



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE LETRAS**

**CARINE ESQUIVEL SATURNINO**

**A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE FEMININA NOS  
DISCURSOS APRESENTADOS NAS REVISTAS *VEJA* E *CLÁUDIA***

Salvador  
2016

**CARINE ESQUIVEL SATURNINO**

**A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE FEMININA NOS  
DISCURSOS APRESENTADOS NAS REVISTAS *VEJA* E *CLÁUDIA***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal da Bahia como requisito para a obtenção do título de Bacharel no Curso de Língua Estrangeira Moderna.

Orientadora: Denise Zoghbi

Salvador  
2016

*Dedicado às pessoas que estiveram comigo em todos os momentos, apoiando e principalmente acreditando em mim: minha mãe Dulcinea, meu pai, Hélio e minha irmã Camila.*

*Ao meu namorado, Ramon, pela paciência e apoio.*

## **RESUMO**

As mulheres contemporâneas, a partir das lutas por libertação, passaram a ocupar espaços na sociedade que antes eram dominados pelos homens. Isso levou a uma transformação nas suas vidas assim como na sociedade. Nesse processo de mudança, as vozes, antes silenciadas, como a das mulheres, negros, gays e outras, passaram a ser escutadas. Dessa forma, se tornaram essenciais a discussão e a construção de novas identidades. As transformações sociais geraram mudanças linguísticas, e a mudança nos discursos sociais influenciam diretamente na construção da identidade. A partir de teóricos como Moita Lopes e Stuart Hall, e com embasamento teórico da Linguística Aplicada foi visto a necessidade de analisar os discursos apresentados nas revistas “Veja” e “Cláudia” com o objetivo de verificar como acontecem esses discursos relacionados à mulher na atualidade. Essa análise foi fundamental para concluir que muitos paradigmas estão sendo desconstruídos, mas, ao mesmo tempo, estereótipos de gênero ainda são veiculados por essas revistas.

Palavras-chave: Mulher, Identidade, Gênero, Mudança.

## **ABSTRACT**

Contemporary women, from the struggles for liberation, began to occupy spaces in society that were previously dominated by men. This, led to a transformation in their lives as well as in society. In this process of change, the voices silenced before, as women, blacks, gays and others, began to be heard. Thus, it became essential the discussion and the construction of new identities. Social transformations generated linguistic changes, and the change in social discourses directly influence the construction of identity. From theoretical as Moita Lopes and Stuart Hall, and theoretical basis of Applied Linguistics we have seen the need to analyze the speeches presented in the magazines Veja and Cláudia in order to verify how this discourse related to women today happens. It was important that analysis to conclude that many paradigms are being deconstructed but at the same time, gender stereotypes are still served by these magazines.

Keywords: Woman, Identity, Gender, Change.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>1. A TEORIA A SERVIÇO DO ESTUDO DE GÊNERO, IDENTIDADE E REPRESENTAÇÕES DO FEMININO</b>	<b>9</b>
<b>2. IDENTIDADE(S): CONSTITUIÇÃO DAS IDENTIDADES E IDENTIDADE FEMININA</b>	<b>13</b>
2.1. A IMPORTÂNCIA DA DISCUSSÃO SOBRE IDENTIDADE	13
2.2. FATORES QUE INTERFEREM NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE	16
2.2.1. <i>A GLOBALIZAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA SOBRE A IDENTIDADE</i>	16
2.2.2. <i>TRABALHO E FAMÍLIA</i>	17
<b>3. GÊNERO: A CONSTRUÇÃO DO FEMININO</b>	<b>20</b>
3.1. GÊNEROS X FEMINISMO	22
3.2. LINGUAGEM E DESIGUALDADE SOCIAL DE GÊNEROS	24
<b>4. O PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO</b>	<b>28</b>
<b>5. UM OLHAR SOBRE OS TEXTOS: A ANÁLISE DOS DADOS</b>	<b>32</b>
5.1. OS TEXTOS EM ANÁLISE	34
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>56</b>

## INTRODUÇÃO

Devido às mudanças sociais, culturais, políticas e tecnológicas que estão sempre ocorrendo no mundo atual, a questão da identidade está constantemente sendo abordada. Segundo Fridman (2000, p. 11), novas formas de levar a vida, diferentes maneiras de organizar a sociedade e novos costumes surgiram a partir das mudanças tecnológicas, científicas e culturais. Na sociedade atual existem grandes questionamentos sobre o modo de viver das pessoas, o que elas podem ou não fazer, como devem se comportar. Tais questões são feitas com o intuito de compreender a identidade do outro.

