinado público. O infotimento, por sua vez, lança uma quebra dessas barreiras com os dois tipos de conteúdos: os mais sérios e os mais divertidos, propondo, então, que notícias sérias sejam transmitidas com leveza, proporcionando o bem-estar aos leitores ou ouvintes de uma notícia. Entretanto, as notícias mais sérias ainda precisam manter o padrão, como ocorre com transmissão de notícias no telejornalismo.

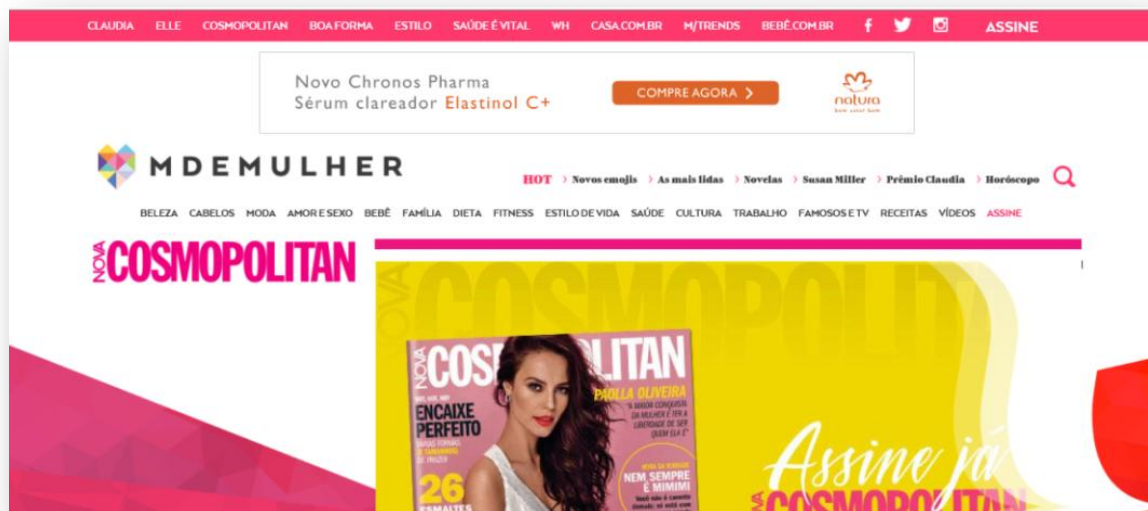
Nesse contexto, não é somente o gênero notícia que sofre hibridização, mas também a forma de veiculá-las, devido ao advento da internet. Esta tem o potencial de, nos termos do jornalismo, convergência; isto é, de unir várias mídias em uma mesma plataforma, hibridizando-as. Podemos, por exemplo, atualmente, através de um smartphone, entrar nas redes sociais, ler grandes notícias em diversos jornais, ouvir rádio, falar com amigos, participar de um programa de infotimento enviando uma pergunta ou uma foto (JENKINS, 2006). Outra característica da convergência<sup>18</sup>, conforme Santos (et al, 2014), é a utilização da metalinguagem jornalística e a união de diversos elementos para falar de um mesmo assunto, como usar notícias de telenovelas para levantar discussões sobre saúde, cultura, política. Segundo os autores supramencionados, isso ocorre com mais frequência em televisões e rede sociais que possuem recursos audiovisuais e interativos.

---

<sup>18</sup> O que chamamos de convergência na linguagem jornalística, na Linguística Textual é chamado de intertextualidade e na Antropologia Linguística de Entextualização ao lado de Transcontextos.

Sabendo dessas informações, a revista Cosmopolitan pode ser considerada uma publicação que trabalha com infotimento e apresenta características de convergência midiática. Não obstante, ela possui site e contas nas redes sociais facebook, twitter e instagram. Como é possível visualizar abaixo:

Figura 1- Site de Cosmopolitan Brasil



Fonte: Site de Cosmopolitan Brasil

Figura 2 – Facebook de Cosmopolitan Brasil



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 3 – Twitter de Cosmopolitan Brasil



Fonte: Twitter de Cosmopolitan Brasil

Figura 4 – Instagram de Cosmopolitan Brasil



Fonte: Instagram de Cosmopolitan Brasil

É possível observar, na barra cor-de-rosa da figura 1, que o site de Cosmopolitan está unido às revistas femininas de renome da editora Abril, como Claudia, Elle, Boa Forma, Estilo, Saúde é Vital, Women's Health (WH) e aos sites Casa.com.br, Bebê.com.br, bem como ao M trends, todos ligados ao Portal M de Mulher; ou seja, temos em uma mesma plataforma várias revistas online, cujas temáticas se complementam e se misturam. O mesmo acontece na rede social facebook, onde Cosmopolitan Brasil posta informações publicadas em

outras revistas. No twitter, as postagens mais recorrentes são da própria Cosmopolitan, mas nele surgem alguns links que direcionam a postagem para o portal que hospeda Cosmopolitan Brasil.

Ademais, Jenkins (2006) afirma que as diversas redes sociais contribuíram para que fosse possível a participação cada vez mais ativa do público na produção das notícias e das matérias que circulam na internet; ou seja, com as novas mídias, o público pode participar cada vez mais ativamente da produção da revista Cosmopolitan Brasil, imprimindo suas necessidades nas publicações. Assim, várias vozes se misturam e se hibridizam na construção do que seria uma Cosmo girl<sup>19</sup>, em Cosmopolitan Brasil, pois as redes sociais contribuíram para que diversas culturas e comportamentos passassem a estar interligados.

A partir das informações expostas acima podemos inferir que o avanço do uso de tecnologias em diversas áreas da sociedade contribuiu para uma mudança no modo de vida das pessoas. Tal mudança, marcada pela utilização de computadores e celulares com aplicativo e ferramentas que, com o auxílio da internet facilitam a comunicação e a aproximação de pessoas de diversos lugares do mundo, abrangeu muitos níveis sociais. Com isso, a comunicação em rede e em tempo real fez com que a idéia de distância não fosse problema para a realização da comunicação, o que propiciou uma dependência pelo estar conectado. Essa dependência intensificou-se a partir da criação das redes sociais, que podem ser definidas como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laço social)” (Wassermann e Faust 1994; Degenne e Fosse, 1999 apud Recuero, 2009 apud Thalheimer et al, 2014) ou como “aplicações que suportam um espaço comum de interesses, necessidades e metas semelhantes para a colaboração, a partilha de conhecimento, a interação e a comunicação” (Pettenati et al., 2006, Brandtzaeg et al., 2007 apud Thalheimer et al. 2014). Nesta perspectiva, Thalheimer (2014) propõe que uma rede social pode ser definida como “um espaço de interação de idéias arquivos, informações e dados entre pessoas que estão virtualmente conectadas e que podem estar a milhares de distância uma das outras.”

Essas ferramentas têm mudado a vida das pessoas. As mais conhecidas atualmente são: Orkut<sup>20</sup>, Fotolog, Flickr, Myspace, Youtube, Facebook, Twitter e Instagram. Inicialmente, os objetos de estudo dessa pesquisa eram Facebook, Twitter e Instagram. Após

---

<sup>19</sup> Termo utilizado pela revista para se referir às mulheres leitoras de Cosmopolitan.

<sup>20</sup> O Orkut, apesar de seu amplo reconhecimento, é uma rede social que está praticamente em desuso.

observação das três redes sociais, pudemos perceber que as três apresentam as mesmas matérias e poucos comentários das leitoras. É possível notar, então, que a rede social em que podemos ter mais acesso aos comentários que sinalizam a recepção dos textos é a rede social Facebook, a qual nos deteremos a lançar um olhar mais apurado às relações (con) textuais que se dão performativamente. Sobre as demais redes sociais, é possível afirmar que elas, por repostarem ou compartilharem as mesmas matérias de *Cosmopolitan* descontextualizam-contextualizam- entextualizam<sup>21</sup> em um nível mais basilar e ainda muito similar ao que ocorre com as postagens no Facebook. Portanto, na sequência serão explanadas informações acerca do Facebook e do site, enquanto objeto de estudo dessa pesquisa.

#### 2.4 FACEBOOK: FLUXOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS

O facebook foi criado por quatro estudiosos da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, em fevereiro do ano de 2004. No início, a rede foi chamada de The Facebook e destinada aos acadêmicos da própria Universidade. Assim que começou a funcionar, em apenas 2 horas, obteve 22 mil acessos. Desde esse dia, o Facebook não parou mais de crescer. Os criadores viram o sucesso que obtiveram dentro da Universidade de Harvard e começaram a expandir a rede para outras universidades. Nesse contexto, o objetivo inicial que era o de utilizar a rede para aproximar os acadêmicos e trocar informações sobre o conteúdo da universidade se difundia. Por isso, o Facebook passava de uma rede social para uma grande companhia.

Atualmente, o Facebook é a maior rede social do mundo e conta com mais de 900 milhões de usuários, segundo Thalheimer (2014). Esses mesmos usuários gastam cerca de 700 bilhões de minutos por mês nesta página, o que contribui para o crescimento médio mensal de 10% dessa rede social. Além disso, ele é uma das redes sociais mais acessadas por dispositivos móveis, porque possui mais de 250 milhões de acessos regulares de celulares, smartphones e tablets. No ranking Alexa Internet, serviço da internet que mede quantos usuários visitaram um site, o Facebook está entre os dez sites mais acessados do mundo. Além disso, tal plataforma aparece como 1º colocada entre os sites mais acessados no mundo através da busca no Google.

Hoje, o foco dessa rede social, que de início era compartilhar informações acadêmicas, é o entretenimento. Grande parte dos usuários utiliza essa rede social para conversar com outros usuários, compartilhar idéias, informações, arquivos pessoais, fazer publicidade,

---

<sup>21</sup> Falaremos mais sobre esse processo no capítulo referente aos pressupostos teóricos.

encontrar amigos, jogar, entre outras ações, o que permite descobrir as informações mais importantes de uma pessoa no Facebook. Para isso, basta ter o seu endereço de perfil onde estarão disponíveis gostos, preferências, círculos de amigos e, na maioria das vezes, até mesmo sua rotina. Por isso, o foco de estudo desse trabalho está na utilização dessa ferramenta como subsídio para construção performativa de gêneros a partir da página comercial de Cosmopolitan Brasil. A página possui como ferramentas a postagem, em que é possível postar diversas matérias da revista acompanhadas de imagens relacionadas ao texto, isto é, ao texto verbal, ao texto imagético ou ao texto imagético-verbal<sup>22</sup> (MACEDO, 2004), além de animações ou gifs<sup>23</sup>; a curtida, em que leitores e leitoras podem manifestar que gostaram da postagem ou simplesmente sinalizar que a visualizaram, curtindo-a; o comentário, onde, por meio do texto escrito, imagético, imagético-verbal ou gifs, os usuários podem expressar suas opiniões acerca do que foi postado, pois só há possibilidade de comentário após uma postagem que pode ser desde uma foto do perfil a uma mensagem compartilhada; e o compartilhamento, que se trata de uma repetição de uma mensagem, já postada por um usuário, a qual chama a atenção de outro o usuário que a reposta, compartilhando-a, contribuindo, assim, para o aumento no número de visualizações de uma mensagem. No compartilhamento, há a possibilidade de inserir uma legenda ou um comentário a mais acerca da mensagem compartilhada.

Ao acompanhar os fluxos, é possível perceber a ordem que segue a veiculação de matérias da revista, sem incluir a versão impressa, que é: Site > Facebook > Twitter >Pinterest> Instagram, de modo que não há hierarquia entre as três redes sociais, mas o site vem em primeiro lugar. Usamos, então, nesta pesquisa, o site como suporte que propaga as informações para as redes sociais e observamos como se darão as distribuições das matérias na rede social Facebook.

Nesse ínterim, não é de qualquer forma que lançaremos um olhar sobre as linguagens que compõem a rede social Facebook. Para isso, nos basearemos em estudiosos e estudiosas que acreditam no poder de construção da linguagem por meio de seu caráter repetível e iterável.

---

<sup>22</sup> No próximo capítulo, serão explicitados os conceitos de texto verbal, texto imagético e texto imagético-verbal.

<sup>23</sup> Gifs é como se nomeia as curtas animações que podem estar presentes em sites ou em redes sociais, como o facebook.

### **3. NOVA PRAGMÁTICA ENTEXTUALIZADA E TRANSCONTEXTUALIZADA: UM CONSTRUTO TEÓRICO PRAGMÁTICO**

#### **3.1 DUAS POSTURAS SOBRE LINGUAGEM**

A Pragmática, para muitos estudiosos, é a disciplina responsável por resolver os problemas de linguagem, quando a lógica não consegue solucioná-los. Segundo eles, ela seria, então, uma área em que se estuda aquilo que “sobra”, o que “resta” da significação<sup>24</sup>. Isso a caracterizaria, portanto, como subárea da Linguística. No entanto, atualmente, tal vertente vem ganhando destaque e o interesse por ela vem crescendo consideravelmente, o que justifica a grande quantidade de pesquisas que utilizam a Nova Pragmática<sup>25</sup> envolvendo assuntos cada vez mais relevantes, não somente para ficarem presos na academia, mas para intervirem no mundo a partir de reflexões sobre a vida em sociedade, a fim de tornar mais harmônica as relações humanas e de proporcionar um pensamento que integre as subjetividades e suas devidas singularidades. Essa nova orientação constitui em uma reviravolta, na pesquisa pragmática, “implícita na transição de um componente “da” lingüística para uma perspectiva “de/sobre” lingüística.” (Rajagopalan, 2010, p. 40).

Entretanto, não foi fácil desfazer a impressão de que a Pragmática seria uma disciplina inferior frente a outras mais sérias, como a Semântica e a Sintaxe. Há quem diga que, por não possuir o rigor da lógica e da matemática, a Pragmática não pode ser considerada uma área de estudos em Linguagem. Há quem diga, por outro lado, que a Pragmática merece ser radicalizada ao extremo, a fim de alcançar o máximo da/a dimensão social da comunicação a partir da perspectiva clássica de que importa, primeiramente, a intenção dos falantes. Então, o que temos são duas posturas epistemológicas distintas entre si, que enxergam a linguagem a partir de diferenças consideráveis.

A primeira postura está pautada em um pensamento cartesiano que propõe uma visão de linguagem constativa das coisas do mundo; isto é, nessa perspectiva, a linguagem seria capaz de, por meio de sentenças, proferir informações que, para serem caracterizadas verdadeiras ou falsas, deveriam ser examinadas a partir de suas correspondências com o mundo. Se eu profiro a sentença “a revista está sobre a mesa”, ela pode ser classificada como verdadeira se e somente se uma revista estiver realmente sobre uma mesa em algum lugar

---

<sup>24</sup> Na tríade de Morris (1938), a Sintaxe seria responsável pelas relações formais entre os termos, a Semântica por estudar a correspondência entre os signos e seus referentes no mundo e a Pragmática por investigar a relação dos signos com os seus intérpretes.

<sup>25</sup> Destaque para a obra Nova Pragmática: modos de fazer, a qual é uma coletânea de artigos de autores que trabalham com uma perspectiva mais crítica e interventora de linguagem.

específico do mundo. Caso ela esteja sobre uma cadeira, a sentença já pode ser declarada como falsa<sup>26</sup>. Vejamos o exemplo abaixo extraído do livro *Nova Pragmática: modos de fazer* (pág. 20):

- 1) Está quente nesta sala.

Para um semanticista, por exemplo, o que interessaria seriam as condições de mundo que estabeleceriam a sentença como verdadeira ou falsa. A sentença seria verdadeira se e somente se houvesse uma sala, em algum lugar do mundo, onde a temperatura estivesse elevada. Do contrário, ela seria uma sentença falsa.

A segunda postura está pautada numa perspectiva pragmática tradicional, que busca entender a significação pela perspectiva do falante. Um pragmaticista convencional analisaria o exemplo (1) buscando compreender que tipo de intenção teria o falante ao dizer essa sentença e, pela maneira como disse, ter permitido que fosse entendido “x”, por exemplo<sup>27</sup>. Tal postura leva o analista a pensar: 1) na possível situação de comunicação que levou o falante a proferi-la<sup>28</sup> e 2) na possível interpretação que ela pode desencadear. Conforme analisam Silva, Ferreira e Alencar (2014), a sentença “está quente nesta sala” pode ter sido lançada por um professor numa sala de aula, em que o ar-condicionado estava desligado. Então, um aluno que estava próximo ao aparelho se levanta e liga o ar-

---

<sup>26</sup> Austin, em *Quando dizer é fazer* (1990), tradução do original *How to do things with words*, lança um exemplo parecido ao se utilizar da sentença “O gato está sobre o capacho”. Todavia, o referido autor analisa essa sentença baseado na seguinte dualidade teórica que marca a primeira fase de sua teoria: atos constativos x atos performativos. Os atos constativos são aqueles que constatarem coisas no mundo, e os performativos são aqueles que modificam, que realizam ações no mundo. As sentenças constativas são, portanto, classificadas como verdadeiras ou falsas e as performativas como felizes ou infelizes. Estas últimas dependem da intenção do falante. Se o falante conseguisse realizar o que desejava por meio de uma sentença performativa, ela seria classificada como feliz; se o efeito da sentença fosse o contrário ou diferente daquilo que o falante gostaria de ter realizado, ela seria classificada como infeliz.

<sup>27</sup> Conforme a primeira fase do pensamento austiniano, o primeiro enunciado poderia ser constativo, pois o que podemos estabelecer a ele é um valor-verdade. Respeitando esse primeiro postulado austiniano, parece que esse enunciado em nada modifica o mundo. Um caso de sentença performativa é aquela em que a situação pede o proferimento de um ato que muda uma circunstância, como “eu vos declaro marido e mulher. Sendo performativa, busca-se entender se a sentença é feliz; isto é, se ela foi capaz de modificar uma situação, ou se ela é infeliz, caso ela não tenha conseguido modificar uma situação. Se proferida por um padre em um casamento religioso, o casamento é considerado encerrado e agora temos marido e mulher. Perante a igreja não estaremos mais diante de noivos, mas de casados. Todavia, Austin muda essa forma de conceber as sentenças e percebe que não há diferenças entre enunciados quanto a performance; ou seja, não há a dualidade performativo x constativo, pois todo ato, ao proferido, muda uma circunstância. Um dizer, portanto, é sempre performativo e tem três dimensões: a locução (um ato de dizer), a ilocução (a realização de um ato ao dizer algo) e a perlocução (os efeitos, as conseqüências nos ouvintes ou em quem está falando).

<sup>28</sup> Esse elemento contextual é importante ainda que em uma perspectiva pragmática tradicional ele não tenha sido radicalizado ao extremo e se assemelhado muito, mas em proporções menores, ao que era tido como extralingüístico segundo postulado por Noam Chomsky e seu enfoque na lingüística individual.



condicionado. O pragmaticista tradicional tem o trabalho de explicar que o professor não pediu para que ligassem o ar-condicionado, mas que, segundo os termos de *Grice*, ele ofereceu alguma terminologia lingüística de sua intenção, o que implicou em uma reação “y” (ligar o ar-condicionado). Assim, o aluno entendeu “a” e reconheceu “b”, agindo em conformidade com a inferência. É possível salientar, ainda, que, nessa postura pragmática mais clássica, a proposição apresenta dois significados: 1) o significado da sentença e 2) o significado do falante. O significado da sentença seria o sentido das expressões lingüísticas e a sua referência no mundo, enquanto que o significado do falante corresponderia à inferência que o ouvinte realiza a partir das poucas evidências lingüísticas que o falante oferece. Para estabelecer o significado da sentença, é preciso recorrer a uma certa literalidade que alcança a noção de significado do falante. No exemplo mencionado acima (“esta sala é quente”), para que se configure o significado da sentença, é preciso perceber o sentido da expressão lingüística mais o seu significado no mundo, o que pressupõe essa certa literalidade, que advém do significado do falante. Tal significado, segundo *Grice*, não opera em um nível individual ou aleatório, mas opera em quatro máximas conversacionais, que são, ainda segundo *Silva, Ferreira e Alencar (2014)*:

- 1- Seja tão informativo quanto for requerido (máxima da quantidade),
- 2- Seja verdadeiro (máxima da qualidade),
- 3- Seja relevante (máxima da relação),
- 4- Seja claro, breve, ordenado, não ambíguo e não obscuro (máxima do modo).

Essas máximas, conforme *Grice (1982, p. 86)*, foram tomadas emprestadas por *Kant* e compõem o princípio racional da ação humana, que é o princípio Cooperativo. Tal princípio se baseia em fazer a contribuição conversacional conforme ela for requerida, no momento em que ocorre, pelo propósito aceito ou pela direção da troca conversacional em que se esteja envolvido. Violar essas máximas seria o mecanismo que conduziria a inferências ou implicaturas. Os referidos autores salientam que esse princípio supõe “uma noção contratual de ação humana, que guiaria todo e qualquer ato lingüístico e possivelmente não-lingüístico”. (p. 22) Esses mesmos autores, *Silva, Ferreira e Alencar (2014)*, afirmam que adotar o princípio cooperativo griceano é acreditar que a comunicação pragmática é a comunicação de significados individuais-intencionais do falante e o reconhecimento de intenções e de inferências do ouvinte.

Das duas posturas que foram expostas acima, baseamo-nos na postura pragmática com o objetivo de radicalizá-la; ou seja, diferentemente de uma postura cartesiana ou de uma postura pragmática baseada na intenção do falante, os adeptos da Nova Pragmática insurgem-se contra o quadro desenhado pela teoria cartesiana e pela intenção individual.

A Nova Pragmática, então, seria a fase da Pragmática que conseguiu se desamarrar da camisa de força formal; isto é, seria a perspectiva que foi capaz de se desvencilhar de postulados teóricos que poderiam impedir os pesquisadores de encarar a linguagem com todas as complexidades que ela apresenta no uso, sem menosprezá-las em nome de uma teoria. Além disso, ela também demarca uma crítica ao pensamento austiniano via Searle. Essa crítica será melhor desmembrada no subtópico seguinte.