Segundo Moita Lopes (2003, p.16), "[...] vivemos tempos em que a vida tradicional, ou seja, muitos valores, éticas, ideologias e percepções da vida social entendidos como verdades neutralizadas, estão sendo profundamente questionados". A sociedade está se desprendendo da tradição, as políticas públicas formais estão sendo reavaliadas e nesse processo de grandes mudanças é inegável a força que a mídia pode exercer na construção de novas identidades.

A velocidade e a praticidade dos meios de comunicação levam mais informações às pessoas, as quais passaram a acessar mais facilmente todo tipo de conteúdo que poderá influenciar nas suas identidades sociais. Por isso, segundo alguns autores (como Giddens, 1992; Giddens, Beck e Lash, 1997 apud Moita Lopes, 2003, p. 17) é de extrema importância que se estude as identidades sociais, devido a esse grande momento de questionamentos, na chamada modernidade tardia, em que se pode vivenciar as relações sociais ou as novas identidades sociais que podem surgir. É de suma importância verificar as práticas discursivas em que as identidades estão sendo enfatizadas, para gerar uma reflexão e posteriormente uma conscientização da sociedade perante esse novo mundo e as suas mudanças.

De acordo com Stuart Hall:

[...] a identidade é formada na "interação" entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o "eu real", mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais "exteriores" e as identidades que o mundo oferece. (HALL, 2006, p.11)

Então, na construção da identidade, a mídia, que representa parte da sociedade, influencia de forma significativa esse processo. A imprensa nos traz narrativas e discursos que ajudarão na definição de novas e múltiplas identidades. Logo, esses discursos são formas de construção de um povo.

Quando se trata da questão da mulher, é possível evidenciar vários tipos de discursos com diversos tipos de representações e de estereótipos diferentes. O novo papel da mulher na sociedade atual, entre tantas mudanças que estamos passando, é uma das que mais se destaca. Segundo Moita Lopes (2003, p. 15), essa modificação afetou extremamente a organização familiar como também o lugar que antes era destinado, na esfera pública, exclusivamente para homens, gerando assim reflexos na própria identidade feminina.

Ao representar a mulher, os meios de comunicação, em especial as revistas, projetam e constroem identidades sociais. As representações contidas nas revistas, além de refletirem o contexto sociocultural em que a sociedade está vivendo, também transmitem alguns discursos que ajudam na construção cultural e de identidade. E a procura da mulher por um novo lugar na sociedade, por uma nova identidade, é comprovada por muitos estudos "[...] que procuram mostrar e questionar a maneira como a imagem da mulher é construída em meio de cultura de massa" (GUERRA, 2004, s.p.). Segundo Guerra, da mesma forma que essas revistas mostram o papel que a mulher desempenha na sociedade, elas podem influenciar a construção desse papel, reforçando estereótipos e ajudando na manutenção de certas relações hegemônicas.

Por serem consideradas importantes fontes de informação, as revistas são um meio de comunicação que gera grande influência no comportamento e na forma de pensar dos leitores. É possível identificar diversos discursos que podem ajudar na construção da identidade de diversos grupos sociais. Aqui, entretanto, será dado destaque aos discursos de representação feminina nos dias atuais.

Nessas revistas, diversas ideias sobre a feminilidade são apresentadas e assim é possível identificar várias contradições, com as representações mais conservadoras e mais modernas da identidade feminina dividindo o mesmo espaço, segundo a conveniência do veículo e do discurso proposto. É possível identificar em algumas revistas que os discursos estão voltados para uma nova mulher, a moderna,

mas, ao mesmo tempo, essas revistas continuam reforçando princípios e valores tradicionais no que diz respeito à sexualidade e à representação de gênero, enaltecendo as posturas femininas mais conservadoras e puritanas. Apesar de muitas vezes tentar manter uma aparente imparcialidade, as revistas influenciam bastante nas relações sociais.

O presente trabalho pretende mostrar, através da análise de textos, como as revistas selecionadas trabalham na criação dos discursos de representação da mulher e na construção da imagem e da identidade da mulher contemporânea. O objetivo é analisar em que medida estas representações reforçam ou não estereótipos de gênero, trabalhando a favor da manutenção de uma identidade mais conservadora ou mais moderna.

Com a crescente busca da mulher por igualdade, emancipação e representação política, as práticas discursivas relacionadas ao feminino devem ser reavaliadas, para que ela possa construir-se em outro caminho, assumindo a sua restaurada identidade. Assim, no decorrer e ao fim da análise, será questionada a necessidade da criação de um discurso feminino de resistência, com a capacidade de questionar os discursos que hoje circulam nas revistas e de ajudar a construir uma nova identidade da mulher contemporânea.

Desta forma, a presente pesquisa se torna pertinente, pois propõe uma reflexão acerca do impacto social da manutenção de certas representações do feminino e da necessidade da criação de uma nova tendência discursiva, que questiona estereótipos enraizados socialmente. A partir do exposto, buscamos mostrar de qual forma a construção da identidade feminina é processada nos discursos de representação da mulher veiculados nas revistas. O propósito dessa pesquisa é demonstrar como se dá a construção da identidade feminina através de uma ferramenta de grande influência que são as revistas, evidenciando o poder do discurso da mídia na construção da imagem da mulher na sociedade nos dias atuais, além de analisar de que modo os discursos veiculados nas revistas podem estimular estereótipos de gênero.

Assim, esta pesquisa se apresenta em cinco capítulos, os quais buscam construir de maneira clara e objetiva, uma reflexão sobre o tema. No primeiro deles, *A Teoria a Serviço do Estudo de Gênero, Identidade e Representações do Feminino*,

é traçado o referencial teórico que embasa esta pesquisa, com a apresentação da Linguística Aplicada e da Análise do Discurso Crítica como as áreas de investigação que cedem ferramentas para a análise proposta, além de estudos sobre identidades e vozes silenciadas.

No segundo capítulo, *Identidade(s): Constituição das Identidades e Identidade Feminina*, é visto como a questão da identidade se tornou essencial devido às transformações que ocorrem na sociedade a partir da modernidade tardia. Mudanças essas que afetaram as identidades sociais dos sujeitos. É visto como a Globalização afetou diretamente os sujeitos antes silenciados, mais especificamente a mulher, e como fatores como o trabalho e a família influenciam na construção da identidade feminina.

No terceiro capítulo, *Gênero: A Construção do Feminino*, é mostrado o conceito de gênero, diferenciando-o do de sexo e sexualidade. Feminino\ masculino são apresentados como uma construção social e também discursiva, relacionada a certos tipos de comportamento. Este capítulo trata também de discutir como a luta feminista para acabar com a diferença entre os gêneros influenciou os estudos neste campo.

No quarto capítulo, *O Percurso Teórico-Metodológico*, é traçado um panorama acerca da construção do objeto de estudo, a motivação para sua escolha, sua configuração e conceituação. Além disso, o capítulo faz uma apresentação das revistas escolhidas, bem como do método e procedimento de análise (quantidade de textos e questões a serem observadas).

No quinto capítulo, *Análise de dados*, é desenvolvida a análise dos textos retirados das revistas selecionadas e a interpretação a partir dos temas expostos nos capítulos anteriores. Também será apresentada a importância da mídia, aqui em específico das revistas impressas, na formação da identidade feminina.

Em seguida, nas considerações finais, foram feitas reflexões a respeito da análise de dados, da teoria apresentada, apontando de que forma a mulher vem sendo retratada através das revistas impressas e quais ideologias são passadas para a construção da identidade feminina. Por fim, são apresentadas as Referências e os Anexos.

## 1. A TEORIA A SERVIÇO DO ESTUDO DE GÊNERO, IDENTIDADE E REPRESENTAÇÕES DO FEMININO.

Com o tema do trabalho estabelecido, fez-se necessário um embasamento teórico no desenvolvimento das questões a serem abordadas, bem como na conceituação dos principais elementos analisados ou destacados nos textos selecionados. A pesquisa, assim, se ampara na leitura e estudo de teorias e textos sobre identidade e vozes silenciadas, de autores como Stuart Hall e Moita Lopes, além dos fundamentos da Linguística Aplicada.