### 3.2 A NOVA PRAGMÁTICA

O adjetivo “nova” acompanhando o substantivo “Pragmática” está aí para demarcar: uma nova forma de encarar a Pragmática baseada em uma crítica de Rajagopalan à visão searleana sobre a teoria dos atos de fala de J. L. Austin. Essa crítica, presente no livro *A Nova Pragmática*, se sustenta na argumentação de Rajagopalan de que Searle, discípulo de Austin, se apropriou da teoria austiniana para suprir suas necessidades de pesquisa, amarrando-as em teorias muito próximas de um pensamento mais formalista de linguagem, quando, segundo Rajagopalan, Austin estaria propondo uma nova forma de utilização da linguagem como objeto científico mais amplo, que não se prenderia a regras ou categorias lingüísticas.

Após a morte de Austin, o filósofo Searle, conhecido como “herdeiro intelectual de Austin e seu intérprete autorizado” fez uma releitura dos postulados austinianos. (RAJAGOPALAN, 2010). Derrida, filósofo francês, questionou essa releitura já aceita na academia e vista como uma versão mais organizada dos pensamentos originais de Austin. Ele argumentou que os maiores sucessos do estudioso de Oxford estavam em seus fracassos, em suas reconsiderações, marcadas por forte humor, o que deixava claro que ficava difícil submeter a língua a sistematizações e catalogações inquebráveis. Diferentemente da versão de Searle, que pareceu formular “um arcabouço teórico de aplicações imediatas” (Ibidem) para estudar atos de fala individuais, Austin, segundo Derrida (apud RAJAGOPALAN, 2010), parecia estar mais preocupado em mostrar que as questões éticas e políticas são inerentes a linguagem.

Portanto, a Nova Pragmática não recebe tal nome em vão. Ela é assim chamada para demarcar que a leitura de Searle sobre Austin estava bem equivocada, enviesada, apresentando, assim, grandes diferenças entre a releitura searliana e a teoria austiniana. Diferenças essa que, conforme Rajagopalan (2010), são análogas às que levaram Richard Rorty a nomear seu novo modo de encarar o pragmatismo com o prefixo “neo” em oposição à tradição inaugurada por Peirce. Rajagopalan, em sua leitura sobre Austin, acredita que este utilizava uma linguagem coloquial de forma proposital e proporcional a sua desconfiança de que o modo como se aborda um objeto de estudo está na forma como nos relacionamos com ele, como o construímos linguisticamente. Ao utilizar tal linguagem, levantando a bandeira do coloquialismo, Austin defende que a linguagem ordinária também pode ser objeto de estudos filosófico-linguísticos.

Assim, a Nova Pragmática (Rajagopalan, 2010) configura-se como uma busca por estudos em linguagem que não considerem somente o núcleo duro da língua e recorram como auxílio complementar às áreas que competem aos estudos sócio-históricos e culturais, mas direciona um estudo em (na) linguagem que leve em consideração os aspectos sociais, históricos e culturais como inerentes a ela. A Nova Pragmática está para além de uma língua autônoma, imanente, que se estrutura em (e dá continuidade a) dicotomias ou binarismos opondo-se a uma lingüística externalista, capaz de acomodar os aspectos sócio-históricos e culturais na periferia, no “lugar das sobras”; característica esta que relembra a Pragmática da lata do lixo, como bem salienta Bar-Hillel em seu artigo “Out of the pragmatic wastebasket” (Para fora da lata de lixo pragmática) publicado na revista *Linguistic Inquiry*, em 1971. O referido autor acredita que uma explicação pragmática é suficiente para as análises lingüísticas, o que evitaria o enquadre em uma análise mais estruturalista ou formalista de enunciados ou de discursos, a qual buscaria na lata de lixo pragmática a resposta para aquilo que a lógica não conseguiria alcançar. Rajagopalan (1987), por sua vez, em um debate com Rodolfo Ilari (1987) sobre interpretação das construções simétricas em língua natural propõe que a solução para os problemas de significação não envolvam somente os termos da lógica, mas a dimensão social dos problemas.

Bar-Hillel (1971) e Rajagopalan (1987), em momentos diferentes, apostam nessa postura mais política, intervencionista, emancipatória, crítica e transdisciplinar de estudos em linguagem. Tal posicionamento é fruto de uma crise na forma de perceber o fazer científico, pois algumas convenções centrais nas ciências positivistas vêm sendo postas em xeque, desde o início do século XX. (SANTOS, 2010). Para Santos (2010), os questionamentos, que se

intensificaram após a Teoria da Relatividade e o Princípio de Heisenberg, fragilizaram as firmezas das ciências exatas e naturais de forma que não se tinha mais certeza sobre o que estava sendo dito acerca de fatos, aproximando tais perspectivas das ciências inferiores, as ciências humanas. Pensar por essa perspectiva é crer que as ciências se entrelaçam, quebrando as barreiras que as separariam enquanto ciências naturais ou exatas a ponto de se pensar em múltiplas ciências atuando concomitantemente sobre um ou sobre vários objetos de estudo. Nessa linha de raciocínio, tem-se a construção de um objeto de estudo no mundo, no uso, e não a sua retirada do mundo para análise ou investigação dentro da academia.

Rajagopalan faz, ainda, uma crítica ao pensamento cartesiano de que as leis da Geometria ou da Lógica podem ser utilizadas para justificar as questões sobre a vida, que é regida por irregularidades, conflitos e acasos. Segundo Vico, isso seria “enlouquecer com as leis da Razão”. Assim, um conhecimento embasado na formulação de leis tem como pressuposto a ideia de estabilidade humana, de ordem e de que o passado pode se repetir no futuro, conforme salienta Boaventura dos Santos. O problema é que essa postura conceitual reverbera nas ciências e, por conseguinte, na forma de percebermos os fatos e o mundo. Daí podermos dizer que Descartes e outros teóricos, como Newton, por exemplo, que, nos termos de Wittgenstein, apresentam certa “semelhança familiar” nessa forma logicista de pensar, estabelecem uma linha de raciocínio que ocorre de dentro para fora; isto é, das idéias para o mundo e não do mundo para as idéias, como estabeleceria esse olhar pragmaticista sobre os múltiplos eventos comunicativos.

A conseqüência de se pensar a linguagem em uso é compreender que construtos como significado, intenção e contexto são entidades teóricas que o pragmaticista irá descobrir ou verificar na interação; isto é, eles não são estabelecidos *a priori*, mas se dão na interação humana, no evento comunicativo. Nesse ínterim, o significado emerge do relacionamento entre língua e contexto; dessa forma, ele não está codificado na língua de modo estanque. A intenção passa a ser vista como um fenômeno estendido, escalar, gradual, pois, muitas vezes nós temos intenção do que vamos dizer ou fazer, mas em vários outros momentos, a intenção é definida *a posteriori*, negociada pelos participantes em eventos comunicativos ou reinterpretados.

Nesse processo interativo, agem juntos os interectantes, o enunciado, o campo, o tempo e o espaço. Como bem salienta Mey (2014), a situação de comunicação não deve ser vista como algo dado de antemão, mas como um processo interacional em contínua mudança,

no qual os interactantes participam em igualdade de um processo de construção dos sentidos, de coconstrução da interpretação da situação e dos enunciados que ocorrem (cf. Mey, 2001, p. 221). O resultado das atividades interacionais depende crucialmente do modo como a interação é conduzida no tempo e no espaço. Mey sugere encarar a interação como um evento dominado pela *seqüencialidade* do contexto espaço-temporal, a fim de indexar nossa consciência das possibilidades espaciais e das condições temporais que circundam o espaço em qualquer troca. Por isso, os discursos são, nos termos de Bakhtin (2006), dialógicos e ininterruptos.

Nesse sentido, as condições espaciais, dentro dos estudos da Nova Pragmática, determinam que o uso da linguagem ocorre de fora para dentro, pois o foco está no ambiente, de forma que falante e ouvinte não agem sozinhos na situação de comunicação, uma vez que a ecologia inteira é convocada a acompanhar, suportar o que pode ser dito na situação e o que está sendo dito de fato. Além disso, ela focaliza quem está presente na interação, quais são as suas possibilidades, quais são as condições sociais e as outras condições do local e assim por diante. As condições temporais da “corporificação” (embodiment) indicam o processo temporal pelo qual passam os enunciados até serem legitimados ou ganharem validade plena. Isso se deve ao fato de que todo enunciado é, historicamente, submetido a mudanças significativas de forma e conteúdo. Eles são desempenhados diferentemente e valorizados de acordo com a progressão do tempo.

É importante salientar a dimensão pragmática do tempo e do espaço porque ambos constituem e são constituídas pela construção dos enunciados. No entanto, é preciso considerar que esses elementos que circundam os enunciados e que são circundados por eles não são os únicos responsáveis pela construção de significados no processo comunicativo, pois a perspectiva de compreensão da linguagem ou a atribuição de sentidos nela e por meio dela envolve o continuum, que informam, por exemplo, as formas de interação do participantes. Isso explica porque a intenção do falante não é o único critério que julga a formação enunciativa, já que, em se tratando de uma perspectiva que põe em evidência o uso lingüístico, outros elementos também ganham a função de protagonistas na interação, pois, assim como falante e receptor participam do processo de enunciação, uma gama de elementos discursivos também são indispensáveis para se pensar em uma performance discursiva. Esse apanhado das construções teóricas que constituem o processo comunicativo ilustram o novo quadro em que se insurge a noção de texto, bem como os caminhos que ele trilhou para carregar o conceito pragmático mais atual.

### 3.3. TEXTOS EM FLUXO

Parece ser mais confortável compreender os textos como propriedades estáticas que representam fidedignamente um real possível de alcance no mundo. Pensar assim é manter a tradição cartesiana, dando um lugar privilegiado à razão em detrimento das demais faculdades humanas. No entanto, acredito que seja mais viável compreender que os textos, como bem salientam Silva, Ferreira e Alencar “estão em estágios de mudança contínua”<sup>29</sup>, os quais se fixam temporariamente em formas sonoras, impressas ou multimodais, até viajarem para outros lugares e ganharem novas feições”. As viagens, as transposições ou os deslocamentos é que atribuem aos signos<sup>30</sup> e aos significados o caráter de mutação. Mutações essas que ocorrem antes, durante e depois da interação, de modo que todos os elementos do processo interativo sofrem também mudanças de uma maneira natural e conflitiva, na *práxis*, no uso. Dessa forma, tem-se uma cadeia ininterrupta de sentidos sendo (re)configurada(os) ao menor índice de evento comunicativo. Então, para entendermos esse movimento dos textos, que os fazem serem reciclados e/ou manterem/modificarem as cadeias discursivas, é preciso compreender os conceitos de texto.

O texto é um fenômeno que faz parte do nosso dia a dia, sendo parte constituinte de nossas vidas. Entretanto, não há uma única definição teórica concomitante a todos os domínios teóricos que o abordam, o que o faz ser um conceito controverso e mote de disputas teóricas. Conforme assinala Hanks ([1989] 2008: 118), no âmbito das ciências humanas, é possível encará-lo como uma espécie de domínio público de pesquisa. Devido a sua natureza multimodal e multifacetada, o fenômeno textual não admite “verdades” teóricas ou políticas, que frequentemente insistem em lhe estabelecer. Desse modo, aproximamo-nos do preceito saussuriano de que é o ponto de vista que constrói o objeto (Saussure [1916] 2000: 15). Ademais, da mesma forma, trabalhar com o texto é uma tarefa que constitui esforço interdisciplinar para a integração de aspectos de produção, compreensão e efeito de sentidos a partir dos textos.

Nesse contexto, tomaremos como base para a reflexão de texto nos termos da Nova Pragmática o postulado dialógico bakhtiniano (2011) de que um texto (enunciado) não pode ser avaliado ou compreendido sem o auxílio de outros textos, fazendo, assim, parte de outros fenômenos textuais que lhes dão origem, com os quais dialoga, retoma, faz alusão ou

---

<sup>29</sup> Essa maneira de pensar aproxima-se de uma postura mais pragmaticista, que contempla a *práxis* ou a prática comunicativa como espaço onde a pesquisa pode se realizar.

<sup>30</sup> A noção de signo que norteiam a concepção de texto nesta pesquisa é a bakhtiniana.

se opõe. Como, para a Nova Pragmática, os significados se dão no uso, na práxis, a concepção de texto que norteia esta pesquisa, além de entrelaçada com o dialogismo bakhtiniano, está na idéia de que o texto constrói o uso, na comunicação, bem como é construído por ele, nela. Entretanto, o conceito de texto já passou por diversas transformações no campo da lingüística, conforme as perspectivas adotadas em cada momento.

Em um primeiro momento, mais precisamente na segunda metade dos anos 60, segundo Koch, Bentes e Cavalcante (2007), o texto foi visto por muitos pesquisadores como uma entidade abstrata, a mais alta unidade do sistema lingüístico, cujos elementos e regras combinatórias eram determinados pela Linguística Textual. Nesse período, ganharam grande notoriedade os mecanismos de coesão textual; isto é, os recursos da língua que estabelecem, entre os elementos constituintes de uma superfície textual, relações sintático-semânticas, que garantem a continuidade de sentido. Dessa forma, não se fazia distinção clara entre coesão e coerência, termos muitas vezes usados como equivalentes.

Em um segundo momento, na segunda metade da década de 70, ocorreu o que se chamou de “virada pragmática”, alterando-se e dando maiores dimensões ao conceito primitivo de texto, devido a influências de teorias de ordem enunciativa, como a Teoria da Atividade Verbal, a Teoria dos Atos de Fala e a Teoria da Enunciação. O objeto de estudo, então, passa a ser o “texto-em-funções” (SCHMIDT, 1978, apud KOCH, BENTES E CAVALCANTE, 2007), em que sua constituição é determinada por fatores de natureza pragmática, como intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade, intertextualidade, ao lado da coesão e da coerência, cujos limites, agora, são traçados de forma mais precisa (cf. Beaugrande e Dressler, 1981; Van Dijk, 1978; 1981; Charolles, 1983).

Já nos anos 80 o objeto textual foi ampliado grandemente, pois foram incorporados, nas pesquisas em Linguística Textual (LT), os mecanismos, processos e estratégias de ordem cognitiva responsáveis pelo processamento do texto e pela construção de sentidos. Então, a LT, que já era responsável pelo estudo das operações lingüísticas e cognitivas reguladoras e controladoras da produção, construção, funcionamento e recepção de textos escritos ou orais, abrangendo a coesão superficial ao nível dos constituintes lingüísticos, a coerência conceitual ao nível semântico e cognitivo e o sistema de pressuposições e implicações ao nível pragmático da produção de sentido no plano das ações e intenções, passa a tratar o texto como “um ato de comunicação unificado num complexo universo de ações humanas” (MARCUSCHI, 1983). Nesse ínterim, coesão e coerência não

podem mais ser vistas como unidades independentes, mas como um contínuo, uma vez que na construção de ambas operam processos de ordem cognitiva. Apesar disso, existem alguns fenômenos mais específicos de coesão, como as anáforas indiretas correferenciais, e outros mais típicos da coerência, como a intertextualidade, que constituem a complexidade das inferências do processamento.

Nos anos 90, ocorre outra reviravolta quando são adotados os postulados do sociocognitivismo e do interacionismo bakhtiniano, de modo que o texto passa a ser visto como: lugar onde se constituem e interagem os sujeitos sociais; evento em que convergem ações lingüísticas, cognitivas e sociais; ações por meio das quais se constroem os objetos-de-discurso e as múltiplas propostas de sentidos, com função de escolhas operadas pelos co-enunciadores entre as inúmeras possibilidades de organização que a língua dispõe; construto histórico e social complexo e multifacetado (KOCH, 2002). A esse conjunto de significações sobre o fenômeno textual é possível agregar o texto imagético e o imagético-verbal como pertencentes a ele, uma vez que as imagens são “produções gráficas socializadas por meio de suportes impressos” (GOMES, 2004)<sup>31</sup> e virtuais que fazem, muitas vezes, parte da interação, dos processos comunicativos, construindo os eventos comunicativos e sendo construídas por eles. Para entendermos a inserção do conceito de texto imagético e do imagético-verbal como pertencente à categoria textual mais ampla, é preciso traçar uma discussão sobre linguagem verbal e não-verbal.

É sabido que a linguagem verbal, que tem por base a palavra oral ou escrita, durante muito tempo foi vista como a principal forma de comunicação humana. Por isso, foram desenvolvidos muitos estudos sobre a linguagem verbal em diversas áreas. Foi dada tanta importância à palavra nos processos de comunicação que a linguagem verbal tem papel de destaque em relações às outras, servindo como referência maior inclusive no processo de nomeação das variadas formas de linguagem (GOMES, 2004). Em contrapartida, a imagem tem sido objeto de estudo de vários ramos da Ciência que dão a devida complexidade que elas devem ter ao serem colocados como objetos de estudo científico. Desse modo, cresce cada vez mais a preocupação com o tema, pois a linguagem imagética ocupa, em nossa sociedade contemporânea, um espaço significativo, principalmente nos meios midiáticos. Ademais, certas especificidades dessa forma de linguagem agregam ao texto imagético uma plurissignificação, tornando-o de difícil substituição pelo texto verbal. Maffesoli (1985 apud

---

<sup>31</sup> O autor salienta que a nomenclatura texto imagético-verbal engloba o texto audiovisual, mas, assim como ele, nessa pesquisa nos deteremos a falar somente sobre as imagens gráficas.



GOMES, 2004) ressalta que, com isso, a imagem, o simbólico, o imaginário, voltam à cena representando um papel em primeiro plano e ganhando relevância na vida social.

A imagem como signo linguístico é considerada uma representação socialmente partilhada que se presta a muitas finalidades, como transmitir mensagens e informações. Além disso, ela constrói uma rede de significados sub-reptícios que permeia e afeta o movimento dinâmico da sociedade. A tradução verbal não é capaz de abarcar todos os sentidos de uma imagem, pois esta cria o próprio espaço do dizer, fazendo transgressões e transmutações, forjando sentidos, de forma que o verbal apenas se aproxima do texto imagético e não pode traduzi-lo em sua completude, ainda que eles coexistam pacificamente e se complementem. Tais singularidades da linguagem imagética fazem dela uma forma de comunicação eficiente em certas situações em que se pretende criticar, induzir, conduzir, promover, etc. É nesse sentido que ela pode ser um instrumento perigoso porque através dela é possível conduzir a muitas atitudes e entendimentos. Nesse contexto, atua a grande mídia, quando deseja montar, estruturar ou forjar sentidos.

Nos processos de comunicação, diversas imagens são construídas como representações que dependem da identidade e do sentimento de pertencimento dos sujeitos envolvendo aspectos cognitivos, culturais e afetivos, imbricados às experiências pessoais e sociais, que se configuram como resultado das relações do eu com o outro e com o ambiente. São realidades lingüísticas indexadas e, portanto, indissociáveis dos processos culturais e comunicativos. Nesse sentido, Maffesoli (1995 apud GOMES, 2004) propõe a imagem como elemento que possui valor religante na sociedade. Ele considera como existentes as imagens mentais, as concretas ou mesmo uma idéia em torno da qual comungam as pessoas, mas que se partilham com as outras. É válido ressaltar que as imagens mentais podem ganhar materialidade e se transformarem em imagens físicas, mas há, entre elas, um certo distanciamento, pois, apesar das suas relações de proximidade e contingência, as realidades do plano mental não podem ganhar materialidade correlata. No entanto, nas imagens concretas há vestígios ou registros subjetivos de um acontecimento concreto ou abstrato que teve existência no passado, remoto ou imediato.

Dessa relação entre o verbal e o imagético nasce o fenômeno do múltiplo dizer, o texto imagético-verbal, em que ambas as formas de linguagem são afetadas, pois um texto verbal que se apresenta em uma imagem ou em um quadro imagético não é o mesmo fora desse ambiente. Como já foi dito, uma imagem assume uma função que é incapaz de ser

explicitada ou contextualizada pelo verbal, assim como uma palavra não seria abarcada em sua completude pelo imagético. É desse ponto que advém a articulação do texto verbal com o imagético; dessa forma, verbal e imagético em um mesmo texto não são reduzidos, mas são ampliados, visto que a inscrição do verbal sobre o visual é incorporada pelo todo lingüístico, no qual as duas dimensões previamente complexas tomam parte do todo da comunicação, alterando-se mutuamente e formando uma unidade textual ainda mais complexa, exigindo um outro tipo de leitura, oriunda das interações na vivência e do reconhecimento desse texto como reflexo de outros textos, como parte constituinte de uma série de discursos socialmente partilhados.

Então, é à luz desse último paradigma de texto que a Linguística Textual vem desenvolvendo suas pesquisas. Baseados nessa perspectiva, consideramos o texto imagético como texto passível de análise coerente. Além disso, é por ela que procede o tratamento ao fenômeno da intertextualidade, o qual constitui um dos grandes temas, que tem sido estudado por pontos de vista teóricos distintos como a Análise do Discurso (por Maingueneau (2001), Forin & Barros (1994), Brait (1997), entre outros); a Linguística Antropológica (cf. Bauman, 2004); e a Teoria Literária (cf. Kristeva, 1974; Genette, 1982; Jenny, 1979), de onde o conceito teve origem. Isso se deve ao fato de que cada um desses textos imagético-verbais, conforme dito anteriormente, apresentam elementos sub-reptícios, como pressupõe o conceito de enunciado bakhtiniano. Considerando que todo texto é um enunciado, eles sempre fazem remissão a outra enunciação, traçando assim um diálogo constante entre os elementos textuais existentes nas variadas formas de comunicação. A partir de então, aprofundar-nos-emos nesse conceito de intertextualidade.