Apesar de a Linguística Aplicada (LA) ser uma área que "nasceu como uma disciplina voltada para os estudos sobre ensino de língua estrangeira (...), voltada para questões de métodos e técnicas de ensino." (Menezes, 2009, p.25), atualmente ela se preocupa também com questões de poder, políticas linguísticas, relações sociais, questões identitárias, grupos minoritários entre outros temas. Sendo assim, torna-se essencial falar, logo de início, sobre esse campo.

A Linguística Aplicada é uma área de investigação que teve início nos anos 1940, com ênfase em materiais para o ensino de língua estrangeira. Com o passar dos anos, os estudos dessa área se tornaram mais abrangentes, com a investigação de novos contextos e temas. Segundo Moita Lopes:

No final do século XX e no início do século XXI, as mudanças tecnológicas, culturais, econômicas e históricas vivenciadas iniciaram um processo de ebulição nas Ciências Sociais e nas Humanidades, que começaram a chegar à LA. Para aqueles que levaram o projeto da interdisciplinaridade a sério, tentando fazer a LA pelas lógicas de outras disciplinas e teorizando os objetos de investigação de maneira complexa, não havia outro percurso. (MOITA LOPES, 2009, p. 18)

Assim, as dúvidas e as perguntas, sobre o sujeito social, realizadas pelas Ciências Sociais se tornaram essenciais para que este campo "se re teorize em termos de visões pós-estruturalistas, feministas, antirracistas, pós-coloniais e queer" (Moita Lopes, 2009, p. 19). A LA passa a ser vista como um campo interdisciplinar, que tem como propósito pensar diferente, fora dos padrões, "uma LA que, talvez, seja mais bem entendida com transdisciplinar, no sentido de que deseja atravessar

as fronteiras disciplinares [...]”(Moita Lopes, 2009, p. 19). Como consequência a LA torna-se independente da Linguística Teórica e passa a dialogar com outras áreas devido ao conhecimento/ideias importantes relacionados à linguagem que vem de outros campos do conhecimento, como a Sociologia, Geografia e Comunicação.

Com base no exposto acima, fica clara a importância da LA na análise aqui proposta, visto que essa nova visão da Linguística Aplicada, no intuito de entender as práticas linguísticas existentes na sociedade, é importante, pois “ao estudarmos a linguagem estamos estudando a sociedade e a cultura das quais ela é parte constituinte e constitutiva” (FABRÍCIO, 2006, p. 48 apud COSTA, 2012). E essa relação entre a linguagem, as práticas linguísticas e as questões sociais, culturais e, conseqüentemente, identitárias, é justamente o foco deste trabalho.

Sendo assim, estudar, questionar e analisar os discursos, mais especificamente aqueles que se propõem a representar a mulher, que as revistas produzem e propagam é inegavelmente essencial nos dias atuais. E aqui entende-se discurso como uma maneira de agir sobre a sociedade, em que se refletem diversos aspectos ideológicos, culturais, sociais e linguísticos dos indivíduos. Tal noção é corroborada por Viviane de Melo Resende e Viviane Ramalho no livro *Análise de Discurso Crítica*, ao citar Norman Fairclough:

Ao usar o termo “discurso”, proponho considerar o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis institucionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação. [...] Segundo, implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, existindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira. (Fairclough, 2001a, p. 91 apud RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 27)

É necessário lembrar que a voz feminina, assim como muitas outras, foi silenciada por muito tempo. Abordar o apagamento ou silenciamento destas vozes nos discursos das revistas, trazer à tona estes temas e estas questões, como as de gênero, poder e, em específico, da identidade e representação feminina, é de suma importância social e acadêmica; e a Linguística Aplicada, com seus instrumentos de estudo da linguagem, serve muito bem a este propósito.