### 3.4 A INTERTEXTUALIDADE

A intertextualidade é um dos temas que tem sido contemplado por perspectivas teóricas diferentes, tanto pela Linguística Textual quanto por uma série de outras disciplinas, como, em particular a Teoria Literária, na qual o conceito teve origem. Destaca-se, nesse meio, a crítica literária Julia Kristeva, responsável pela introdução do conceito na década de 60, que se baseou no postulado dialógico bakhtiniano ao conceber o texto como constituindo um intertexto em uma sucessão de textos já escritos ou que ainda serão escritos. Para a Linguística Textual, conforme assinala Bentes (2001), um dos fatores que contribuem para a compreensão do sentido global de um texto é a intertextualidade. Koch (1990) afirma que “a intertextualidade é um fator de coerência importante na medida em que, para o processamento

cognitivo de um texto, se recorre ao conhecimento prévio de outros textos.” Já Barthes (1974) assegura que “todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis, sob formas mais ou menos reconhecíveis.” Desse modo,

todo texto é um objeto heterogêneo que revela uma relação radical de seu interior com seu exterior; e desse exterior, evidentemente, fazem parte outros textos que lhe dão origem, que o predeterminam, com os quais dialoga, que retoma, a que alude ou a que se opõe. [...] Essas formas de relacionamento entre textos são, como se verá, bastante variadas. (KOCH, 1997. p. 46)

Bentes (2001) ainda salienta que a intertextualidade é uma prática tão cotidiana de linguagem que, comumente, passa despercebido o uso dessa rede de relações entre os textos tanto para aqueles que o fazem quanto para os que o recebem. Isso acontece porque todo texto, como afirma Koch (2014), constitui-se como uma resposta ao que foi dito, sempre remetendo a outros textos, que é potencialmente válida ao que ainda será dito. Assim, a intertextualidade “encontra-se na base de constituição de todo e qualquer dizer.” Nesse sentido, procuramos dar conta das duas facetas desse fenômeno: A intertextualidade em sentido amplo (*lato sensu*), que constitui todo e qualquer discurso, e a intertextualidade *stricto sensu*, assegurada pela presença necessária de um hipertexto. Dessa forma, todo texto faz remissão a outros efetivamente produzidos, sendo parte da memória social dos leitores.

A intertextualidade *stricto sensu*, que pode ser chamada somente por intertextualidade, ocorre quando em um texto está sendo incorporado em outro texto (intertexto) anteriormente elaborado, que faz parte da memória social, de um grupo ou coletividade, ou da memória discursiva dos interlocutores. Ou seja, para que se estabeleça uma intertextualidade *stricto sensu*, faz-se necessário que o texto faça remissão a outros fragmentos de textos efetivamente produzidos, com os quais estabelece algum tipo de relação. Então, só é possível falar em intertextualidade desde que se possa constatar em um texto elementos anteriormente estruturados, para além do lexema, independente de qual for o seu nível de estruturação (JENNY, 1979). Ademais, é importante salientar que toda e qualquer retextualização de um texto previamente concebido implica em uma mudança em sua força ilocucionária e perlocucionária.

Há diversos tipos de desdobramentos da intertextualidade *stricto sensu*, cada qual com características muito específicas. São elas: intertextualidade temática, intertextualidade estilística, intertextualidade explícita, intertextualidade implícita, autotextualidade, intertextualidade com textos de outros enunciadores, incluindo um enunciador genérico,

intertextualidade “das semelhanças” e “das diferenças” (nos termos de Sant’Anna, 1985), intertextualidade intergenérica, intertextualidade tipológica. Serão explicitadas na sequência intertextualidade temática, intertextualidade estilística, intertextualidade explícita, intertextualidade implícita, intertextualidade intergenérica e intertextualidade tipológica. É importante frisar que alguns autores reservam o termo intertextualidade para se referirem a recorrência a textos alheios. Quando um autor ou compositor reinsere um trecho de um texto seu previamente elaborado em outros textos, alguns autores preferem nomear o caso como autotextualidade ou intratextualidade. Seguindo os passos de Koch, Bentes e Cavalcante (2007), preferimos não fazer distinção entre intertextualidade e autotextualidade.

### **3.4.1. Intertextualidade temática**

A intertextualidade temática, como o próprio nome sugere, dá-se pelo diálogo de um mesmo tema em fenômenos textuais distintos. Ela é facilmente encontrada em textos científicos pertencentes a uma mesma área de conhecimento ou a uma mesma corrente de pensamento, que partilham temas e se utilizam de conceitos e terminologias próprios, já definidos no interior de tal área ou corrente teórica, mas em constantes transformações; em matérias de jornais e da mídia como um todo, em um mesmo dia ou durante um determinado período em que algum assunto é considerado focal; em variadas matérias de um mesmo jornal que tratam desse assunto; em revistas semanais e matérias jornalísticas da semana; em textos literários de uma mesma instituição de ensino ou de um mesmo gênero, como ocorre com as epopéias, ou mesmo entre textos literários de gêneros e estilos diferentes; em diversos contos de fadas mais tradicionais e lendas que constituem o folclore de muitas culturas; histórias em quadrinhos de um mesmo autor; diversas canções de um mesmo compositor ou de compositores diferentes; um livro e o filme ou novela que encenam um mesmo tema; várias encenações de uma peça de teatro; as mais novas versões de um filme, entre outros.

Em Cosmopolitan Brasil, o tema ou assunto principal é a mulher ousada, divertida e muito feminina. Os desdobramentos que tais características podem realizar em diversos pontos identitários da mulher brasileira constituem a intertextualidade temática entre as postagens do facebook e entre as matérias do site de Cosmopolitan Brasil. Como exemplo, selecionamos duas postagens do facebook, que estão abaixo.

Figura 5 - Postagem 1



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 6 - Postagem 2



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Acima, podemos observar duas postagens publicadas no mesmo dia<sup>32</sup>, com diferenças de poucas horas, que apresentam a mesma temática: o fim de um relacionamento. Na primeira

<sup>32</sup> Tais postagens foram publicadas no dia 26 de outubro de 2015.

figura, há a legenda “Você não merece ficar com alguém que não a trata bem!”, que prepara a leitora para redirecioná-la por meio do link em azul a uma postagem no site de Cosmopolitan Brasil intitulada “Sinais de que seu namorado não te valoriza”, a qual lança alguns indícios capazes de caracterizar que um relacionamento não está bom, pois o companheiro não trata bem a sua companheira, buscando, assim, alertar a sua leitora com os sinais que identificam tal situação. Nessa mesma postagem, há uma imagem de um casal deitado no chão. Chama atenção a mulher muito sorridente e levemente inclinada, aproximando-se daquele que pelo enunciado pode ser seu companheiro. Ao contrário da mulher, ele aparece sério e pouco à vontade.

Como uma continuidade, a figura 2 corresponde a uma postagem de Cosmopolitan Brasil no facebook que trata sobre o fim de um relacionamento amoroso. A legenda “Não tem problema ficar triste por um tempo, mas depois é hora de levantar a cabeça” e o título “Como superar de vez o término de um relacionamento” preparam a leitora para a superação de um fim de um relacionamento amoroso. Na imagem da postagem há uma moça com uma expressão de tristeza, em harmonia com o que sugeriram legenda e título da postagem. Esses são exemplos que constituem a intertextualidade temática, pois ambos tratam do mesmo tema e estão inter-relacionados.

### 3.4.2 Intertextualidade estilística

As autoras que nos baseamos para fazer a explanação sobre intertextualidade (Koch, Bentes e Cavalcante, 2007) descartam a possibilidade de existência de uma intertextualidade de forma, pois defendem a posição de que “toda forma necessariamente emoldura, *enforma* determinado conteúdo, de determinada maneira.” Então, a intertextualidade estilística ocorre quando aquele que produz um texto, com objetivos distintos, repete, parodia ou imita alguns estilos ou variedades lingüísticas. Os textos que reproduzem a linguagem bíblica, um jargão profissional, um dialeto ou um estilo de um determinado gênero ou autor da sociedade são exemplos de textos que comumente são reproduzidos. Em Cosmopolitan Brasil não há ocorrência predominante desse tipo de intertextualidade. Pode ser que alguma delas possa ter escapado de nossa análise, mas o que chama a atenção é que, mesmo sendo veiculada em ambientes virtuais como facebook e site, Cosmopolitan manteve o mesmo formato textual das revistas impressas, o que nós consideramos como um exemplo de intertextualidade estilística. É característica das revistas impressas lançar matérias com regras para mudar um comportamento, dicas desde o entretenimento à sexualidade entre outras, respeitando o modelo de escrita das revistas impressas, como é possível observar nos exemplos abaixo.

Figura 7 – Postagem 3



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 8 – Postagem 4



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

O primeiro exemplo (figura 3) trata-se de uma matéria em que Cosmopolitan sugere uma mudança do comportamento feminino tradicional em se tratando de relacionamentos amorosos, lançando 5 regras do relacionamento que, segundo ela, precisam ser quebradas, propondo que a mulher deve ter coragem de, por exemplo, chamar “o gato” para um encontro,

aceitar os primeiros convites para sair, dentre outros casos, o que caracteriza Cosmopolitan, pois ela busca dirigir-se a mulheres ousadas. O segundo exemplo (figura 4) refere-se aos cuidados com a saúde íntima, de forma que são lançados 6 cuidados essenciais que a mulher precisar ter com a sua calcinha, como não dividi-la com ninguém ou dormir sem ela, demonstrando que há espaço na revista para se pensar a saúde feminina. O tipo textual é o injuntivo nas duas matérias, como se espera das revistas femininas impressas.

### 3.4.3 Intertextualidade explícita e intertextualidade implícita

É importante salientar que, enquanto produzimos um texto, algumas vezes recorremos à fonte do texto citado e outras vezes recorremos à não-explicitação da sua fonte. Nesses casos, estamos diante de dois modos de constituição da intertextualidade que são, respectivamente, intertextualidade explícita e intertextualidade implícita. Como exemplo, leiamos os textos extraídos do facebook de Cosmopolitan Brasil:

Figura 9 – Postagem 5



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Na imagem acima (figura 5), temos um exemplo de intertextualidade explícita, em que os responsáveis pelas publicações do facebook de Cosmopolitan Brasil se utilizaram de uma frase de Goethe para publicá-la nessa rede social, deixando explícita a sua autoria, no canto inferior esquerdo da imagem. A figura 1 expõe uma postagem do instagram da atriz global Carol Castro, e a revista Cosmopolitan Brasil compartilhou o post no facebook, como é



possível observar na legenda da postagem. Entretanto, há nesta imagem o nome “Chiado Editora” do lado direito inferior, o que nos leva a inferir que, provavelmente, esse enunciado foi originalmente distribuído pela “Chiado Editora”<sup>33</sup>, no seu facebook<sup>34</sup>. Isso nos faz atentar para o fato de que o texto tem viajado por vários ambientes dentro do espaço virtual e atingido diferentes públicos, tais como as seguidoras de Cosmpolitan Brasil e o público que segue a global no instagram. A escolha dessa frase de Goethe não foi em vão, pois a maioria das mensagens de Cosmopolitan são positivas e parecem ter o objetivo de elevar a auto-estima feminina; para isso, Cosmopolitan, frequentemente, se utiliza de hashtags como #simvcpode, #girlpower, que também apresentam um histórico de empoderamento feminino, de reposicionamento da mulher em meio a um social em que ainda se faz presente uma necessidade de auto-afirmação, que tem se dado, nas redes sociais, por meio do uso das hashtags, das nomeações, das imagens, das postagens, etc<sup>35</sup>. É preciso considerar, então, que a intertextualidade explícita, assim como a implícita que, na sequência, também será exemplificada, carrega consigo um histórico social e todo um processo que envolve uma dinâmica dos textos. Essa frase de Goethe, por exemplo, para aqueles que conhecem o autor, remete-nos ao período do Romantismo Europeu, nos finais do século XVIII e início do século XIX, momento em que o iluminismo, movimento intelectual que surgiu durante esse período e que propagava a idéia de que o ser humano está em condição de modificar o mundo através da introspecção, do livre exercício da capacidade humana e do engajamento político-social, estava em alta. Então, esse enunciado carrega um histórico do iluminismo recontextualizado de acordo com os interesses de Cosmopolitan Brasil, que, pelo que ela enuncia, é dirigir-se às mulheres modernas, ousadas e muito femininas, atualmente.

Atentemos agora para o texto abaixo:

---

<sup>33</sup> A Chiado Editora, segundo o site <https://www.chiadoeditora.com/editora>, é especializada na publicação de autores portugueses e brasileiros contemporâneos, sendo a maior editora de Portugal e uma das maiores editoras em crescimento no Brasil. Dado o sucesso em Portugal e no Brasil, ela expandiu o seu trabalho para vários países, em várias línguas diferentes. Assim, ela publica igualmente nos seguintes locais: Alemanha, Bélgica, Espanha e América Latina, Estados Unidos da América, França, Luxemburgo, Irlanda e Reino Unido.

<sup>34</sup> A Chiado Editora possui apenas duas redes sociais: twitter e facebook. Pressupõe-se que, pelo formato da postagem, ela tenha sido veiculada originariamente no facebook da editora.

<sup>35</sup> Retomaremos este assunto durante as análises, no capítulo 4.

Figura 10 – Postagem 6



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Na imagem acima (figura 6), temos um exemplo de intertextualidade implícita. O texto escrito faz remissão a documentos ou às redes sociais que exigem estado civil de seus usuários. Seria uma resposta com um leve tom de humor, que é caracterizado pelo enunciado inusitado ao que se espera de um estado civil, como solteira ou casada e, em alguns casos, como na rede social facebook, “ em um relacionamento sério”. A frase “o importante é ter saúde” indica que o sujeito que a utiliza deve se preocupar com questões mais relevantes, como o seu bem-estar físico, do que com o seu estado civil. A imagem que acompanha o texto escrito, nesse caso, confirma essa afirmação porque apresenta duas moças praticando um exercício físico, como corrida ao ar livre ou caminhada. O texto também dialoga com a piada de domínio público, cuja autoria é desconhecida, e que pode ter inspirado as responsáveis pelas publicações nas redes sociais de Cosmopolitan Brasil a elaborar o enunciado em questão. Leia a piada abaixo:

“Pai fresco

Como todo " pai fresco", o cara está todo orgulhoso com o filho recém-nascido e comenta com um amigo:

- Você precisa ver! Ele é a minha cara!

E o amigo:

- Não se preocupe! O importante é ter saúde.”<sup>36</sup>

Na piada acima, a frase “o importante é ter saúde” é o que garante o humor, a surpresa do texto, assim como no caso da postagem de Cosmopolitan. Na anedota acima, a frase indica que ter saúde funciona como uma compensação ao fato de o filho recém-nascido ser muito parecido com o pai, o que nos leva a pensar na hipótese de o “pai fresco” não ser, na opinião do amigo, provido de beleza. Isso se confirma com o conjunto do enunciado proferido pelo amigo, ao que ele diz “não se preocupe!” e encerra com o enunciado: “o importante é ter saúde.”

A resposta da leitora de Cosmopolitan corrobora para esse entendimento sobre a “compensação” também, quando ela comenta abaixo da postagem: “no momento é o que me resta.”

Figura 11 – Comentários 1



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Não podemos descartar a hipótese de que, considerando as narrativas que envolvem Cosmopolitan Brasil, a frase também pode ser um elemento constituinte da

<sup>36</sup> Disponível em: <<http://www.simpatico.com.br/piada.exibir.php?tipoPiada=27&codPiada=187>>. Acesso em: 20.09.15.

sequência das postagens da revista, dialogando com a frase de Goethe na figura 1. Dessa forma, as duas são maneiras positivas de ver a vida, de lidar com as situações que poderiam diminuir a auto-estima feminina, como não ter um compromisso, mas que *Cosmopolitan Brasil* trata de maneira leve e bem-humorada. No entanto, uma outra leitura pode ser realizada. Assim, encontramos uma contradição no discurso de *Cosmopolitan Brasil*. Se a “mulher de Cosmo” é ousada, divertida, muito feminina e auto-suficiente, porque estar solteira pode ser um motivo de busca por uma compensação, como cuidar do bem-estar físico?

### 3.4.4 *Détournement*

Além desses tipos de intertextualidade, temos o *détournement*, termo que foi mantido no original por Koch, Bentes e Cavalcante (2007), tal como formulado por Grésillon e Maingueneau (1984), o qual consiste em “produzir um enunciado que possui marcas linguísticas de uma enunciação proverbial, mas que não pertence ao estoque dos provérbios reconhecidos” (pág. 114) Os autores que primeiramente formularam o *détournement* enxergavam-no como um tipo lúdico, jogos com a sonoridade das palavras, como os que as crianças gostam de criar e que não apresentam nenhum intuito de estabelecer uma manobra política ou ideológica com o fim de militar, visando dar autoridade a um enunciado (captação) ou destruir os direitos de um provérbio em nome de qualquer interesse (subversão). O objetivo de usar o *détournement*, para esses autores, seria o de levar o locutor a ativar o enunciado original para argumentar a partir dele, ironizá-lo, ridicularizá-lo, contraditá-lo, adaptá-lo a outras situações ou orientá-lo para um sentido diferente do original. Já as autoras que foram mencionadas anteriormente defendem que todo *détournement* é militante, pois ele orienta a construção de novos sentidos pelo interlocutor. Elas também postulam a extensão desse conceito às várias formas de intertextualidade nas quais ocorra algum tipo de alteração do texto-fonte com o intuito de promover a produção de sentidos. Entre tais adulterações, que podem ser conhecidas como *operações de retextualização* (cf. Marcuschi, 2000; Travaglia, 2003), mencionamos os seguintes casos<sup>37</sup>, considerando que no interior de cada discurso existem pelo menos dois enunciadores (Ducrot 1980, 1984 apud Koch, Bentes e Cavalcante, 2007), E1 e E2<sup>38</sup>, que representam, encenam pontos de vistas diferentes a um dos que o locutor adere ao proceder à retextualização:

<sup>37</sup> Na tentativa de explorar ao máximo o nosso objeto de estudo, recorremos a exemplos de *Cosmopolitan Brasil* que fizessem remissão a algum provérbio ou dito corriqueiro. Quando não foi possível encontrar, inserimos os exemplos do texto de apoio.

<sup>38</sup> E1 representa o enunciador genérico e E2 o enunciador que contradiz o texto-fonte, ao qual o locutor assente ao proceder à retextualização.

a) Substituição

a.1) de fonemas:

E1: “Meu esporte preferido é fazer nado sincronizado.”

E2: “Meu esporte preferido é fazer nada sincronizado.”

Figura 12 – Postagem 7



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

a.2) de palavras:

E1: “Penso, logo existo.”

E2: “Penso, logo hesito.” (Luís Fernando Veríssimo, “Mínimas”)

b) Acréscimo

b.1) de formulação adversativa

E1: “É pau. É pedra. É o fim do caminho.”

E2: “É pau. É pedra. Mas não é o fim do caminho.” (Veja, 25/05/1988, anúncio da Coca-Cola).

b.2) outros tipos de acréscimo

E1: “Dias melhores virão.”

E2: “Melhores dias virão: e eles se chamam sábado e domingo.”

Figura 13 – Postagem 8



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

b.3) por inversão da polaridade afirmação/negação:

E1: “Devagar se vai ao longe.”

E2: “Devagar é que não se vai ao longe.” (Chico Buarque, “Bom Conselho”)

c) Supressão

E1: “Para bom entendedor, meia palavra basta.”

E2: “Para bom entendedor, meia palavra bas.” (Luís Fernando Veríssimo, “Mínimas”)

d) Transposição

E1: “Pense duas vezes antes de agir.”

E2: “Aja duas vezes antes de pensar.” (Chico Buarque, “Bom Conselho”)

Como foi possível observar, a partir dos exemplos apresentados, o *détournement* envolve, na maioria das vezes, casos de contradição ou subversão do texto-fonte, por meio de uma negação, pelo apagamento de uma negação ou pelo acréscimo de expressões adversativas. Através dessa retextualização, transformação de um texto em outro, são operados diversos tipos de *détournement*, tais como:

1) *détournement* de provérbios, frases feitas, títulos de filmes, que ocorrem frequentemente na publicidade, no humor, na música popular, em charges políticas, etc, tais como:

E1: “O paciente inglês” (nome de um filme que estava sendo exibido na época).

E2: “O impaciente francês” (em publicidade de um carro da Renault, apresentada em outdoors).

2) *détournement* de textos ou títulos de textos literários.

E1: “Vou-me embora pra Pasárgada

Lá sou amigo do rei...”

(Manuel Bandeira)

E2: “Fui-me embora de Pasárgada...

(Lá tem amigos do rei *DEMAIS*)” (Charge de Negreiros publicada no jornal O Estado de S. Paulo, de 10/05/19, em que aparece a ministra Zélia Cardoso de Mello, com uma trouxa no ombro, em atitude de retirada).

Quando se tem um novo texto com o mesmo título ao qual ele faz referência, trata-se de intertextualidade explícita, em termos de captação ou de subversão, pois o título garantirá o acessamento do intertexto, desde que ele esteja presente na memória discursiva do interlocutor. Como é o caso do poema que veremos abaixo:

Canção do Exílio Facilitada

(José Paulo Paes)

lá?

ah!

sabiá...

papá...

maná...

sofá...

sinhá...

cá?

bah!

d) détournements de provérbios, frases feitas, clichês, slogans, passagens bíblicas, etc., em enunciados concessivos (operações de contrajunção), através de adjunções.