Então, pensando o discurso enquanto um reflexo de ideologias, estereótipos e como um meio de reprodução de identidades, entende-se que este objeto está interligado a diversos elementos e fatores da vida de um indivíduo. Ainda segundo Resende & Ramalho:

Assim, Fairclough define discurso como forma de prática social, modo de ação sobre o mundo e a sociedade, um elemento da vida social interconectado a outros elementos. Mas o termo “discurso” apresenta uma ambiguidade: também pode ser usado em um sentido mais concreto, como um substantivo contável, em referência a “discursos particulares” – como, por exemplo, o discurso religioso, o discurso midiático, o discurso neoliberal. (RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 28)

Portanto, tomando como base este conceito de discurso, então, cabe também buscar na teoria os fundamentos que reforcem e embasem a questão levantada por este trabalho sobre as marcas ideológicas nos discursos midiáticos das revistas no que se refere à representação da mulher. Os discursos refletem as relações sociais hegemônicas, ideológicas e de poder do contexto em que são produzidos, então analisá-los é abrir possibilidades de reflexão e mudanças de diversos estigmas. Sobre as marcas ideológicas que podem se apresentar nos discursos, toma-se também o proposto pelos estudos da Análise de Discurso Crítica:

[...] determinados discursos podem ser vistos como ideológicos. Um discurso particular [...] pode incluir presunções acerca do que existe, do que é possível, necessário, desejável. Tais presunções podem ser ideológicas, posicionadas, conectadas a relações de dominação. E relações de poder, segundo Fairclough(1989, 2003a), são mais eficientemente sustentadas por significados tomados como tácitos, pois a busca pela hegemonia é a busca pela universalização de perspectivas particulares. O julgamento de quanto uma representação é ideológica só pode ser feito por meio da análise do efeito causal dessa representação em áreas particulares da vida social, ou seja, por meio da análise de como as legitimações decorrentes dessa representação contribuem na sustentação ou transformação de relações de dominação (RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 48).

A afirmação anterior corrobora a ideia principal desse trabalho que é a de que certos discursos utilizados pelas revistas aqui citadas podem reforçar ou criar certos estereótipos de gênero relacionados à mulher, naturalizando certas imagens ou presumindo certas identidades como ideais. Em contrapartida, uma mudança nesses

discursos pode ajudar numa transformação social e cultural, provocando a quebra de certos estigmas ligados à imagem e ao comportamento feminino.

Ao estabelecer essa relação entre os discursos e as transformações sociais causadas por um olhar atento e mudanças sobre eles, parte-se do pressuposto de que, como já sinalizado antes, o discurso é ação, é um agir sobre o mundo e, portanto, sua produção é condicionada por diversos fatores, estando envolvida por vários processos. Quando se pensa nessa dimensão do discurso, evoca-se, nesta pesquisa, o termo *práticas discursivas*. Tal conceito, que também permeia os estudos da Análise de Discurso Crítica, é definido por Viviane de Melo Resende e Viviane Ramalho da seguinte maneira:

[...] *prática discursiva* [...] focaliza os processos sociocognitivos de produção, distribuição e consumo do texto, processos sociais relacionados a ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares. A natureza da prática discursiva é variável entre os diferentes tipos de discurso, de acordo com os fatores sociais envolvidos. (RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 28)

Assim, quando se utiliza o termo práticas discursivas neste trabalho, tem-se por intenção sinalizar a produção do discurso em si, a qual é permeada e condicionada por diversos fatores sociais, ideológicos, políticos, culturais.

A partir destes conceitos, estabelece-se uma análise dos textos selecionados, principalmente segundo as perspectivas de identidade e gênero, as quais são fundamentais para o estudo de representação e construção da identidade feminina. Com base nisso, esse trabalho se ocupa, também, de estabelecer as ideias de identidade e de gênero que nortearam as análises.

## 2. IDENTIDADE(S): CONSTITUIÇÃO DAS IDENTIDADES E IDENTIDADE FEMININA

De acordo com o site Brasil Escola<sup>1</sup>: “[...] a identidade pode ser definida como um conjunto de aspectos individuais que caracteriza uma pessoa. No entanto, entendemos identidade como plural, constituída a partir das relações sociais.” A constituição da identidade é uma relação entre o indivíduo e ele mesmo, mas também entre o indivíduo e a sociedade. A identidade é construída a partir das experiências de vida, das expectativas de cada pessoa, da sua relação com o mundo.

### 2.1 A Importância da discussão sobre Identidade

Devido às transformações na esfera política, social, cultural e tecnológica que estão ocorrendo no mundo, as questões de identidades estão sendo constantemente abordadas e discutidas. Como indica Fridman (2000, p. 11), com as mudanças geradas pelo avanço tecnológico e científico, surgiram novos hábitos, diferentes modos de pensar e de organizar a sociedade. A partir dessas mudanças surgiram perguntas sobre questões que antes não estavam em foco, questões de classe social, gênero, sexualidade e raça.