“A mentira tem pernas curtas, mas, ultimamente, as costas quentes.”

e) détournements de hinos e canções populares:

O Hino das Marcas

Num posto da Ipiranga, às margens plácidas,  
De um Volvo heróico Brahma retumbante  
Skol da liberdade em Rider fúlgido  
Brilhou no Shell da Pátria nesse instante  
Se o Knorr dessa igualdade  
Conseguimos conquistar com o braço Ford  
Em teu Seiko, ó liberdade  
Desafia nosso peito à Microsoft  
Ó Parmalat, Mastercard, Sharp, Sharp  
Amil, um sonho intenso, um rádio Philips  
De amor à Lufthansa à terra desce  
Intel formoso céu risonho Olympikus  
A imagem do Bradesco resplandece  
Gillete pela própria natureza  
És belo Escort impávido colosso  
E o teu futuro espelha essa Grendene  
Cerpa gelada!  
Entre outras mil és Suvinil, Compaq Armada.  
Do Philco deste Sollo és mãe Doril  
Coca Cola, Bombrill!  
(Autor desconhecido)

f) détournements de fábulas tradicionais

A raposa e as uvas

Morta de fome, uma raposa foi até o vinhedo sabendo que ia encontrar muita uva.

A safra havia sido excelente. Ao ver a parreira carregada de cachos enormes, a raposa lambeu



os beijos. Só que sua alegria durou pouco: por mais que tentasse, não conseguia alcançar as uvas. Por fim, cansada de tantos esforços inúteis, resolveu ir embora dizendo:

- Por mim, quem quiser essas uvas pode levar. Estão verdes, estão azedas, não me servem. Se alguém me desse essas uvas, eu não comeria.

Moral: Desprezar o que não se consegue conquistar é fácil. (Fábulas de Esopo. Compilação de R. Ash e B. Higon, trad. de H. Jahn apud Koch, Bentes e Cavalcante, São Paulo: Cortez, 2007)

#### A raposa e as uvas

De repente, a raposa, esfomeada e gulosa, fome de quatro dias e gula de todos os tempos, saiu do areal do deserto e caiu na sombra deliciosa do parreiral que descia por um precipício a perder de vista. Olhou e viu, além de tudo, a altura de um salto, cachos de uva maravilhosos, uvas grandes, tentadoras. Armou o salto, retesou o corpo, saltou, o focinho passou a um palmo das uvas. Caiu, tentou de novo, não conseguiu nem roçar as uvas gordas e redondas. Desistiu dizendo entre dentes, com raiva: “Ah, também, não tem importância. Estão muito verdes”. E foi descendo, com cuidado, quando viu à sua frente uma pedra enorme. Com esforço, empurrou a pedra até o local em que estavam os cachos de uva, trepou na pedra, perigosamente, pois o terreno era irregular e havia risco de despencar, esticou a pata e ... conseguiu! Com avidez colocou na boca quase o cacho inteiro. E cuspiu. Realmente as uvas estavam muito verdes!

Moral: A frustração é uma forma de julgamento tão boa como qualquer outra. (Millôr Fernandes, Fábulas fabulosas, São Paulo: Círculo do Livro, 1976: 126)

Como foi possível ver, os *détournements* têm sempre valor argumentativo em grau maior ou menor. É interessante notar também que com base no intertexto há a possibilidade de argumentação em sentidos opostos. Ademais, o mesmo texto-fonte inserido em contextos diferentes, em que um há captação e no outro subversão, a orientação argumentativa será diferente. Entretanto, em dois casos de subversão, ela também será diferente. Tudo isso vai depender do contexto mais amplo em que o texto que sofreu o *détournement* faz parte, tanto do co-texto, quanto do entorno visual ou ainda do contexto situacional imediato ou mediato.

Observemos os exemplos a seguir:

Figura 14 – Postagem 9



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Na figura 10, o enunciado “Fique de pernas para o ar...literalmente!” seguido do título da matéria que é “Kama sutra avançado: posições quentes em que você fica com as pernas para cima!” se apropria do sentido do termo “Estar de pernas pro ar”, em referência ao contexto semântico de desordem, para relacioná-lo à sexualidade, demonstrando que novas posições, fora as tradicionais, também são permitidas e muito positivas para aquelas que leram essa matéria de Cosmopolitan.

É importante lembrar que existem casos de intertextualidade implícita sem détournement, ou seja, casos em que a partir do texto original é construído um novo texto, inserido em um outro contexto. Isto é, conta-se de novo o primeiro texto para permitir a construção de novos sentidos. Koch, Bentes e Cavalcante (2007) citam, para ilustrar esse caso de détournement, um trecho do texto de Rubem Alves, no qual se pode observar a semelhança com o texto original (anexos) e, ainda, vários casos de intertextualidade com canções populares famosas.

Não, não é à-toa que conto esta estória. Foi quando eu soube da morte – ela cresceu dentro de mim. Claro que eu já suspeitava: os cavalos de guerra odeiam crianças, e o bronze das armas odeia canções, especialmente *quando falam de flores*, e não se ouve o ruflar lúgubre dos tambores da morte. Foi naquele dia, fim de abril, o mês do céu azul e do vento

manso. Eu sabia da morte, mas havia em mim um riso teimoso, desafio, como se algo tivesse nascido, mais forte que o carrasco, esperança, visão de coisas que eu não sabia vivas. Foi então que me lembrei da estória. Não, foi ela que se lembrou de mim, e veio, para dar nome aos meus sentimentos, e se contou de novo. Só que agora os rostos anônimos viraram rostos que eu vira, *caminhando, cantando, seguindo a canção*, risos que corriam *para ver a banda passar cantando coisas de amor*, os rojões, as buzinas, sinfonia que se tocava, sobre a desculpa de um morto.

### **3.4.5 Intertextualidade intergenérica e intertextualidade tipológica**

#### **3.4.5.1 Intertextualidade intergenérica**

Os gêneros do discurso são determinados pelas práticas sociais de que participamos com forma composicional, conteúdo temático, estilo, circunstâncias de uso e propósito comunicativo próprios. Cada gênero mantém relações intertextuais com outros gêneros no que tange à forma composicional, ao conteúdo temático e ao estilo, o que permite ao falante, devido à familiaridade com essas relações, construir um *modelo cognitivo de contexto* (Van Dijk, 1994; 1997 apud Koch, 2007) na memória, que lhe auxilie a reconhecer e saber quando recorrer a cada um desses contextos, usando-os adequadamente. Essa é a chamada competência metagenérica. Tais modelos cognitivos de contexto, ainda segundo Van Dijk (apud Koch, 2007), apresentam parâmetros relevantes da interação comunicativa e do contexto social. Eles definem a relevância de cada discurso nos vários contextos, a atenção que lhes deve ser dada e o modo como a informação deve ser processada.

Os eventos comunicativos, espaços ou situações onde ocorre o fenômeno da intergenericidade, também conhecido como intertextualidade genérica ou configuração híbrida, conforme assinala Marcuschi (2002 apud Koch, 2007), são monitorados pelos modelos cognitivos de contexto, que representam intenções, propósitos, objetivos, perspectivas, expectativas, opiniões e outras crenças dos interlocutores sobre o texto lido ou escrito, bem como sobre propriedades do contexto, como tempo, lugar, circunstância, condições, objetos e outros fatores situacionais que possam ser importantes para a realização adequada do discurso. Portanto, eles encerram todo o conhecimento sócio-interacional mobilizado nos mais variados contextos interacionais, inclusive o conhecimento relacionado ao formato, estilo e tipo de conteúdo dos diversos gêneros textuais e a adequação deles aos múltiplos tipos de práticas sociais. Eles têm um papel de suma importância na produção e compreensão dos textos por serem contínua e cotidianamente aplicados às situações comunicativas.

A intergenericidade ocorre quando um gênero exerce a função de outro. Isso revela a possibilidade de operação e maleabilidade dos gêneros, o que fornece a eles uma considerável capacidade de adaptação e ausência de rigidez. Ocorre muito, por exemplo, em colunas opinativas de jornais, onde são realizados o uso de fábulas, contos infantis, fábulas, gêneros de cunho parodístico, irônico e/ ou argumentativo, inclusive as charges políticas.

Se considerarmos facebook e revista como gêneros textuais distintos, podemos observar que em Cosmopolitan há intergenericidade porque o facebook da revista ganha características de uma revista virtual disponibilizando matérias do portal M de Mulher e do próprio site, realizando esse movimento de um campo para outro, de tal forma, que os dois gêneros, site e facebook, se fundem. Como é possível observar nos exemplos abaixo:

Figura 15 – Postagem 10



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 16 – Postagem 11



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Ambas as matérias (figura 11 e 12) foram postadas primeiramente no site M de Mulher, como corriqueiramente acontece, e o facebook de Cosmopolitan veiculou-as novamente. Isso ocorre também com algumas matérias lançadas em sites de outras revistas do grupo Abril, de tal forma que as revistas se fundem.

### 3.4.5.2 Intertextualidade tipológica

A intertextualidade tipológica se dá quando é possível depreender, entre determinadas sequências ou tipos textuais – narrativos, descritivos, expositivos, injuntivos e argumentativos - um conjunto de características comuns, em se tratando de estruturação,

seleção lexical, uso de tempos verbais, advérbios e outros elementos dêiticos, que identificamos como pertencentes a determinada classe.

Cada gênero elege um ou mais desses tipos textuais para a sua constituição. Conforme exemplificam Koch, Bentes e Cavalcante (2007), é possível encontrar em um conto ou em um romance, além das sequências narrativas, responsáveis pela ação propriamente dita (enredo, trama), sequências descritivas (descrições de personagens, espaços e situações), expositivas (intromissões do narrador); peças jurídicas como a petição inicial ou a contestação contém sequências narrativas, descritivas, expositivas e argumentativas; em um manual de instruções serão encontradas, no mínimo, sequências injuntivas e descritivas, entre outros casos.

### **3.4.6 Outras percepções de intertextualidade**

É importante ressaltar que muitas das tipologias de intertextualidade foram originadas das observações de Gérard Genette, em *Palimpsestes* (1982). Ele tratava, de uma maneira geral, os diálogos entre os textos- a transcendência textual e tudo que estabelece relação ainda que “secreta” entre os textos, um texto como outros textos e que inclui relações que vão além da unidade textual de análise- como relações de transtextualidade. O autor classificou a transtextualidade em cinco tipos. São eles: intertextualidade restrita; paratextualidade; arquitextualidade; metatextualidade; hipertextualidade. É importante ressaltar que nem todos esses casos de transtextualidade equivalem aos tipos de intertextualidade em sentido restrito como veremos adiante.

1- A intertextualidade restrita diz respeito a “relações de co-presença entre textos e seria identificada pela presença de um texto em outro texto” (cf. p 119), independente de aparecerem com ou sem referência de autoria. Nesses casos elas podem ser identificadas com ou sem aspas, em itálico ou negrito. A intertextualidade restrita englobaria, então, aquilo que já vimos aqui como intertextualidade explícita e implícita. Quando se trata de intertexto próprio, as remissões ao próprio texto são elaboradas pela referência ou retomada de textos do próprio autor, numa espécie de autotextualidade. Ainda dentro da categoria da intertextualidade restrita e pensando na função argumentativa que a utilização da intertextualidade pode desempenhar, Koch (1997, 2004), sugeriu uma outra dicotomia: intertextualidade das semelhanças e das diferenças. Na intertextualidade das semelhanças, o intertexto apresenta um texto (próprio ou alheio) usado para direcionar ou dar apoio à argumentação. Na intertextualidade das diferenças, o texto faz remissão ou incorpora outro texto para subvertê-lo, ridicularizá-lo ou mostrar sua

improcedência. Retomando a classificação de Genette, na intertextualidade restrita, são incluídos citação, alusão e plágio. A citação se dá pela repetição de um trecho de um texto em outro texto demarcada pelo uso ou não de aspas, negrito ou itálico, conforme mencionado anteriormente; isto é, ela torna visível, por meio de códigos tipográficos, a inserção de um texto em outro texto. A alusão, para Genette, ocorre quando um enunciado supõe uma relação, entre ele e um outro, reconhecível somente para quem conhece o texto-fonte. Nela, não são convocadas as palavras de maneira literal, nem as entidades de um texto porque se pressupõe que o co-enunciador possa entender nas entrelinhas o que o enunciador deseja comunicar sem expressão direta. O plágio é uma situação de apropriação indevida do texto de outra pessoa como se fosse de sua própria autoria. Também é conhecido como roubo intelectual e caracterizado por uma omissão proposital e desonesta da autoria, podendo apresentar repercussões jurídicas.

As intertextualidades por co-presença, que se baseiam na intertextualidade restrita, são sintetizadas em Explícitas, por citação e referência, e Implícitas, por plágio e alusão. Para iniciarmos a discussão do segundo e do terceiro tipo de transtextualidade, paratextualidade e arquitextualidade, reiteramos que o que diferencia intertextualidade explícita de intertextualidade implícita não é preciso. As autoras alegam que seria mais adequado levar em consideração os variados graus de explicitude, evitando a atribuição de marcas de explicitude somente às que são classicamente reconhecidas, como as que apresentam verbos dicendi, dois pontos e aspas, itálico, recuo de margem, redução da fonte, etc. A intertextualidade explícita, por fim, é marcada pela presença de uma citação e as implícitas podem aparecer por plágio ou alusão; dessa forma, se se pretende ampliar o reconhecimento do intertexto que deixa indicações ao co-enunciador, deve-se considerar a possibilidade de haver vários graus de explicitude com marcas lingüísticas de diferentes naturezas, dentre elas o uso de processos de referenciação.

2- O segundo tipo de transtextualidade, que se chama paratextualidade, segundo Genette, é o conjunto de relações que um texto estabelece com os segmentos do texto que compõem uma obra, literária, à qual se aplica toda a classificação do autor; ou seja, o paratexto inclui título, subtítulo, prefácio, posfácio, notas marginais, finais ou de rodapé, epígrafes, ilustrações e outros sinais que circundam o texto. O paratexto é constituído pelos elementos que revelam tentativas de ação sobre o leitor, por isso ele constitui um dos lugares privilegiados da dimensão pragmática da obra. No entanto, algumas questões mais delicadas envolvem o conceito de paratextualidade quanto àquilo que pode ser considerado intertexto, pois títulos,

subtítulos, notas e ilustrações que compõem o texto só poderão configurar uma situação de intertextualidade se tiverem sido extraídos de outros textos a fim de que se estabeleça uma interseção. Portanto, questiona-se o fato de a paratextualidade ser enquadrada no que caracterizamos como intertextualidade, pois talvez somente epígrafes, prefácios e pós-fácios podem convergir para aquilo que entendemos como intertextualidade. Assim como a paratextualidade, a arquitectualidade também se distancia do processo de intertextualidade em sentido estrito, pois ela se define como “uma espécie de filiação do texto a outras categorias, como o tipo de discurso, o modo de enunciação, o gênero, etc., em que o texto se inclui e que, por isso, o tornam único” (cf. pág. 132). Ela ocorre quando o arcabouço superestrutural de um gênero é preservado e, com o intuito de surtir um efeito, como comicidade ou de orientação de auto-ajuda, altera-se o seu conteúdo convencional.

3- A metatextualidade, segundo Genette, se dá por meio de um comentário que une um texto-fonte ao outro que trata sobre ele. Conforme salienta o autor, essa é uma relação crítica. Por diversas vezes, a crítica ou a remissão ao texto-fonte acontece sob a forma de alusão. Devido a essa definição, é muito provável que a metatextualidade se constitua de processos intertextuais de co-presença. Uma relação de metatextualidade entre textos aproxima-se do que está classificado como intertextualidade temática, porque existe no metatexto inserções de informações e definições de uma mesma área ou de uma mesma corrente de pensamento. Na proposta de Genette, a da Crítica Literária, mais do que coincidência de conteúdos ou formas, a metatextualidade desempenha uma função crítica. O autor afirma que as indicações paratextuais revelam o gênero ou o discurso a que o texto pertence; além disso, ele acrescenta que os tipos de transtextualidade não são mutuamente excludentes e que alguns são essenciais para a definição do outro. A saber o prefácio e o pós-fácio de uma obra são manifestações de paratextualidade que também se construiriam como metatexto; isto é, como comentário crítico da obra, constituída por citações, alusões e referências.

4- A hipertextualidade, último tipo de transtextualidade, descreve-se por uma relação de derivação; isto é, um texto deriva de outro texto anterior por transformação simples, direta, ou de forma indireta, por imitação. Paródia, pastiche e travestimento burlesco, por exemplo, originam-se de outros textos já existentes. Dentro dessa relação entre o texto-fonte, hipotexto, e o texto derivado, hipertexto, que esse processo é construído. As autoras não utilizam a terminologia hipotexto e hipertexto para evitar confusão com o conceito de hipertexto de Marcuschi (1999), que é completamente diferente do que o termo assume nesta discussão. A

hipertextualidade, então, seria o termo que abrigaria todas as transformações que o texto-fonte sofresse dando origem a um outro texto. “As formas de hipertextualidade, propostas por Genette, foram redimensionadas por Piègay-Gros (1996), num estudo aplicado aos gêneros literários.” Este autor restringiu-se os tipos de transtextualidade que poderiam enquadrar-se no conceito de intertextualidade, mas deixou de considerar nessa proposta a metatextualidade. (cf. pág. 135) Essa autora sugeriu uma primeira grande divisão das intertextualidades (relações de co-presença e relações de derivação), com o intuito de descrever de maneira mais precisa as espécies de derivação de Genette: paródia, pastiche, travestimento burlesco. A paródia repete formas/conteúdos de um texto para dar-lhe um novo sentido, de modo que pode alterar o gênero a que pertence, mudando sua arquitextualidade, o que altera o propósito comunicativo, o tom e outros aspectos estilísticos. O trecho repetido pode ter variadas extensões, somente alguns enunciados ou trechos mais longos, os quais podem apresentar substituição de letras, palavras, enunciados completos, com o intuito de transformar completamente o sentido. Em alguns casos, os enunciados podem não sofrer nenhuma alteração e ser inserido em um contexto distinto, a fim de remodelar os sentidos. A função discursiva dessa elaboração pode ser humorística, crítica, poética, entre outras. A intertextualidade estilística abarca situações de paródia, mas também pode englobar o pastiche. Desse modo, “a paródia se constrói pela tensão entre a semelhança com o texto-fonte e a diferença que os separa”. Por isso, a paródia precisa estar próxima do texto-fonte, mas o trecho retomado do original não pode ser muito extenso. O *détournement* é um caso de intertextualidade muito próximo da paródia, que não representa a transformação de um texto inteiro em outro, pois é gerado a partir da alusão a segmentos de um texto-fonte, subvertendo o texto, como a paródia. Na classificação de Piègay-Gros, o *détournement* está entre a co-presença e a derivação. O travestimento burlesco, ao contrário da paródia, é a reescritura do estilo de um texto, repetindo o seu conteúdo, com o fim de satirizar. Ele acontece muitas vezes em programas humorísticos quando um personagem nacional ou internacionalmente conhecido, como o Papa, conforme exemplificam Koch, Bentes e Cavalcante (2007), atribuindo a ele um registro ordinário, que não lhe pertence, ou um discurso outro. Já o pastiche se constrói pela imitação do estilo de um autor, com propósito humorístico ou como estratégia intertextual de satirização do estilo do autor ou de um movimento da época. No caso de textos literários, o pastiche é utilizado para render homenagens ao autor do texto-fonte.

Sant’Anna (1998) acrescenta a essas intertextualidades por derivação os conceitos de paráfrase e apropriação. Para ele, a paráfrase reitera uma idéia e esclarece o texto-fonte, por



isso, manifesta-se de forma mais longa do que ele. Elas são imprescindíveis no gênero do discurso acadêmico para proporcionar informatividade ou esclarecimento sobre algo que já foi previamente explanado. Sant'Anna acrescenta que a paráfrase apresentaria um efeito de condensação, proporcionando um reforço, enquanto a paródia teria um efeito de deslocamento.

### **3.4.7 Outros olhares sobre a intertextualidade: novos fluxos**

Como foi possível observar, a partir da categoria de intertextualidade exposta acima, uma série de movimentos foi realizada para que pudéssemos construir sentidos sobre as postagens no facebook de Cosmopolitan Brasil. Observamos, então, a movimentação e as viagens pelas quais perpassaram os textos nos processos de significação. E foi partindo desse princípio que foram pensadas as categorias entextualização, contextualização, descontextualização, que deram subsídios para Fabrício (2014) cunhar a de transcontextos. Antes de explorarmos essas categorias, é preciso fazer uma consideração importante. A intertextualidade, dentro da Linguística Textual, pode ser encarada como um processo referencial porque ela, mais especificamente a intertextualidade *stricto sensu*, está relacionada ao estabelecimento de marcas de intertextualidade, com o propósito de enriquecer o texto que está sendo escrito através do diálogo com outros textos por meio de figuras, cenários, ambientes e personagens que podem ser construídos através de outras fontes e reiterados em outros textos. Os exemplos, alguns deles extraídos do facebook de Cosmopolitan, e as análises que acompanharam as várias formas de intertextualidade *stricto sensu* nessa pesquisa confirmam a boa estruturação da teoria e de como ela bem contempla os aspectos mais estruturais do texto. Entretanto, a mais recente noção de texto exige que se recorra a aspectos sociais que permeiam a prática comunicativa: os contextos. Hanks (2008:120) lembra que a qualidade de coerência ou de conectividade caracteriza o texto e que essa conectividade pode depender das propriedades inerentes ao artefato textual, das atividades interpretativas de uma comunidade de leitores/espectadores ou de uma combinação de ambas. No entanto, nem todos os textos apresentam unidade temática, estilística ou outros tipos de unidade, mas ainda assim são considerados textos. Por isso, Hanks defende a idéia de que é a adequação entre a forma do signo e um contexto mais amplo que determina sua coerência em última instância. Na sequência, explicaremos, então, cada uma dessas categorias que funcionam juntas no processo de significação.

### 3.5 FLUXOS CONTEXTUAIS

Quando deslocamos: 1) a idéia da ênfase do produto para o processo e 2) de estruturas convencionais para a agência, termos como entextualização e transcontextualização ganham legitimidade, pois damos evidência a um pensar que, metaforicamente, sugere viagem, jornada ou fluidez nos processos de atribuição de sentidos (FABRÍCIO, 2014). Desse modo, é possível realizar o movimento contexto-contextualização-transcontextualização.

Mas antes de chegarmos à transcontextualização, faz-se necessário realizar uma explanação sobre o que englobaria o conceito de contexto.

Briggs (1998) identifica dois problemas inerentes ao conceito de contexto: inclusividade e falsa objetividade.

O de inclusividade se dá pelo vasto número de definições de contexto que são, conforme assinalam Bauman e Briggs (2010 [1990]) demasiadamente inclusivas; isto é, abrangem, compreendem umas as outras, de forma que é difícil saber quando um conjunto adequado de fatores contextuais é constituído; assim, descrever o contexto de qualquer situação comunicativa torna-se uma regressão infinita. Para exemplificar a vastidão do conceito de contexto, citamos Malinowski, que distingue contexto da realidade cultural de contexto situacional ou contexto social, e Bauman, que expande a lista para seis elementos, agregando contexto de significação, contexto institucional, contexto de sistema comunicativo, base social, contexto individual e contexto de situação.

O problema de falsa objetividade, por sua vez, é fruto do caráter positivista da maioria das definições de contexto, que o concebem, de maneira geral, como uma descrição objetiva de fatores que permeiam um conjunto de enunciações. No entanto, é impossível apontar todos os aspectos que constroem um contexto. A partir do momento que um/uma pesquisador/pesquisadora realizar tal ação, ele/ela acaba estabelecendo uma hierarquia entre os componentes que cercam os enunciados, como se um fosse mais importante do que o outro. Além disso, as definições positivistas constroem o contexto como um conjunto de condições externas ao discurso que existem a priori e independem da interação. Fazer isso é reificar o contexto, reduzindo a habilidade do analista de discernir como os sujeitos da interação social determinam quais os aspectos da prática comunicativa em andamento são relevantes, ocultando o reposicionamento dos elementos contextuais que transformam as relações sociais. Reificar o contexto também inclui a premissa de que o significado emerge

essencialmente de conteúdos proposicionais livres do contexto, que são modificados ou esclarecidos por ele. (cf. Silverstein, 1988)

Como uma tentativa de escapar desse molde, vários escritores têm focado na capacidade metacomunicativa ou metapragmática<sup>39</sup> da linguagem, propondo uma mudança de contexto para contextualização. Eles argumentam que contextos comunicativos não são ditados pelo cenário social e físico, mas emergem das negociações do processo comunicativo; isto é, daquilo que as pessoas fazem com as palavras. Então, o processo contínuo de contextualização pode ser percebido quando atentamos para os “indicadores de contextualização”, que indiciam quais elementos do cenário são usados pelos participantes na interação para construir sentidos. Para encontrar essas deixas de contextualização sem reificar o contexto, faz-se necessário estudar os detalhes textuais que iluminam a maneira como os participantes constroem coletivamente o mundo ao redor, pois contextualização é um deslocamento que coloca em evidência a ação dos sujeitos no processo comunicativo. Desse modo, os participantes examinam os discursos nos quais estão inseridos, avaliando estrutura e significado deles durante as suas performances. Isso leva os sujeitos a estenderem as suas avaliações sobre os discursos, conforme salientam Bauman e Briggs (2010 [1990]), incluindo previsões sobre como a competência comunicativa, histórias pessoais e identidades sociais de seus interlocutores darão forma à recepção do que é dito, dominando, assim, com mais propriedade, o discurso em que atuam. Ainda que os contextos atuem localmente, eles mobilizam e conectam uma série de contextos que se relacionam a repertórios de convenções macrosociais que não se restringem aos textos que produzimos, mas que permeiam estes textos e emergem como relevantes na medida em que são acionados no momento da interação. A partir desse fato, Blommaert (2010) propõe que estejamos atentos às dimensões do contexto que normalmente são esquecidas, como as trajetórias dos textos e os sucessivos processos de entextualizações de discursos.

### 3.6 A ENTEXTUALIZAÇÃO E A TRANSCONTEXTUALIZAÇÃO

Tais dimensões contribuem para uma visualização mais clara do trajeto multidirecional na construção de sentidos, que dá conta dos atravessamentos discursivo-identitários característicos dos processos comunicativos contemporâneos, em que textos viajam e seguem trajetórias por diferentes contextos. Essa compreensão envolve o fato de que “os textos são materializações de discursos sociohistoricamente construídos, que podem viajar

---

<sup>39</sup> Se a Pragmática é aquilo que se faz com as palavras, a metapragmática é aquilo que as pessoas falam que fazem com as palavras.

e serem replicados em um novo contexto” (GUIMARÃES, 2014) e de que um mesmo texto quando transportado, não é mais o texto original (Ibidem), pois a história é recontada, recriada de modo que o objeto deixa de ser o texto para ser a trajetória do texto. É o que ocorre quando um texto de natureza institucional torna-se, conforme exemplifica Guimarães (2014), notificação, citação, boletim oficial, citação, discussões, narrativas, etc.

No centro da discussão das trajetórias textuais está o processo de entextualização, que Bauman e Briggs (1990, pág. 22) definiram como “o processo de tornar o discurso passível de extração, de transformar um trecho da unidade lingüística qualquer em unidade – um texto – que pode ser extraído do seu cenário interacional”. Guimarães (2014), guiada pelos postulados de Blommaert (2005), afirma que “discursos são textos passíveis de serem retirados de seu ambiente interacional/contextual original e replicado em outro, tornando-se novamente um outro texto e assim sucessivamente”. Sendo a entextualização um processo de retirar textos ou fragmentos de um texto de um contexto e materializá-lo em outro, é possível dizer que essa definição engloba os processos de produção, circulação e recepção de significados no mundo.

Assim, a entextualização e a intertextualidade apresentam conceitos que se assemelham muito, pois ambas se apropriam da idéia de que os textos passeiam e podem inserir-se em contextos diferentes carregando o seu histórico consigo. A principal diferença é que a entextualização desloca a atenção para a linguagem-em-sociedade e para o vínculo entre contextos imediatos e transituacionais; além disso, ela foca no processo, na trajetória, nos fluxos e, principalmente, naquilo que há de novo a partir dos sucessivos processos de remissão textual. Já a intertextualidade foca nos textos, voltando-se para a análise deles e de seus intertextos, sempre buscando os elementos textuais que foram retextualizados, modificados de uma maneira geral, acrescidos ou diminuídos, para entender os limites do que foi repetido e compreender os efeitos que os diferentes intertextos podem ocasionar no leitor. Podemos, então, apropriarmos dos índices intertextuais que caracterizam os mais variados tipos de intertextualidade para acompanhar as sucessivas entextualizações. A intertextualidade strictu sensu é dividida em categorias lingüísticas determinantes das mudanças de sentido que ocorrem nas viagens de um texto para outro. Nosso intuito aqui é o de apropriação de algumas dessas marcas de intertextualidade para compreensão das trajetórias de entextualizações que ocorrem na construção de uma identidade feminina.

Outra categoria que emerge neste trabalho é a de transcontextos, que é definido como os ambientes interacionais, cuja mobilidade subjacente compreende tanto a norma como o tropo (FABRÍCIO, 2014), que chamamos aqui de transcontextualização a fim de atribuir aos contextos o caráter de contínua mobilidade e de atravessamento. Para esclarecer a noção de transcontextualização, pensemos no exemplo de Fabrício (2014).

“Uma entrevista gera anotações. Em seguida, ela é transcrita e incluída em um artigo acadêmico. A ele são feitas referências em uma palestra. Mais tarde, ele é inserido em um livro, tornando-se disponível para o consumo de vários leitores, que podem, por sua vez, citá-lo em novos ambientes interacionais. O ciclo de recapitulações ocorre potencialmente *ad infinitum*.”

Fabrício (2014) também fala sobre a necessidade de se evitar a ideia de puro ventriloquismo, pois a sucessiva entextualização-descontextualização-recontextualização-transcontextualização produz, em cada fase, um discurso reconfigurado e um novo texto apresentando tanto traços de contextos anteriores quanto de seu entorno; isto é, temos um texto que possui uma história única atrelada a regularidades socioculturais e também a contingências transitórias (Silverstein e Urban, 1996). Esse aspecto esclarece a situação de que a repetição não corresponde ao retorno do mesmo nem tampouco restringe a possibilidade de criatividade. Pelo contrário, a repetição fornece as próprias condições para ressignificações e metamorfoses (Urban, 1996). Como a replicação depende de vários fatores contextuais, alguns significados podem perdurar enquanto outros se rearranjam, contribuindo para que o resultado seja difícil de ser determinado, por isso a sua impossibilidade de refletir transparentemente princípios universais (Urban, 1996, pág. 22) relacionados, por exemplo a gêneros e sexualidades, conforme aborda a teoria performativa sobre gênero.

### 3.7 PERFORMATIVIDADE DE GÊNERO, UMA SEQUÊNCIA DE ENTEXTUALIZAÇÕES E TRANSCONTEXTUALIZAÇÕES

A discussão sobre a performance no campo da Linguística foi iniciada por John Langshaw Austin, filósofo da escola de Oxford e autor da obra “How to do things with words” (1967), cuja tradução, em português, foi nomeada “Quando dizer é fazer.” Nessa obra, que consiste em uma reunião de conferências proferidas por ele, o autor lança sua teoria sobre o caráter performativo da linguagem. Para isso, ele parte da constatação de que há certos enunciados que não relatam nem descrevem e que, portanto, não podem ser atribuídas as condições de verdadeiro ou falso a eles. Desse modo, Austin percebe que o declarar de algumas sentenças é, ou é uma parte, do fazer de alguma ação. Para comprovar a sua

argumentação, Austin lança mão de alguns exemplos que hoje são considerados clássicos nas discussões sobre performatividade lingüística. Para ele, a linguagem utilizada em algumas situações específicas é parte constituinte da ação ou do evento, como nos seguintes casos:

(E. a) ‘Eu aceito (tomar esta mulher para ser minha esposa legalmente casada)’ – como declarado no curso de uma cerimônia de casamento. (E. b) ‘Eu batizo este navio como Queen Elizabeth’ – como declarado quando se quebra a garrafa contra a proa. (E. c) ‘Eu deixo meu relógio em herança para o meu irmão’ – como ocorre em um testamento. (E. d) ‘Eu aposto com você uma moeda como choverá amanhã’. (AUSTIN, 1967, p. 05)

Austin argumenta que o ato de enunciar “sim” à pergunta sobre aceitar a condição de casada/casado proferida por um padre em uma cerimônia de casamento, por exemplo, é capaz de mudar uma realidade, de criar ou de transformar uma situação. Assim, a pessoa abdica da condição de solteira/solteiro, tornando-se casada/casado, o que acarreta uma série de conseqüências sociais- pessoais-jurídicas, etc. Dessa forma, com a atribuição da performatividade, a linguagem adquire um poder maior do que o de simplesmente descrever, referir ou enunciar, pois, em casos como os dos exemplos acima, enunciar uma sentença nas circunstâncias apropriadas é mais do que enunciar simplesmente, é fazer. (AUSTIN, 1967, pág. 06). Por isso, dizer é fazer, quando as palavras são ditas em circunstâncias apropriadas, o que leva Austin a argumentar que linguagem é ação. Conforme salienta Butler (1995), Austin faz distinção entre atos ilocucionários e perlocucionários do discurso, isto é, entre ações que são executadas por força das palavras, e as que são executadas como conseqüências das palavras. Derrida (1998) afirma que o performativo, diferente do constativo, tem referência em si mesmo, pois ele não descreve alguma coisa que existe fora da linguagem e anterior a ela, porque ele cria, transforma, produz, efetua. O autor salienta que ainda que possa ser dito que o constativo também pode transformar as coisas, a mudança não faz parte de sua estrutura interna, como faz o performativo. Para Ottoni (1998), na visão performativa há uma fusão do sujeito com o seu objeto, a fala. Assim, sujeito, enunciado e realidade enunciada estão imbricados, são indissociáveis. Ottoni, em seu livro *Visão Performativa da Linguagem*, afirma que a noção do performativo surgiu em contraste com a do enunciado constativo, que pode ser classificado em verdadeiro ou falso. Na visão do performativo, as categorizações em verdadeiro ou falso não podem ser aplicadas, pois sua função é realizar uma ação, distanciando-se de julgamentos sobre veracidade. Desse modo, o que cabe a eles é a classificação de felicidade ou infelicidade.

Tal distinção entre os enunciados constativos e performativos cai por terra na própria articulação austiniana sobre os enunciados performativos, pois essa noção faz com que o nome performe-se a si mesmo, tornando-se algo feito, realizado. Ao pronunciarmos um nome, por exemplo, fazemos referência a ele, constatando e recriando-o, de modo que ação e referência fundem-se. Todavia, para que se dê a performatividade, é preciso haver condições favoráveis para que uma ação seja realizada. O caráter performativo de um enunciado se perde, torna-se nulo ou não se efetua se as condições necessárias para que o ato aconteça não forem adequadas. Nesse caso, Austin sugere que, ao invés de falso, o ato torne-se infeliz. (Austin, 1967, pág. 14). A noção de performatividade lingüística pode se revelar feliz, quando se concretiza, ou infeliz, quando não se concretiza. Ou seja, entender a lógica austiniana requer uma apreciação do contexto em que a fala se insere (DERRIDA, 1988, p. 14), pois o contexto ou a circunstância será o ponto que determina a felicidade ou a realização do ato constativo.

Conforme salienta Bento (2007), o pensamento austiniano tornou-se a base para algumas das análises mais importantes da contemporaneidade porque contribuiu para tornar evidente o poder e a complexidade dos papéis da linguagem na vida social, “especialmente para implementação e manutenção do poder hegemônico, em todas as suas formas, incluindo o caso do gênero”. A performatividade possibilitou uma análise consistente das várias maneiras como as identidades são construídas iterativamente, o que inclui o processo de construção das identidades de gênero. Esse processo, segundo Derrida, só é possível graças ao processo iterativo e citacional; isto é, sempre que se enuncia um enunciado performativo, ele cita e retoma toda a tradição ou todo o histórico que o antecede e reconhece a autoridade de quem fala. No caso de um batizado, por exemplo, o batismo só é concretizado quando o juiz, revestido de sua autoridade, profere “Eu te batizo em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo”, na circunstância adequada para esse proferimento. Então, esse enunciado não faz somente referência àquele que é batizado, mas muda a condição do indivíduo batizado e reinveste de autoridade o próprio sujeito que o profere, reiterando o seu papel<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Em relação aos estudos do gênero, Judith Butler, teórica feminista e filósofa americana, em sua obra *Gender Trouble* (1990), cuja tradução para o português é *Problemas de Gênero* (2012), utiliza-se do pensamento austiniano e dos trabalhos de Michel Foucault sobre corpo para problematizar os conceitos de “sexo”, “gênero” e de “identidade de gênero” buscando desconstruir a dicotomia entre “sexo” e “gênero”; ou seja, Judith Butler deseja renegar a idéia de que gênero seria a contraparte cultural do corpo (“sexo”). Essa obra é a mais influente sobre gênero por tê-lo analisado de uma forma tão abrangente, tornando Butler uma pesquisadora renomada em vários campos disciplinares. Os trabalhos da autora foram traduzidos para muitas línguas e provocaram debates políticos e filosóficos relacionados a temas diversos como identidade, gênero, sexo, sexualidade e raça. Seu trabalho vem crescendo e ganhando espaço em várias áreas disciplinares, não somente devido às suas discussões

Adentrando, agora, na teoria mais especificamente, como já dito anteriormente, ela se desenvolve a partir de alguns conceitos, mas a sua origem se encontra na teoria da performatividade de Austin, sobre linguagem enquanto produtora de realidades. Entretanto, Butler se apropria da noção de iterabilidade e citacionalidade de Derrida acrescidos à teoria austiniana. Nesse ponto ela converge com a entextualização que se baseia na noção de que todo discurso é reiterado e que depende do outro para dar continuidade a ele por meio da contínua citação, repetição, alusão, contradição ou subversão. Além disso, a entextualização parte do pressuposto de que um discurso maior materializa-se em texto e esse texto é repetido mais de uma vez por outros sujeitos que enunciam, conectando-os, em uma situação de comunicação, de forma que as barreiras dos contextos são transpassada, tendo-se transcontextos. A idéia da performatividade de gênero, por sua vez, surge das questionamentos das categorias: sexo, gênero, heterossexualidade e homossexualidade, chegando à conclusão de que todas são construções. A própria Butler (2003) afirma que sexo, gênero e sexualidade constituem o ponto de referência estável de grande parte da teoria e da política feminista (pág. 185). Isso quer dizer que movimentos como o feminista que questionam o caráter essencial de sexo e gênero não o fazem de modo radical. Uma base conceitual é tomada para posteriormente ser questionada ou posta em discussão, conforme propõe a entextualização e a performance de gênero. Os conceitos, relacionados à performatividade de gênero, que já foram aceitos, normatizados, pois durante muito tempo foram instaurados como verdade pela sociedade, são a mola propulsora para os movimentos feministas, pois eles são o ponto de partida epistemológico do qual teoria e política são formuladas (BUTLER, 2003, pág. 185). Portanto, é possível dizer que as bases do feminismo constroem-se dentro de uma lógica dupla, que afirma e nega a existência da essencialidade nas relações sexo e gênero. No feminismo, a política é ostensivamente formulada para expressar os interesses das “mulheres” (BUTLER, 2003, pág. 185). Por isso, o feminismo propõe uma idéia unitária e essencialista de mulher. A partir de então, Butler começa a

---

sobre gênero, mas sobre as suas discussões acerca de outros aspectos do campo sócio-cultural, mas é principalmente sobre gênero que se constroem as suas discussões. Para isso, a teórica discute a relação entre corpo, performatividade e gênero afirmando que este não é somente uma marca cultural em um corpo, mas que ele se constitui discursiva e ideologicamente, construindo, assim, o corpo que se deseja nomear. Assim gênero e sexo são resultados de produções discursivas, performativas. A autora, após o sucesso da obra *Problemas de Gênero*, escreve o livro *Bodies That Matter* que aborda mais detalhadamente o significado do corpo em sua teoria. Em *Excitable Speech*, ela trata sobre o poder do discurso e sua capacidade de promover ideologias autoritárias que podem causar danos aos indivíduos e a comunidades agrupadas por sexo, gênero ou orientação sexual. Por último, nos ensaios reunidos no livro *Undoing Gender*, Judith Butler trata sobre a sobrevivência do indivíduo enquanto ser humano. Nessa pesquisa, vamos nos ater aos trabalhos de Butler sobre o gênero em seu caráter performático para perceber como as postagens de Cosmopolitan Brasil no facebook permitem aplicar as idéias da autora.



questionar até que ponto o corpo também não é algo construído por processos sociais que o significam, apesar de sua materialidade inegável. Tal questionamento desestrutura as bases da teoria e da política feminista, que se baseavam na existência da entidade mulher. Tal entidade era assegurada pela presença da inquestionável materialidade corporal, que parecia estar fora do alcance de qualquer questionamento. Era essa realidade que sustentava a hierarquização social baseada nas diferenças biológicas que distingue homens de mulheres. Para Butler, essa obviedade é questionável porque se se concebe o corpo sendo fixo e o gênero como construção, tal lógica pode ser invertida. Portanto, sexo e gênero devem ser vistos como construções performativas.

Para Butler, o corpo não pode ser negado enquanto fato material. Entretanto, ele não se resume a essa materialidade, pois apresenta significados e implicações sociais que obedecem a uma sequência de interesses, posturas, conceitos e obrigações construída social e culturalmente. Ainda segundo a autora, a distinção entre sexo e gênero sofre críticas por aqueles que consideram que o natural é anterior à inteligibilidade e que necessita de uma marca social para adquirir o seu valor. Entretanto, conforme Butler (2003), a natureza apresenta uma história que não é somente social, mas, por sua vez, o sexo está posicionado em relação ao conceito que ele carrega e à sua história. O conceito de sexo é, ainda segundo a autora, problemático porque é formado por uma série de binarismos e disputas que deveriam definir definitivamente as diferenças entre os dois sexos, mas o conceito de sexo tem uma história que é “sobrescrita pela imagem do lugar ou superfície da inscrição” (pág. 05).

Assim, o sexo é colocado como construção; isto é, como mais dependente da inscrição social, pois, embora haja uma materialidade inquestionável, ela se insere em um mundo social, que impõe suas regras a tudo o que nele é inserido. Nesse espaço, a performance atua, pois a significação social do corpo, do sexo e do gênero dá-se por meio de práticas linguísticas que são repetitivas vezes encenadas e pela imposição de normas. Ademais, o corpo, o sexo e o gênero são circunscritos socialmente por meio do discurso em relação a eles. Conforme salienta Austin, esses discursos criam realidades, uma vez que estabelecem limites e significações e se tornam fatos reais com implicações no corpo material. No entanto, essas construções não são livres ou disponíveis à livre vontade de cada um, pois afirmar isso seria contrapor a teoria em questão, pois ela se firma sobre o ideal de que as construções sociais impõem e limitam a liberdade individual. Bento (2007) lembra que a coerção social constitui-se pela via dupla da imposição de alguns padrões e proibição de outros, tal como a construção performativa da mulher.

## **4 METODOLOGIA**

### **4.1 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A METODOLOGIA**

Neste capítulo, busco detalhar melhor os aspectos metodológicos que nortearam a execução desta pesquisa. Seguindo os passos de Guimarães (2014), desde já esclareço que a contextualização dos dados e a análise que realizo são entextualizações, pois se trata de extrair textos de um lugar e colocar em outro, guiando as interpretações de um texto por meio de qualificações. Nesse sentido, é importante considerar que as observações contextuais que acrescento são interpretações possíveis, pois os significados que estabelecemos a eles, quando se tornam nossos registros de pesquisa, influenciam na construção de sentidos. Tendo em visto o caráter netnográfico desta pesquisa, passo a esmiuçar os detalhes contextuais desta investigação. Aponto questões importantes relacionadas à nossa entrada no campo e à realização desta pesquisa, pois emerge na abordagem netnográfica questões sobre a inserção do/da pesquisador/pesquisadora no campo, por se tratar de um ambiente que pede reflexões sobre tal assunto. Além disso, comparece no horizonte da abordagem netnográfica a questão sobre a interação do/da pesquisador/pesquisadora com a comunidade observada, por ser a netnografia um método muito utilizado na área do marketing. Discutiremos mais sobre esse método no tópico seguinte.

#### **4.1.1 A natureza da pesquisa: netnografia, um método qualitativo de pesquisa**

Na contemporaneidade, as novas tecnologias de comunicação e informação tornam-se um tópico de pesquisa e um importante caminho para a compreensão dos significados sociais (HINE, 2005). A internet, por ser um local de poucas ou nenhuma fronteira, é um campo com muitas possibilidades de observação da vida social. Nela são expostas as transformações pelas quais passam as condições das relações sociais humanas, pois as práticas de interação na internet são um continuum do que se faz no ambiente não-virtual, cenário este que apresenta suas peculiaridades, mas que não pode ser considerado um mundo que se distancia do real, como se fosse possível falar de dois mundos distintos e dicotômicos. Conforme salienta Milton Santos (2007, pág. 74), “o lugar está em todo o lugar, está dissolvido no mundo inteiro, graças à televisão, graças à instantaneidade” e (por que não dizer?) graças aos meios digitais. No caso dessa pesquisa, detemo-nos a pesquisar no ambiente virtual, observando como Cosmopolitan Brasil mantém um contato com suas/seus seguidoras/seguidores e as respostas delas/deles com as ferramentas que a rede social facebook e o site de Cosmopolitan disponibilizam para a interação das/dos internautas com a

revista. Ao se apresentar na rede social facebook e no site, Cosmopolitan Brasil põe em destaque a evidência de outras vozes que interagem, corpos que se materializam no cenário virtual e múltiplas performances de gênero.

Nesse sentido, o desenvolvimento das tecnologias e suas consequências no cotidiano têm contribuído para a criação de novos nichos de observação das práticas sociais e imposto desafios, quanto aos domínios de suas pesquisas, a pesquisadores das ciências sociais e humanas (HINE, 2005, apud GUIMARÃES, 2014). Ademais, a globalização, que está associada a um crescimento significativo da mobilidade de pessoas, objetos, recursos lingüísticos e culturais, apresenta como consequência laços cada vez mais estreitos entre situações localizadas e fluxos transnacionais ou globais. Nesse ínterim, pensar em uma forma de realizar pesquisa em campo na contemporaneidade tem exigido cada vez mais uma revisão do arsenal teórico metodológico de investigação de modo a adaptá-lo às novas configurações sociais (HINE, 2005). Por isso, realizamos um estudo das performances corpóreo-discursivas, no ambiente virtual, de Cosmopolitan Brasil e das/dos internautas que acompanham a revista baseadas na netnografia<sup>41</sup> (HINE, 2000).

A netnografia é um método qualitativo de pesquisa, pois tem como pressuposto a inserção do pesquisador no ciberespaço com o intuito de tentar ler ou construir uma leitura de um escrito cheio de incoerências, elipses e comentários tendenciosos, escrito com exemplos transitórios de comportamento modelado e não com os sinais convencionais do som (GEERTZ, 2001, p. 20), como na etnografia. Entretanto, diferentemente do que assinala Braga (2001), a netnografia não se configura como uma simples transposição do método etnográfico aos ambientes midiáticos e de relacionamentos online através do mapeamento de atores sociais, pois as dinâmicas comunicacionais entre objetos observados e na relação pesquisador-objeto podem diferir, primordialmente na relação tempo-espaço, conforme propõem Hine (2005) e Hodkinson (2005). A propósito disso, é importante ressaltar que as práticas do consumo midiático, os processos de socialização e as práticas de comunicação que envolvem as representações humanas dentro das comunidades virtuais<sup>42</sup> estão em constante transformação, apresentando-se em formas constantemente provisórias. Tal como propõe a pesquisa qualitativa (PQ), a qual, surgida inicialmente na Antropologia e na Sociologia, lida com descrições e interpretações da realidade social baseando-se em dados interpretativos, a netnografia, por ser um método em PQ, é uma forma de pesquisa crítica,

---

<sup>41</sup> Netnografia é um termo mais utilizado pelos pesquisadores da área da administração e do marketing, enquanto que etnografia virtual é um termo mais utilizado pelos pesquisadores da área da Antropologia e das Ciências Sociais. Aqui, ambos serão sinônimos.

<sup>42</sup> Comunidades que se formam em torno de plataformas virtuais.

pois, por meio dela, é possível identificar estruturas de poder naturalizadas em um contexto sócio-histórico específico, o ambiente virtual. Por esse motivo, a PQ é indicada quando se pretende analisar representações de mundo, relações sociais, identidades, opiniões, atitudes, crenças relacionadas a um meio social. Esse fato justifica a escolha do paradigma interpretativo para o desenvolvimento desta pesquisa, de acordo com a perspectiva pragmática adotada, explicitada no Capítulo 2.

Ademais, essa vertente metodológica que começou a ser explorada no final dos anos 80 a partir do surgimento de comunidades virtuais, apresenta características muito peculiares. Para alguns autores, a netnografia, enquanto transposição virtual das formas de pesquisa face a face e similares, apresenta vantagens explícitas como consumir menos tempo, ser menos subjetiva, menos invasiva, pois pode se comportar

como uma janela ao olhar do pesquisador sobre comportamentos naturais de uma comunidade durante seu funcionamento, fora de um espaço fabricado para a pesquisa, sem que este interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente. (KOZINETS, 2002)

Em contrapartida, ela perde em termos de contato presencial que podem revelar nuances que o texto escrito e os emoticons não revelam. Entendemos, portanto, que a inserção mais ativa do pesquisador na comunidade virtual pode contribuir para que novos sentidos sejam criados, e, muitas vezes, achamos necessária uma intervenção como uma curta ou um compartilhamento. Sentimos, ainda, a necessidade de explorar mais das mulheres leitoras porque as respostas nas redes sociais se limitavam a emoticons ou a breves comentários que impossibilitavam a pesquisa do consumo midiático. Optamos, portanto, por acompanhar os fluxos de Cosmopolitan Brasil, buscando compreender a movimentação, que gera por meio da linguagem sentidos múltiplos, sobre as performances de gênero. Entretanto, esse impasse que nos incomodou bastante durante a pesquisa, o fato de as leitoras – a página de Cosmopolitan Brasil tem mais de 650.000 seguidores/seguadoras - não comentarem muito sobre as matérias da revista levou-nos a reconhecer o próprio campo. Apesar das inúmeras possibilidades de interação com os moderadores, estes não parecem favorecer a um diálogo com as/os leitoras/leitores porque, diferente de outras páginas comerciais, os moderadores de Cosmopolitan Brasil muito raramente buscam manter um diálogo com as/os leitoras/leitores por meio dos comentários. Isso levou-nos a visitar o perfil de algumas/alguns seguidores/seguadoras de Cosmopolitan e ver o que elas/eles postavam publicamente para conhecer um pouco mais sobre elas/eles com as ferramentas que o facebook disponibiliza. Além disso, esse fato nos levou a questionar os pressupostos netnográficos, ao invés de

simplesmente trocar de método de pesquisa. Resolvemos, portanto, segui-los e mostrar as limitações e os sucessos que tal metodologia nos ofereceu durante essa pesquisa.

Diferentemente do que assinala Kozinets (2002, apud AMARAL et al. 2008 ), a netnografia não consome menos tempo do observador, não é menos dispendiosa e menos subjetiva e invasiva. O/a pesquisador/pesquisadora que observa o que ocorre através da tela do computador precisa estar atento aos movimentos das/dos interactantes, pois qualquer deslize implica em perda dos dados, que podem ser muito importantes para a realização da pesquisa, devido ao caráter fluido da internet facilitado pela ferramenta “excluir” e, até mesmo, pela opção “descurtir” que permitem, respectivamente, excluir uma postagem ou um comentário e desfazer a curtida de uma postagem ou de um comentário. Por isso, a observação consome bastante tempo do/da pesquisador/pesquisadora, pois ele/ela precisa estar atento/atenta a todos os movimentos importantes na comunidade observada que podem guiá-lo/guíá-la a outro ambiente, a perfis de outros/outras participantes da pesquisa ou a sinais importantes que podem se dar dentro do campo, o que exclui a possibilidade de caracterizá-la como menos árdua ou menos dispendiosa. Ademais, no caso do facebook, é possível observar os perfis dos/das seguidores/seguadoras de uma fanpage, como é o caso de Cosmopolitan Brasil, e acompanhar o que eles/elas postam no modo público,<sup>43</sup> conhecendo mais sobre eles/elas.

Desse modo, a netnografia, como pesquisa qualitativa que é, não apresenta um pré-estabelecimento do que deve ser feito na pesquisa. Ao contrário disso, ela oferece múltiplas opções de métodos para geração de dados, construção de *corpora*, manejo e análise de dados; desse modo, o/a planejador/planejadora precisa construir uma metodologia adequada para a sua pesquisa. Esse seria o primeiro dos dois elementos que não a qualificam como pesquisa quantitativa. O segundo elemento que caracteriza a netnografia e, por conseguinte, a classifica como pesquisa qualitativa é o seu caráter cíclico, recursivo. A geração/coleta e a análise de dados<sup>44</sup> são relacionados, ou seja, as análises iniciais podem apontar a necessidade de revisão

---

<sup>43</sup> A privacidade das postagens podem estar no modo disponível para amigos, amigos de amigos ou somente para o/a dono/dona da conta do facebook

<sup>44</sup> Rezende (ano) propõe uma distinção epistemológica entre a coleta de dados e a geração de dados por entender que, na pesquisa de campo de natureza etnográfica, a maior parte dos dados não é simplesmente coletada, como se já estivesse pronta independentemente do trabalho do/da pesquisador /pesquisadora, mas sim gerado, produzido para fins específicos de pesquisa. Segundo a referida autora, ir a campo e realizar interações organizadas para a pesquisa não é coletar dados já disponíveis na vida social, pois o que fazemos é criar situações, gerando espaços de interlocução e, muitas vezes, criando métodos para isso. Conforme Rezende (2008) salienta, investigamos problemas sociais pré-existentes à pesquisa, mas criamos situações sociais úteis para a sua investigação. Em contrapartida, coletamos textos e interações já disponíveis, que existem

dos métodos de geração e coleta de dados. Por isso, o manejo metodológico deve ser suscetível a novas formulações ou ajustes. A escolha entre um ou outro tipo de pesquisa deve depender do objeto de pesquisa e da maneira como o/a pesquisador/pesquisadora posiciona-se com relação à construção de conhecimentos. Silvermann (2000:12 apud Rezende, 2008) aponta que uma questão crucial, anterior à seleção/criação dos métodos de pesquisa, que devemos fazer é se os métodos de pesquisa adotados são apropriados à natureza da questão que está sendo investigada. Vários/ várias autores/ autoras corroboram com essa opinião estabelecendo uma ligação entre o problema investigado e a tradição de pesquisa selecionada na construção da pesquisa, como Mason (2002 e 2006), Miller e Crabtree (1992:6 apud Rezende, 2008) afirmam que a escolha de um estilo de pesquisa para um projeto particular depende do objeto da pesquisa, do objetivo da análise e das questões de pesquisa relacionadas; Kuzel (1992:37) corrobora com essa perspectiva ao considerar que a natureza do problema que permeia a pesquisa permite um julgamento da forma da pesquisa – qualitativa ou quantitativa- desejável para a investigação.

Portanto, filiar-se a uma pesquisa qualitativa muitas vezes não é suficiente para esclarecer a natureza de uma pesquisa. Embora a nomenclatura “pesquisa qualitativa” ofereça, como assinala Rezende (2008), uma certa homogeneidade, um consenso, ela não faz jus às várias abordagens que se identificam com o rótulo; ou seja, trata-se de um nome que abarca uma série de abordagens interpretativas. Há, porém, um princípio que une as várias abordagens interpretativas e que as classificam como qualitativas, que é o interesse na compreensão de relações complexas de redes de práticas, o que justifica a adoção de vários métodos de análise e a recusa à padronização desses métodos, como os questionários, por exemplo, a menos que eles sejam complementares a outros métodos de pesquisa. Por isso, por meio da pesquisa qualitativa e de métodos observacionais, é possível acessar informações específicas não encontradas em dados quantitativos ou documentos isolados.

Nesse contexto, a netnografia, enquanto método de pesquisa que se realiza no meio virtual, é construída nos fluxos da investigação, de acordo com as necessidades do/da pesquisador/pesquisadora durante a pesquisa. No caso desta pesquisa, foram coletadas as interações entre a comunidade seguidora da fanpage e do site de Cosmopolitan Brasil sem entrevistas ou intervenções entre os membros da comunidade investigada.

#### **4.1.2. Corpus**

O corpus dessa pesquisa consiste em 6 publicações de Cosmopolitan Brasil no site, que foram repostadas no facebook, no instagram, no twitter e no pinterest, mas os ambientes estudados foram o facebook e o site de Cosmopolitan Brasil, bem como os comentários e os perfis de algumas seguidoras que ajudaram a conhecer um pouco sobre o perfil cultural da comunidade. As matérias eleitas giram em torno de assuntos relacionados ao comportamento de homens e mulheres, como formas de agir, de se relacionar, de se portar, entre outras.

##### **4.1.2.1 Participantes de pesquisa**

Foram participantes dessa pesquisa alguns/algumas leitores/leitoras que comentaram sobre as postagens e sobre as matérias selecionadas de Cosmopolitan Brasil. Inclusive, visitei o perfil de alguns deles/delas e pude observar que algumas delas são realmente leitoras de revistas femininas e que acompanham as postagens não somente de Cosmopolitan, mas do Portal M de Mulher, por compartilharem algumas matérias da revista em análise e do portal em questão, de modo que as revistas femininas constroem os discursos delas no facebook. Muitas delas sempre comentam em par; isto é, marcam algumas outras meninas para lerem os seus comentários e as matérias da revista, de modo que vai se construindo aos poucos um grupo de leitoras

#### **4.1.3 Procedimento de coleta de dados**

A partir dos conhecimentos adquiridos sobre performances de gênero, entextualização e transcontextualização, passou-se a observar o campo com essa bagagem conceitual. A observação, que antes já nos ocasionou uma certa surpresa pela ousadia da revista ao tocar em assuntos que pareciam ser intocáveis, tornou-se mais direcionada, o que facilitou a seleção de matérias para análise. Por se tratar de uma netnografia, que não exige do pesquisador um contato com o público, podemos dizer que o que ocorreu foi uma coleta de dados para análise. O processo netnográfico de coleta de dados é algo que precisa ser revisto, pois muitas informações se perdem com a falta de interação com os membros da comunidade Cosmopolitan Brasil, de modo que seria interessante que houvesse um processo de geração ou multiplicação dos dados, pois, dessa forma, poderíamos conhecer com mais profundidade os/as participantes da pesquisa.

## 5 ANÁLISE DOS DADOS

Uma vez detalhados os procedimentos metodológicos e de geração de dados, o corpus, os contextos, os transcontextos e os/as participantes da pesquisa, exposta as bases teóricas e os construtos analíticos, temos como objetivo, neste capítulo, a análise de alguns dados gerados no site e na rede social facebook de Cosmopolitan Brasil. As matérias, os comentários e os perfis dos/das participantes analisados/analizadas tentam responder à pergunta geral da pesquisa e às três subperguntas derivadas, já apresentadas na Introdução e repetidas abaixo.

### **Como a linguagem é capaz de conduzir por meio de sucessivas trajetórias de entextualização e transcontextualização performances de gênero em Cosmopolitan Brasil?**

As perguntas que se seguem são subperguntas relacionadas à principal.

- Que D/discursos referentes ao gênero são entextualizados em práticas interacionais na fanpage e no site de Cosmopolitan Brasil?
- Como e quais são os efeitos relacionados a performances de gênero que se dão por meio da repetição-diferença no embate discursivo?
- Como entextualização e transcontextualização podem ser utilizadas para análise de textos imagético-verbais?

Ao pôr em foco performances de gênero nas práticas comunicativas no site e no facebook de Cosmopolitan Brasil, esta pesquisa combina métodos netnográficos de observação com perspectivas de análise discursivo-interacionais. A análise dos dados se baseia no estudo das matérias de Cosmopolitan Brasil e nas performances de gênero de seus/suas/seus leitores/leitoras que comentam, no site e/ou na fanpage, ou travam uma discussão com outros/outras integrantes da comunidade de Cosmopolitan Brasil.

O recorte analítico toma como ponto de partida trajetórias de alguns textos produzidos por Cosmopolitan Brasil, relacionados a significados de gênero, na tentativa de responder às questões de pesquisa que, de uma maneira dialógica, foram construídas pelos próprios dizeres de Cosmopolitan Brasil, pelo próprio campo. Na seção 4.1, realizo análise das frases de efeito de Cosmopolitan que são acompanhadas de imagens, constituindo assim um texto imagético-verbal, conforme nomeia GOMES (2004). Na seção 4.2 realizo análise



das matérias de Cosmopolitan e da interação da comunidade que acompanha as postagens da referida fanpage.

Antes de começarmos mais efetivamente as análises, cabe ressaltar que Cosmopolitan Brasil apresenta muita positividade com hashtags e legendas que se propõem a fazer a mulher se sentir bem, “pra cima”, como #simvcpode, #girlpower, #desafiodos30diassemreclamar – que se trata de um desafio travado pela revista em que suas/seus seguidoras/seguidores deveriam passar 30 dias sem se maldizer, focando a atenção nas coisas boas da vida em detrimento de quaisquer outras que pudessem gerar um aborrecimento-, além de muitas matérias direcionadas para a resolução de problemas cotidianos que vão desde a busca pelo prazer no relacionamento hétero a dois até dicas de penteados para cabelos com frizz. Por se tratar de uma revista que trabalha com infotimento, Cosmopolitan aposta em matérias muito diversificadas que às vezes são bem aceitas e outras vezes não, como foi o caso desta que recebeu o título “Jeitos de fazer sexo em qualquer lugar neste verão”, que lhe rendeu comentários como estes abaixo:

Figura 17 – Postagem 12



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 18 – Comentários 2



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

O primeiro comentário “Aff... qta matéria inútil pelo amor de Deus!!!!” apresenta a expressão “aff”, uma contração da expressão “Ave Maria!”, que se constitui como uma saudação religiosa em latim à Maria, mãe de Jesus Cristo, cuja tradução é “Salve Maria”. No entanto, nesse contexto, ela é utilizada como uma expressão-resposta de desaprovação a algo mencionado anteriormente. Na continuação da frase, temos a contração da palavra “quanta” em “qta”<sup>45</sup> completando o sentido de “matéria inútil”. Desse modo, podemos entender que a autora desse comentário não leu somente o post ou, pelo menos, o título do post acima, mas também outras matérias da revista ou, ao menos, o título delas, e não aprovou aquilo que leu, o que culminou no seu desabafo. Continuando a análise da frase, temos a expressão “pelo amor de Deus”, que, nesse contexto, representa ainda mais fortemente o tom de desaprovação e desabafo. Comentários como esses aparecem algumas vezes, em algumas postagens, assim como críticas relacionadas às inadequações gramaticais das matérias da revista ou até mesmo relacionadas a repetição de uma matéria, publicada originalmente no final do ano de 2014 e republicada em dezembro de 2015, sem a revista trocar a data, o que levou uma seguidora a reclamar de uma “matéria requentada”. Esses pequenos deslizes ou o fato de a revista tratar de qualquer assunto, muitas vezes considerados desnecessários ou inúteis, fizeram-me ouvir e ler algumas vezes que a revista era fútil e tratava de assuntos sem grande valia. Em contrapartida, também observei postagens de Cosmopolitan que apresentavam mais de 2.000 curtidas, 495

<sup>45</sup> Essas contrações são muito comuns no ambiente virtual, pois as interações nesse espaço se dão muito instantaneamente. Por isso, facilmente encontramos, por exemplo, a saudação “tudo bem” expressa em “td bem”, as palavras “saudades” e “beijos”, em “sdds” e “bjs”, respectivamente.

compartilhamentos e alguns comentários de pessoas que se reconheciam na postagem, como esta abaixo:

Figura 19 – Postagem 13



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Figura 20 – Comentários 3



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Podemos observar que todos os comentários, com exceção do último, apresentaram expressões de aprovação ou de concordância com o post de Cosmopolitan Brasil. Já no primeiro comentário, temos a frase “Fatoooo mesmo galera”, em que a gíria “fato”, com o prolongamento da última vogal como recurso representativo da oralidade e de intensa reafirmação do foi dito, está acompanhada da palavra “mesmo” que, ao reafirmar o conteúdo da frase, tem função de advérbio neste enunciado, e do vocativo “galera”, que indica um direcionamento dialógico ao grupo de leitoras de Cosmopolitan ou aos moderadores da fanpage da revista no facebook. Esse comentário se assemelha ao quinto, ao sexto e ao sétimo comentário que são, respectivamente, “É mesmo”, “Exatamente assim” e “Bem assim”, incluindo marcação de um amigo, no sexto comentário, e emoticons como “;)”, que indica uma piscadela e um sorriso de cumplicidade; “;P”, que indica uma piscadela e uma língua para fora sinalizando irreverência, “;\*”, que indica uma piscadela e um beijo, sinalizando afetividade e confiança ao que está sendo dito. O segundo e o terceiro comentário completam o sentido da postagem, que diz “Não fique com pessoas que não querem o melhor para você”. Dessa forma, não ficar com essas pessoas pode levar à seguinte interpretação: manter distância”, que é o que dizem as autoras dos comentários dois e três: “Quero distância”,

“Corra delas”, este último acompanhado de duas bonequinhas correndo. O quarto comentário é de uma seguidora que concorda com o enunciado da postagem, pois ela diz “Pode deixar”, como se fosse cumprir o que propõe o post. A autora do último comentário colocou apenas um emoticon que é o dedo polegar para baixo, construindo um sinal de negatividade.

Esse fato já demonstra que o público de Cosmopolitan é crítico, atento às publicações da revista e, ainda que timidamente, reage utilizando as ferramentas que o facebook e o site disponibilizam para se manifestarem a respeito de um post ou de uma matéria de Cosmopolitan ou do site M de Mulher. Ainda assim, foi difícil encontrar postagens no facebook e matérias no site que apresentassem comentários extensos, pois as reações muitas vezes se limitavam a curtidas ou compartilhamentos em grande número, o que me levou a seguir os fluxos para conhecer mais sobre o público de Cosmopolitan observando os perfis deles/delas no facebook. Na sequência, faremos as análises na ordem que mencionamos anteriormente.

## 5.1 FRASES E IMAGENS DE EFEITO: FLUXOS DE IMAGENS E DIZERES PERFORMÁTICOS NA FANPAGE DE COSMOPOLITAN BRASIL

As frases de efeito, que são lançadas em um texto imagético-verbal de Cosmopolitan Brasil, são frequentes na fanpage da revista. Muitas vezes, elas são mais curtidas do que as matérias de Cosmopolitan Brasil. Essas frases são curtas e vêm acompanhadas de imagens, algumas vezes, relacionadas ao texto escrito. Tal montagem, texto e imagem, é bem característica dos textos imagético-verbais que circulam nas redes sociais, pois no ambiente virtual se dá com mais facilidade a leitura do texto imagético-verbal. Como já foi dito, anteriormente, muitas vezes, por se tratar de uma revista que trabalha com temas do cotidiano de uma maneira leve e divertida, encontramos nos textos imagético-verbais mais espaço para proporcionar esse momento de humor, distração, de lançar conselhos ou dicas de comportamento de Cosmopolitan, em que há muita identificação das leitoras com comentários abaixo desses textos. O primeiro a ser analisado, postado no dia 12 de junho de 2015, é o que podemos observar abaixo:

Figura 21 – Postagem 15



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

Essa imagem comprova a idéia de que é possível haver descontextualização-contextualização-transcontextualização em textos imagéticos, que são uma constante no facebook de Cosmopolitan Brasil, pois temos nela extraídos uma cena do filme “O Diário de Uma Paixão”, cujo título original é “The Notebook”, e um fragmento da música “Não vá embora” de Marisa Monte. O filme é uma adaptação cinematográfica da obra literária de mesmo nome, cuja autoria é do escritor Nicholas Sparks. Livro e filme narram a história de um senhor, que vive, por conta própria, em um asilo, e que lê, todos os dias, um diário para uma senhora com Alzheimer. No diário, está escrita a história de amor de Noah, um rapaz simples e trabalhador, que, durante o verão, conhece uma moça da alta sociedade, Allie. Eles se apaixonam, mas os pais dela não aprovam o namoro. Após Allie e Noah passarem o verão inteiro juntos em Nova Berna, na Carolina do Norte – momento em que eles se divertem muito, como retratado na fotografia acima-, os pais de Allie decidem que vão embora, levando-a com eles, pois ela era menor de idade. O casal, Allie e Noah, decide não perder o contato, mas Allie não recebe nenhuma carta de Noah, pois a mãe dela escondia todas as cartas que ele escrevia para Allie. Com o passar dos anos, sem obter nenhuma resposta da amada, Noah vai para guerra e, ao retornar, reforma uma casa que comprou e, nela, vive sozinho. Por fazer um belo trabalho de restauração da casa que comprou, uma foto de Noah e sua casa sai no jornal e Allie vê a foto após vários anos sem notícias dele. Então, ela resolve ir até Nova Berna com o pretexto de relaxar um pouco e resolver uns problemas

pendentes, antes de seu casamento, que já estava marcado para a semana seguinte. Chegando lá, ela vai à procura dele, e ambos conversam o dia todo. Ele a convida para voltar no dia seguinte e acabam se entregando um ao outro. Nesse meio tempo, a mãe de Allie descobre que a filha está na casa de Noah, vai até lá e avisa a filha que seu noivo está desconfiado e que foi procurar por Allie em Nova Berna, hospedando-se no mesmo hotel em que a filha se hospedou. A mãe também entrega a filha todas as cartas que Noah mandou a Allie durante dois anos e deixa a filha decidir com quem ela vai ficar. Allie vai até o hotel, conversa com seu noivo e decide ficar com Noah. No final do filme e do livro, descobrimos que Allie é a senhora com Alzheimer e Noah é o senhor que vive no asilo, relendo, todos os dias, a história da vida deles para que ela recupere a memória por apenas alguns minutos.

A imagem de uma das cenas do filme, que Cosmopolitan dispõe em sua página, carrega o histórico do filme consigo e, postada no dia dos namorados, em diálogo com um trecho da canção de Marisa Monte, constroem um texto imagético-verbal com elementos muitos românticos. A imagem, que foi extraída do filme, passeou até a página na fanpage de Cosmopolitan, somada à seguinte música de Marisa Monte:

Não Vá Embora

Marisa Monte

E no meio de tanta gente eu encontrei você

Entre tanta gente chata sem nenhuma graça, você veio

E eu que pensava que não ia me apaixonar

Nunca mais na vida

Eu podia ficar feio, só, perdido

Mas com você eu fico muito mais bonito

Mais esperto

E podia estar tudo agora dando errado pra mim

Mas com você dá certo

Por isso não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

Por isso não vá, não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

Eu podia estar sofrendo, caído por aí

Mas com você eu fico muito mais feliz

Mais desperto

Eu podia estar agora sem você

Mas eu não quero, não quero

Por isso não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

Por isso não vá, não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

Por isso não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

Por isso não vá, não vá embora

Por isso não me deixe nunca, nunca mais

A música trata de um eu-lírico que pensava que não ia mais se apaixonar na vida, mas encontra alguém, no meio de tanta gente, pelo qual se apaixonou e pede incessantemente para esse alguém que não o deixe nunca mais, tal qual a história de Noah e Allie. O trecho “e no meio de tanta gente eu encontrei você!”, quando somado à imagem do casal, constroem um texto imagético-verbal romântico para o dia dos namorados e que atribuiu à postagem 1.849 curtidas, 342 compartilhamentos e 11 comentários, que podemos observar logo abaixo:

Figura 22- Comentários 3



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

A maioria das/dos seguidoras/seguidores reconhecem a cena do filme. Algumas lembram do livro e do filme, atribuindo qualificações positivas a eles, à história narrada e ao ator Ryan Gosling, que interpretou o personagem Noah. Chamam atenção o segundo comentário, em que há uma transposição da letra da música, constituindo uma continuidade do trecho presente na postagem, e o último comentário, que é uma resposta ao penúltimo, pois há um reconhecimento do seguidor com a música de uma maneira literal, como ele mesmo ressalta, em resposta à marcação <sup>46</sup> que uma leitora fez: “Literalmente no meio de tanta gente nós nos encontramos...!!! Amo...”

Outro exemplo parecido se dá com a postagem abaixo, publicada no dia 02 de agosto de 2015:

<sup>46</sup> O fenômeno marcar no *facebook* se dá quando selecionamos o nome de uma pessoa em uma postagem, foto ou em um comentário, de modo que, marcando um determinado perfil por meio do nome, o selecionado recebe uma notificação para visualizar onde seu nome foi marcado.



Figura 23- Postagem 16



Fonte: Facebook de Cosmopolitan Brasil

A cena é do filme, baseado em fatos reais, *Os Intocáveis*, que retrata a história de um tetraplégico à procura de alguém que possa trabalhar como seu cuidador. A partir de então, começa um relacionamento incomum entre o cadeirante, Philippe, e um rapaz que consegue observá-lo, além da cadeira de rodas, tornando-se, por isso, diferente dos demais candidatos ao cargo de cuidador. Seu nome é Driss e ele não permite que a compaixão e a piedade limitem a sua visão sobre Philippe. Driss é pobre e inicialmente não se interessava pelo emprego, mas seduzido pela casa do milionário cadeirante resolve experimentar trabalhar para ele, que tem uma história de vida muito diferente da sua. Desse modo, tal relacionamento, que a princípio parecia improvável, transforma-se em uma troca de experiências por meio de uma amizade verdadeira, pois Driss encara Philippe como um igual, extrapolando a idéia de que o corpo físico, embora aprisionado, pode superar os seus limites. Nesse contexto, situações engraçadas e emocionantes são relatadas de forma espirituosa e convincente, tornando o filme leve, apesar de tratar sobre um tema tão dramático e delicado. O filme nos faz perceber que as limitações, ainda que graves e determinantes, podem ser redimensionadas.

Foi agregada à imagem a frase “Não espere nada, mas aprecie tudo o que tiver.” A frase dialoga com os preceitos de Cosmopolitan de que ser divertida, ousada e feminina é aproveitar as coisas boas que a vida oferece, tal qual a filosofia de vida do filme “*Os Intocáveis*”. O tom de conselho é dado pelo uso dos verbos no imperativo negativo e

afirmativo, respectivamente com “não espere” e “aprecie”, se considerado todo o contexto que envolve a frase - pois os verbos no imperativo negativo ou imperativo afirmativo podem indicar ordem-, que seria o histórico de benevolência e emoção que o filme carrega. A aplicação desses verbos na fanpage de uma revista feminina, a qual, desde sua primeira edição, trabalha com matérias em tons confessionais e amistosos, com o intuito de conduzir uma certa forma de agir, também contribuem para o entendimento do texto imagético-verbal em questão como um conselho de Cosmopolitan Brasil.

Como é possível perceber, a própria cena do filme “Os Intocáveis” postada em Cosmopolitan, assim como a do filme “O Diário de uma Paixão” foram entextualizadas-descontextualizadas-contextualizadas, realizando uma transcontextualização. Esse processo pode contribuir para a realização de inúmeras performances. As do público de Cosmopolitan foi o de identificar o histórico das imagens entextualizadas-descontextualizadas-contextualizadas-transcontextualizadas e se reconhecer na nova mensagem que foi formada a partir de um texto anterior. Os novos textos que surgem nesse ambiente, às vezes, limitam-se a breves comentários qualificando a montagem do texto imagético-verbal de Cosmopolitan ou remetendo ao histórico de um dos dois textos, reconhecendo a própria montagem de textos da revista.

Os textos imagético-verbais analisados foram selecionadas por apresentarem fortes diálogos com outros textos e por contribuírem para uma análise de textos imagético-verbais a partir das categorias de entextualização e transcontextualização. Eles são usados no facebook de Cosmopolitan para divertir, entreter e continuar mantendo o contato com as suas leitoras. Somente a segunda imagem contribui mais fortemente para performances de gênero, o que não desqualifica a primeira imagem, que contribui para adereçar ainda mais uma data festiva, o dia dos namorados e, por meio da repetição, contribuir para que as leitoras relembrem a história do livro e do filme e se sensibilizem com eles.

## 5.2 MATÉRIAS DE COSMOPOLITAN BRASIL: FLUXOS DOS DIZERES PERFORMÁTICOS

Começaremos, agora, a analisar as matérias veiculadas no site e na fanpage de Cosmopolitan Brasil. Iniciaremos com uma matéria atualizada em 24 de outubro de 2015 de título “5 regras de relacionamento que você precisa quebrar já.” Ela apresenta o seguinte texto:

## 5 regras de relacionamento que você precisa quebrar já

Você é doida por um cara, mas não o chama para sair porque, ahn, não é legal? Deixa disso!

Figura 24 – Matéria do site 1



Fonte: Site de Cosmopolitan Brasil

### **Não dormir na casa dele até o "xx" encontro**

Não importa se você vai transar com o cara no primeiro encontro ou depois de cinco meses, ele tem que te respeitar de qualquer maneira. Se você estiver a fim de dormir na casa dele no segundo encontro, ótimo! E se for no primeiro, ótimo também. Não tenha medo.

### **Não chamar o gato pra sair**

O que acontece é o seguinte: todos os caras com quem você não quer sair te chamam pra um encontro e aquele com quem você sonha em jantar nunca te chamou. Se você quer tanto assim, convide-o para tomar um vinho. Não há nenhum problema nisso, ok?

### **Comer uma saladinha só pra mostrar que é light**

Você é a maior fã de um hambúrguer e nem gosta muito de salada, mas nos primeiros dates você só come alface e tomate porque não quer “fazer feio” na frente do boy. Você não tem que fazer isso! Se ele é um homem legal, vai gostar de você comendo uma saladinha ou um hamburgão e melhor: vai te acompanhar em qualquer um dos dois.

### **Não aceitar os primeiros convites para fazer charme**

Quantas vezes você já recusou um convite para jantar com um cara super legal só porque achou que aceitar de primeira era feio? Pode parar com isso! Se você não tem qualquer outro compromisso e está interessada, vá!

### **Contar que ele vai levar a camisinha**

Eles aparece

m despreparados, sim! E, além disso, porque você não pode ser a responsável por levar a camisinha a um encontro? É a sua saúde que vai ser protegida também, por isso da próxima vez não hesite.

O título da matéria, “5 regras de relacionamentos que você precisa quebrar já”, apresenta sinais lingüístico-discursivos de transgressão de comportamentos previamente moldados em relacionamentos, na tentativa de instaurar uma nova ordem, para que a mulher leitora da revista seja uma #mulherdeCosmo, uma mulher ousada, diferente e muito feminina. Para isso, a revista se utiliza de enunciados como “você precisa quebrar já”. A palavra “precisa”, nesse enunciado, remete à necessidade de “quebrar” as regras o mais rápido possível, “já”. Como se não coubesse mais no social em que vivemos formas de relacionamento um pouco mais tradicionais. Na sequência temos o subtítulo “Você é doida por um cara, mas não o chama para sair porque, ahn, não é legal? Deixa disso!”, no qual a revista se utiliza de expressões coloquiais como “doida por um cara”, em referência a estar interessada ou sentir-se atraída por um homem, aproximando-se, ao se utilizar desse tipo de linguagem, de suas leitoras. Nesse trecho ela deixa claro que a matéria está sendo dirigida para as mulheres, quando faz referência ao seu público por meio do predicativo “doida”, que está no feminino. Além disso, ela utiliza uma marca de oralidade, “ahn”, sinalizando um tom conversacional com a leitora, como se fosse, até mesmo, capaz de ouvir ou de deduzir o que diria a leitora em uma situação como essa. Também há na expressão “ahn”, um tom irônico para a previsível resposta de que “não é legal” chamar um homem para sair. Assim, podemos dizer que a matéria entextualizou um Discurso tradicional de comportamentos feminino em relacionamentos amorosos para subvertê-lo, de modo que esses dois discursos se entremeiam e quebram as fluidas barreiras dos contextos, transcontextualizando os dois discursos. Isso pode conduzir a idéia de que um discurso para se assegurar precisa de outro como suporte. Neste caso, o discurso da mulher ousada, diferente e muito feminina toma como base para sua constituição o discurso sobre os comportamentos ainda tradicionais em se tratando de relacionamentos amorosos.

A imagem da matéria foi retirada do filme norte-americano *A Lot Like Love*, conhecido no Brasil como “De repente é amor”. O filme trata sobre a história de Oliver, interpretado por Ashton Kutcher, e Emily, interpretada por Amanda Peet, que se encontraram pela primeira vez em um vôo para Los Angeles e acabam tendo um caso de um só dia. Durante os sete anos seguintes, os dois vivem encontros e desencontros, passando por diversas situações juntos e separados, o que contribui para que eles se tornem amigos inseparáveis e, depois, tenham um relacionamento amoroso. No filme, Oliver é um recém-formado que procura seguir um cronograma bem rígido de sua vida, para que seja possível alcançar sucesso profissional da maneira mais rápida possível e também encontrar o amor da sua vida. Emily é espontânea, indisciplinada e do tipo que prefere ver aonde a vida pode levá-la, ao invés de fazer planos para o futuro. Eles se sentem atraídos, mas percebem que as suas características são incompatíveis. Emily, como a mulher que *Cosmopolitan* desenha, gosta de quebrar regras em se tratando de relacionamentos. O histórico que a foto carrega dialoga com o próprio texto de *Cosmopolita Brasil*, que nós vamos analisar logo abaixo.

Na primeira regra “Não dormir na casa dele até o xx encontro”, *Cosmopolitan Brasil* aposta no empoderamento feminino; isto é, na escolha que ela tem de dormir ou não na casa dele, independente se for o primeiro ou o xx encontro do casal. Ela pode fazer isso e sem medo. Nesse sentido, a regra, para a revista, é fazer o que deseja e não ter medo. Enfatizam a percepção de estarem sendo instauradas novas regras o uso de verbos no imperativo em toda a matéria.

Na segunda regra, “Não chamar o gato pra sair”, destaca-se a contração da preposição ‘para’ em ‘pra’, confirmando a recorrência da revista a marcas de oralidade, que, como já dito anteriormente, estreitam as relações entre seguidoras e revista online. Supondo uma situação em que uma leitora de *Cosmopolitan Brasil* é convidada por muitos “caras” que ela não está a fim e somente aquele de que ela gosta não a chama, a autora da matéria propõe que uma #Cosmogirl faça diferente: chame aquele que ela está interessada para tomar um vinho. E tranquiliza a leitora com a sentença “Não nenhum problema nisso, ok?”. Nessa regra e na anterior encontramos um tom de encorajamento de *Cosmopolitan Brasil* para que as leitoras façam aquilo que desejam, mas que não têm coragem.

Na terceira regra, “Comer uma saladinha só pra mostrar que é light”, a autora da matéria supõe uma situação: escolher o que comer em um encontro. Essa escolha, segundo *Cosmopolitan* pode revelar muito da pessoa ou do que ela quer aparentar. Para *Cosmopolitan*,

as regras que norteiam uma escolha que pareça ser a melhor, diferente daquilo que você realmente gostaria de comer, como eleger uma saladinha “só pra mostrar que é light” não é uma boa opção. Você tem que escolher aquilo que você realmente deseja comer, pois, desse modo, o cara, se for legal, vai curtir você comendo uma salada ou um hamburgão. Se ele não apreciar a escolha do tipo de alimento que você come, ele não é um cara legal e não vale a pena estar com ele.

Na quarta regra, “Não aceitar os primeiros convites só pra fazer charme”, a utilização dos enunciados “Pode parar com isso!” como resposta a essa regra, sugerem o que a mulher deve fazer de maneira bem enfática e acrescenta que se você não tiver nenhum outro compromisso e estiver interessada, “vá!”.

Outra regra que, segundo Cosmopolitan, precisa ser quebrada é “Contar que ele vai levar a camisinha”. Porque a leitora também pode ser responsável por levar a camisinha em um primeiro encontro, pois o que está em jogo é também a sua saúde.

Desse modo, ela vai lançando maneiras de se comportar, de agir, de comer, performances que são reafirmadas nos históricos das imagens e no decorrer do texto por meio de entextualizações e transcontextualizações recorrentes.

Antes de começarmos a segunda análise, cabe ressaltar que Cosmopolitan apresenta uma seção no site chamada #girlpower, em que são discutidos, em tom de matéria jornalística, assuntos sobre feminismo, tais como “Ativista Feminista Sofre Estupro e Relata no Instagram”, “Coletivo Feminista Muda a Paisagem da Índia, Paquistão e Nepal”, “Vídeo Conta 48 Absurdos Que Mulheres Ouvem Durante a Vida”, “Conto de Fadas Brasileiro Fala Sobre o Amor Entre Duas Mulheres”. Não analisamos o conteúdo dessas matérias, pois interessam-nos as que propõem novas formas de comportamento baseados no estilo de uma mulher de Cosmo, que são as mais publicadas no facebook. Desse modo, continuamos as análises.

A segunda matéria que vamos analisar possui o seguinte título:

### **10 atitudes de que nenhuma mulher precisa aceitar de um cara**

Uma #MulherdeCosmo sabe que merece ser bem tratada

Figura 25 – Matéria do site 2



Fonte: Site de Cosmopolitan Brasil

Não importa o status do seu relacionamento com um homem, você não precisa aguentar nenhum boy que:

**1. Regula, ou melhor, PENSA**

que pode regular o tamanho da sua saia e decote. Ou acha que pode dizer que roupa você deve (ou não) vestir.

**2. Acha que pode limitar seus horários com as suas amigas.**

Ou coordenar aonde vocês vão juntas: “Humm, mas não vai ter muito homem nesse bar/balada/casamento/batizado?”

**3. Diz que vai ligar/aparecer/resolver algo e simplesmente desaparece,**

sem dar explicações. #deuperdido

**4. Não se importa em fazer você gozar...**

**5. ...insiste em não usar camisinha porque “não sente nada”...**

**6. ...e ainda acha que pode fazer o que quiser durante o sexo,** sem conversar com você antes — são duas pessoas em busca de prazer, poxa.

**7. Responde qualquer reclamação sua com um sarcástico “tá de TPM?”.**

Se você não sente, não sabe o impacto na vida de uma mulher, querido. Aliás, se o boy que fez algo errado, não importa o momento do mês, você tem o direito de reclamar, certo?

**8. Critica alguma amiga sua porque ela é “muito galinha” e “não se dá o respeito”.**

Oi? Respeitar suas amigas é não julgar as atitudes delas, certo?

**9. Faz elogios que, na verdade, são bem ofensivos,**

do tipo “mas até que você é engraçada/come bem/entende de futebol para uma mulher”.

**10. Controla como você gasta seu dinheiro**

— as horas a mais no escritório valem três pares de sapato (mesmo que forem quase iguais!), sim!

O título da matéria propõe tornar evidente dez atitudes do universo masculino que nenhuma mulher precisa aceitar. Conforme sugere o subtítulo, uma #MulherdeCosmo sabe que merece ser respeitada, portanto deve estar a par do que a matéria expõe.

Como a primeira matéria analisada, a revista mantém as expressões coloquiais como “boy” em referência aos homens, seja ele o parceiro das leitoras a quem ela se dirige ou somente um conhecido, gírias como “deu perdido” “galinha”, perguntas retóricas como “certo?”, expressões como “poxa”, marcas de oralidade como “Hummm” e contrações de palavras como “tá”, que tornam a leitura, principalmente as gírias e a forma como ela se refere aos homens, mais próximas do universo feminino. E, antes de analisarmos o corpo do texto ou a matéria propriamente dita, cabe uma análise da imagem exposta antes do texto principal, que foi extraída da versão cinematográfica, cujo nome é “O Lado Bom da Vida”, do livro homônimo em português, pois em inglês houve uma alteração do título, é uma comédia romântica que trata da história de Pat Peoples, interpretado por Bradley Cooper, um ex-professor, que tem transtorno bipolar, foi traído e acaba enlouquecendo, passando quase um ano em um hospital psiquiátrico. Ao sair, ele tenta retomar sua vida, almejando reconquistar a sua esposa, e encontra uma mulher, Tiffany, interpretada por Jennifer Lawrence, que perdeu seu marido em um acidente de trânsito e que compensou a sua tristeza infinita dormindo com 11 pessoas, homens e mulheres. Ele pede que ela entregue uma carta



para a sua esposa, que não quer mais manter contato com ele, para ajudá-lo a reconquistá-la. Em troca, ela pede que ele participe de um concurso de dança, sendo parceiro dela. E a foto acima é o registro desse momento. A correlação que há entre a matéria e a imagem está na postura da personagem, uma mulher, que, apesar de seu transtorno mental, é muito decidida e que impõe limites todas as vezes que Pat, ainda que sem querer, a trata de maneira inadequada.

Cosmopolitan lança dez tipos de atitudes que nenhuma mulher precisa aceitar de um cara, independente do tipo de relacionamento que ela tenha com ele, seja amoroso ou amistoso. Na primeira sentença, “Não importa o status do seu relacionamento com um homem, você não precisa agüentar nenhum boy que”, o uso do verbo “agüentar” nos faz entender que tais comportamentos já não são bem vistos pelas mulheres e que a mudança não está nos homens, mas está nas mulheres que aceitam, de maneira errônea, esses dez tipos de comportamento. De modo que é possível perceber que Cosmopolitan propõe, novamente, mudanças no comportamento feminino e esclarece quais devem ser.

Na primeira regra: **“Regula, ou melhor, PENSA** que pode regular o tamanho da sua saia e decote. Ou acha que pode dizer que roupa você deve (ou não) vestir”, os indícios lingüístico-discursivos como o uso de “ou melhor”, que aparece reformulando o enunciado, antecedendo o verbo pensar no presente do indicativo em letras garrafais, denotam como uma #MulherdeCosmo deve encarar a situação, de forma que o homem não regula, pois o que acontece é que ele pensa que pode regular o tamanho da saia e do decote. Na sequência, em ele “acha que pode dizer que roupa você deve (ou não) vestir”, o verbo achar não assume sentido de incerteza, mas de falsa convicção; isto é, de uma certeza errônea. Dar essa idéia de falso entendimento é um incentivo para que a mulher se repositone perante os fatos e passe a agir de maneira diferente, não aceitando mais qualquer repreensão.

Na segunda regra: **Acha que pode limitar seus horários com as suas amigas** ou coordenar aonde vocês vão juntas: “Humm, mas não vai ter muito homem nesse bar/balada/casamento/batizado?”, a revista apresenta novamente o uso do verbo “achar”, no sentido de convicção errônea e soma a esse elemento a voz do homem para tornar mais evidente a sua explanação, contribuindo para que seja possível ter um exemplo mais prático de como seria a situação. Desse modo, aqui há uma entextualização de um discurso corriqueiro em alguns diálogos entre casais, que, supõe-se, a autora da matéria já tenha ouvido.

Na terceira regra: **Diz que vai ligar/aparecer/resolver algo e simplesmente desaparece**, sem dar explicações. #deuperdido, há uma explicação da nomeação “dar um perdido”, que no contexto em que está inserida a #MulherdeCosmo, não é permitido. Tal tipo de performance, enquadrada como pertencente ao gênero masculino, não deve ser instaurada em uma relação como uma #MulherdeCosmo. Assim, aos poucos vão se construindo, a partir daquilo que não deve ser feito, regras de performances para se relacionar com uma #Cosmogirl.

Na quarta, na quinta e na sexta regra, que podem ser lidas em sequência, e que são respectivamente “**Não se importa em fazer você gozar...**”, “**...insiste em não usar camisinha** porque ‘não sente nada’...”, “**...e ainda acha que pode fazer o que quiser durante o sexo**, sem conversar com você antes — são duas pessoas em busca de prazer, poxa.”, há uma preocupação, o que caracteriza Cosmopolitan Brasil, em evitar atitudes que possam evitar ou inibir o prazer sexual da #MulherdeCosmo. A revista, nos anos 70, era conhecida por tratar de assuntos relacionados à sexualidade sem nenhum pudor. É muito difícil, até hoje, na versão online, não encontrar uma matéria que pelo menos mencione sobre sexualidade de uma maneira muito explícita e sempre buscando colocar a mulher em primeiro plano, incentivando-a na busca pelo prazer a dois. Entextualizando os discursos das outras edições, quebrando as barreiras dos contextos; isto é, transcontextualizando, tornando o discurso da revista uma remissão contínua dos textos já inseridos e que se aperfeiçoam com o passar do tempo. Tais discursos colaboram para a construção performativa de gênero feminino.

Na sétima regra: **Responde qualquer reclamação sua com um sarcástico “tá de TPM?”**, temos a contração do verbo “estar” para “tá”, marcando proximidade da revista com o leitor. Além disso, nessa regra, a revista retoma uma possível resposta de um colega, amigo ou parceiro, com a pergunta “tá de TPM?”, entextualizando o conhecimento que temos de que TPM é um período de Tensão Pré-Menstrual, em que a mulher, devido a alteração hormonal pela qual passa, pode mudar um pouco o seu comportamento, tornando-se mais irritada, impaciente. Realizar esse tipo de pergunta pode levar a mulher a analisar a sua performance, a sua atuação, que pode ser fruto de uma condição biológica. Essa pergunta utilizada com sarcasmo e após qualquer reclamação de uma mulher pode soar como se o homem estivesse invalidando a reclamação e não uma preocupação com o estado de saúde da mulher. Cosmopolitan Brasil acrescenta “Se você não sente, não sabe o impacto na vida de uma mulher, querido.”, compartilhando do Discurso de que usar essa resposta em tais

circunstâncias é minizar ou ridicularizar esse período tão delicado na vida da mulher. Uso do vocativo “queridão”, nesse contexto, é utilizado em tom de ironia ao interlocutor que costuma fazer a pergunta em questão nas condições já apresentadas, e o enunciado seguinte “Aliás, se o boy que fez algo errado, não importa o momento do mês, você tem o direito de reclamar, certo?”, impulsionam um comportamento feminino que redimensiona as formas de se relacionar em oposição a um Discurso que se baseia em uma mulher submissa ao homem e que aceita todas as suas atitudes. A mulher de Cosmo enxerga os problemas no relacionamento e age frente às suas inquietações.

Na oitava regra: **Critica alguma amiga sua porque ela é “muito galinha” e “não se dá o respeito”**, Cosmopolitan salienta que é importante respeitar todas as mulheres e se opõe a Discursos opressores em que é normal taxar aquelas que apresentam um comportamento mais liberal em relacionamentos amorosos como “galinhas” ou dizer que elas “não se dão ao respeito”. Ao colocar tais expressões em questão, Cosmopolitan Brasil proporciona às leitoras um reconhecimento desses índices textuais e do histórico que eles guardam. Ao entextualizá-los em um Discurso e situá-los como aquilo que não deve ser dito sobre as mulheres, a nomeação ganha um valor negativo e logo é reconhecida como um xingamento ou falta de respeito. Desse modo, ela salienta que é importante que têm o costume de proferir tais expressões devem respeitar todas as mulheres sem julgar as atitudes delas e evitar lançá-las sobre qualquer mulher.

Na nona regra: **Faz elogios que, na verdade, são bem ofensivos**, do tipo “mas até que você é engraçada/come bem/entende de futebol para uma mulher”, Cosmopolitan situa as expressões citadas acima, que, segundo ela, aparentam ser elogiosas, mas estão no âmbito das ofensas, de modo que nenhuma mulher deve aceitá-las.

Na décima regra: **Controla como você gasta seu dinheiro** — as horas a mais no escritório valem três pares de sapato (mesmo que forem quase iguais!), sim!, Cosmopolitan Brasil propõe uma situação para que seja mais fácil compreender como não se deve aceitar que o homem “controle” como a mulher deve gastar seu dinheiro. Ele não deve interferir na compra daquilo que você deseja ainda que sejam peças iguais, propondo que ter seu próprio dinheiro e usá-lo como desejar é característica de uma CosmoGirl.

Ao final da matéria, uma leitora de Cosmopolitan comentou no site “Adorei... é isso, vamos rever nossos conceitos referentes à relacionamentoooooossssss”. A resposta de tal leitora

é positiva com relação à matéria e, desse modo, à postura de Cosmopolitan de que as formas de se relacionar devem ser revistas, repensadas.

Figura 26 — Comentários 4

The image shows a Disqus comment interface. At the top, there is a header with a speech bubble icon, a Twitter icon, and the text '1 Comentário M de Mulher'. To the right is an 'Entrar' button. Below the header, there are icons for 'Recommend' (with a count of 4) and 'Compartilhar', and a sorting option 'Ordenar por Mais recente'. A comment input box is present with the placeholder text 'Participe da discussão...'. Below the input box, a comment by 'Rosangela Ferreira' is shown, dated '3 meses atrás'. The comment text is 'Adorei....é isso, vamos rever nossos conceitos referente á relacionamentoossssss'. Below the comment are options for 'Responder' and 'Compartilhar'. At the bottom, there are links for 'Assinar feed', 'Adicione o Disqus no seu site', and 'Privacidade', along with the 'DISQUS' logo.

Fonte: Cosmopolitan Brasil

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em Cosmopolitan Brasil podemos encontrar entextualizações de Discursos sobre formas tradicionais de relacionamentos com o intuito de subvertê-los, construindo, assim, novas performances de gênero. Essas entextualizações revelam o caráter remissivo e dialógico da linguagem, bem como a sua iterabilidade. É preciso salientar que entextualizar não é somente extrair um discurso de outro, repetindo-o integralmente, mas é construir um novo texto a partir de outros que o antecederam. Assim, são construídos a cada postagem e a cada texto imagético-verbal de Cosmopolitan performances de gênero nesse estado de fluidez contextual, caracterizado como transcontexto. Dessa maneira, tem-se uma cadeia de remissões, em que vários contextos se hibridizam. As entextualizações, que conduzem a um processo de transcontextualização, nas postagens e nas matérias de Cosmopolitan, tratam sobre assuntos relacionados a comportamentos, à subjetividades, caracterizando-se como traços de performances de gênero.

Quando Cosmopolitan lança cinco regras de relacionamento que suas leitoras precisam quebrar e/ou dez atitudes que nenhuma mulher precisa aceitar de um cara, ela impõe regras a serem seguidas. Dessa forma, performances de gênero são construídas e causam efeitos nos/nas seus/seus leitores/leitoras. Eles e elas respondem muitas vezes positivamente ou negativamente aos posts e às matérias da revista online, havendo algumas vezes identificação ou reconhecimento nas postagens, confirmando aquilo que está sendo dito.

O método de pesquisa na internet, a netnografia, baseia-se na análise do campo virtual, facebook e site, e dos/das integrantes que o compõem. Pudemos observar que o facebook e o site revelam um pouco dos gostos dos/das seguidores/seguidoras nas postagens em público que tivemos acesso. Concluimos, então, que para realizar uma pesquisa no ambiente virtual, através das redes sociais, é interessante que haja interação do pesquisador com os/as participantes da pesquisa além-questionários ou observação para ter uma noção de até onde os discursos veiculados na internet podem interferir na vida além dos comentários no espaço disponível no facebook e nos sites, pois lá não é possível ter acesso às peculiaridades dos/das seguidores/seguidoras e, assim, agregar informações sobre aquilo que já foi dito nos comentários na fanpage ou no site.

Quanto aos textos imagético-verbais, é possível analisá-los por meio da categoria entextualização e transcontextualização relacionando-os à situação de comunicação em que

estão inseridos e identificando os elementos históricos que o constituem para, por fim, fazer a associação necessária entre os elementos verbais com os quais eles dialogam.

Cosmopolitan Brasil compartilha de matérias no Portal M de Mulher de modo que ela se hibridiza com outras revistas femininas da editora Abril. Com isso, foi possível perceber que Cosmopolitan entextualiza Discursos e discursos de outras revistas para compor o seu discurso sobre uma Cosmo Girl, ousada, diferente e muito feminina.

## REFERÊNCIAS

- ALI, F. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALMEIDA, Nukácia Meyre Araújo de. **Jornal das Moças: Leitura, civilidade e educação feminina**. 2008. 258. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.
- AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Comunicação Cibernética. Revistas Eletrônicas Pucrs. Nº 20. Dezembro de 2008. <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Data de acesso: 17 de julho de 2015.
- AUSTIN, J. L. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4.ed. São Paulo, Martins Fontes, 2006.
- BAR-HILLEL, Yeoshuah. **Out of the pragmatic wastebasket**. Linguistic Inquiry. n. 2, p. 401-407, 1971.
- BAUMAN, R. e BRIGGS, C. **Poetics and Performance as Critical Perspectives on Language and Social Life**. *Annual Review of Anthropology*, v. 19, p. 59-88, 1990. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2155959>>. Data de acesso: 15 de maio de 2015.
- BENTES, A. C.; CAVALCANTE, M. M. **Intertextualidade: diálogos possíveis**. São Paulo: Cortez, 2007.
- BENTES, A. C. “Linguística Textual”, in: BENTES, A. C. & MUSSALIM, F. (orgs). **Introdução à lingüística: domínios e fronteiras**. São Paulo: Cortez, 2001.
- BENTO, Carlos Henrique. **O gênero atuante: a performance de gênero em The Passion of New Eve e Godnight Desdemona (Good Morning Juliet)**. 2007. 198 folhas. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais- UFMG.
- BLOMMAERT, J. **Discourse**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- BLOMMAERT, J. **The sociolinguistics of globalization**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
- BRIGGS, C.L. **Competence in Performance: The Creativity of Tradition in Mexican Verbal Art**. Philadelphia: Univ. Penn. Press, 1998.
- BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2003.
- BUTTONI, Dulcília S. **Imprensa feminina**. 2. Ed. São Paulo: Ática, 1990.

BUCHOLTZ, M., e HALL, K. **Introduction**: Twenty Years after Language and Woman's Place. In K. Hall and M. Bucholtz (eds.), *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. New York: Routledge, 1995.

Chiado Editora. Disponível em: <<https://www.chiadoeditora.com/editora>>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

FABRÍCIO, Branca. Transcontextos educacionais: gêneros e sexualidades em trajetórias de socialização na escola. In: SILVA, D.; ALENCAR, C.; FERREIRA, D. (Orgs.). **Nova Pragmática**: modos de fazer. São Paulo: Cortez, 2014. pp.145-189.

Fanpage de Cosmopolitan Brasil. Disponível em: <[www.facebook.com/CosmopolitanBrasil](http://www.facebook.com/CosmopolitanBrasil)>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Editora Meridional/Sulina, 2011. Porto Alegre-RS.

GENETTE, G. *Palimpsestes- la littérature au second degree*. Paris: Seuil, 1982.

GOMES, Antenor Rita. **Falando em imagens!**: processo de produção de sentido sócio-pedagógico no uso do texto imagético-verbal em atividades de ensino da língua portuguesa. Outubro de 2004. 235 folhas. Tese de doutorado. UFBA.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001, pp. 248.

GUIMARÃES, Thayse Figueira. **Embates entre performances corpóreo-discursivas em trajetórias textuais**: uma etnografia multissituada. Março de 2014. 200 folhas. Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ.

GRICE, Paul. *Lógica e conversação*. Trad. João Wanderley Geraldi. In: DASCAL, Marcelo (Org.) **Problemas metodológicos da lingüística**. Campinas: Editora do Autor, 1982. pp 81-103. (Pragmática; v. IV.)

HANKS, W. *Texto e textualidade*. In: Bentes, A. C., REZENDE, R. C. e MACHADO, M. A. (orgs.) **Língua como prática social**: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin. São Paulo: Cortez, 2008.

HINE, C.. **Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge**. In: HINE, Christine (Org.). *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Oxford: Berg, 2005.

Instagram de Cosmopolitan Brasil. Disponível em: <[www.instagram.com/CosmopolitanBrasil](http://www.instagram.com/CosmopolitanBrasil)>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

JENNY, Laurent et alii. **Intertextualidades**. Coimbra: Almedina, 1979.

KOCH, I.G.V. **A coerência textual**. São Paulo: Contexto, 1990.

KOCH, I.G. V. **Desvendando os Segredos do Texto**. São Paulo: Cortez, 2002.



KOCH, I. G. V.; ELIAS, V. M. Leitura, texto e sentido. **Ler e compreender**: os sentidos do texto. 2e. São Paulo: Contexto, 2014.

KOZINETS, R.V. “**The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities**”, Journal of Marketing Research, Vol. XXXIX, pp.61-72.

LAKOFF, Robin. **Linguagem e lugar da mulher**. In: OSTERMANN, Ana Cristina; FONTANA, Beatriz. (org. e trad.) Linguagem. Gênero. Sexualidade. Parábola Editorial, 2010. pp. 13 -30.

LIMA, Barbara dos Anjos; RUIZ, Nathalia. Bem-vinda ao Universo Cosmo. Cosmopolitan Brasil. Edição número 4, de 2015.

MARCUSCHI, LA. **Linguística de Texto**: O que é e como se faz. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, Série Debates I, 1983.

MARCUSCHI, L.A. **Da fala para a escrita**. São Paulo: Cortez, 2000.

MENDES, Lucas. **Helen Gurley**: A deusa das solteiras (e das feias). Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/colunistas/lucasmendes/2012-08-16/helen-gurley-brown-a-deusa-das-solteiras-e-das-feias.htm>>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

MEY, Jacob L. **Sequencialidade, contexto e forma lingüística**. In: SILVA, D.; ALENCAR, C.; FERREIRA, D. (Orgs.). **Nova Pragmática**: modos de fazer. São Paulo: Cortez, 2014. pp.129-144.

\_\_\_\_\_. **Pragmatics**: a introduction. Oxford/Malden, Mass.: Blackwell Publishers, 2001.

SANTOS, M. **Economia Espacial**: Críticas e alternativas. São Paulo: Edusp, 2007.

MORRIS, C. **Signs, language and behavior**. Nova York: George Braziller, Inc., 1938.

OTTONI, P. **Visão performativa da linguagem**. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. (Orgs.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

Portal M de Mulher. Disponível em: <[www.mdemulher.com](http://www.mdemulher.com)>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

RAJAGOPALAN, K. **Quando “2+3” não é igual a “3+2”**: a semântica e a pragmática das construções simétricas em língua natural. Cadernos de Estudos Linguísticos, n. 13, p. 67-96, 1987.

RAJAGOPALAN, K. **Nova Pragmática**: Fases e feições de um fazer. São Paulo: Parábola, 2010.

RESENDE, Viviane de Melo. **Análise de Discurso Crítica e Etnografia: O Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, Sua Crise e o Protagonismo Juvenil**. Junho de 2008. 332 folhas. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília.

SANT'ANNA, A. R. **Paródia, paráfrase e cia**. São Paulo: Ática, 1985.

SANTOS, Heloíza Sousa dos; PAULA, João Pedro Ferreira de; MORAIS, Julia Bacelar Ferreira de. **Infotainment: Os novos rumos do jornalismo na cultura da convergência**. Disponível em: <http://www.portaintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-0223-1.pdf>. Data de acesso: 15 de abril de 2015.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. 22 ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SCOTT, Ana Sílvia. O calendoscópio dos arranjos familiares. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova História das Mulheres no Brasil**. Editora Contexto, 2013. p. 15-39.

PETTENATI, Maria Chiara & RANIERI, Maria; Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs. In **Innovative Approaches for Learning and Knowledge Sharing, EC-TEL**. Workshop Proceeding, 2006

SILVA, D.; ALENCAR, C.; FERREIRA, D. (Orgs.). **Nova Pragmática: modos de fazer**. São Paulo: Cortez, 2014.

SILVERSTEIN, M.; URBAN, G. (Eds.). **Natural histories of discourse**. Chicago: The University of Chicago Press, 1996.

THALHEIMER, J. et al. A utilização de redes sociais como apoio ao ensino presencial e à distância. In: **3º Seminário nacional de inclusão digital**, 2014, Passo Fundo. Anais do SENID. Disponível em: <http://www.pe.senac.br/ascom/congresso/anais/2015/arquivos/pdf/poster/O%20FACEBOOK%20COMO%20FERRAMENTA%20NA%20PREVEN%C3%87%C3%83O%20CONTRA%20O%20HPV.pdf>. Acesso em: 15 de maio de 2015.

TRAVAGLIA, N.G. **Tradução Retextualização: a tradução numa perspectiva textual**. Universidade Federal de Uberlândia: Edufu, 2003.

Twitter de Cosmopolitan Brasil. Disponível em: <[www.twitter.com/CosmopolitanBrasil](http://www.twitter.com/CosmopolitanBrasil)>. Data de acesso: 13 de abril de 2015.

URBAN, G. **Ceremonial dialogues in South America**. Am. Anthropol. 1986