Giddens (2000, p. 33 apud Moita Lopes, 2003, p. 16) afirma que “[...] nos países ocidentais, não só as instituições públicas, mas também a vida cotidiana estão se libertando do domínio da tradição”. Os hábitos antigos começaram a ser questionados, o que era estático começou a se movimentar. Esse movimento de transformação, que surgiu a partir desse desenvolvimento na tecnologia, levou as pessoas a se comunicarem mais, e de forma prática, com pessoas de outros continentes.

Segundo Moita Lopes (2003, p. 16), “Vivemos tempos em que a vida tradicional, ou seja, muitos valores, éticas, ideologias e percepção da vida social entendidos como verdades naturalizadas, estão sendo profundamente

---

<sup>1</sup>Link disponível nas Referências.

questionados”. Essa transformação levou a quebra da tradição, através de questionamentos e, conseqüentemente, reflexões e discussões sobre a mudança na vida social e assim na identidade social.

Hall (2006, p. 10) identifica três perspectivas da identidade: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o pós-moderno. A primeira concepção foi a do sujeito do Iluminismo, no qual o indivíduo era centrado nele mesmo, contínuo e estável, pois nascia e continuava da mesma forma ao longo da existência, um sujeito unificado. Mas, com a modernidade, essa noção de sujeito tende a mudar, pois a “identidade é formada na interação entre o ‘eu’ e a sociedade” (HALL, 2006, p. 11). A segunda concepção, sociológica, traz a ideia que o sujeito tem um núcleo, o “eu real”, mas esse não se produz sozinho, ele é produzido e sofre modificação com o mundo cultural e as outras identidades presentes na sociedade. Assim, a identidade é resultado da relação da pessoa com o mundo, onde os dois se completam. Já a perspectiva de identidade do sujeito pós-moderno é fragmentada, composta de várias identidades, diferente do conceito de identidade permanente. Nesse momento, que é a pós-modernidade, percebe-se que o indivíduo pode apresentar identidades distintas em situações e momentos diferentes da vida, identidades em construção.

A identidade, construída a partir da sociedade, não é fixa, estática e, sim, fragmentada, múltipla e até contraditória. Segundo Moita Lopes (2003), a construção da identidade social pode se dar através de algumas práticas discursivas, que não necessariamente têm relação com a identidade pessoal. Esses discursos são de grande importância para levar à reflexão e mudanças desses paradigmas sociais e são também uma ferramenta para a construção das novas identidades. De acordo com Stuart Hall:

A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo. (HALL, 2006, p.7)

Hall (2006, p. 9) explica que a mudança estrutural está modificando as sociedades modernas a partir do final do século XX. No passado, nas esferas de classe, gênero e sexualidade, o que considerávamos verdades absolutas está

mudando e isso leva à transformação na identidade pessoal. E essa mudança do indivíduo, em relação ao seu lugar na sociedade e quanto a si mesmo, é o que se chama de “crise da identidade”.

De acordo com Moita Lopes (2003, p. 19) “a temática das identidades surge em meio a uma concepção de linguagem como discurso”. Este é um conceito que dá ênfase ao fato de que a utilização da linguagem está relacionada a algum indivíduo na interação com outros em um contexto específico. Dessa forma, é possível entender que o discurso sempre vem de alguém com suas marcas identitárias específicas, tanto o emissor do discurso quanto o receptor têm um posicionamento pessoal devido às suas experiências próprias.

Isso quer dizer que quando usamos a linguagem não o fazemos com um interlocutor ou usuário simplesmente, mas com, por exemplo, um homem mulato, bissexual, jovem, de classe trabalhadora, brasileiro, enfermeiro etc., ou seja, a partir de suas marcas históricas ainda que, certos traços identitários sejam suspensos em algumas práticas discursivas ou em alguns posicionamentos interacionais (Moita Lopes, 2002) em uma mesma prática discursiva ou que possam tornar mais relevante em algumas práticas ou em certos posicionamentos interacionais. (MOITA LOPES, 2003, p. 20)

A partir de Moita Lopes é possível entender que o indivíduo tem diversos traços identitários que podem se sobressair de acordo com o momento, com o lugar e com a interação desse sujeito com uma parcela ou outra da sociedade.

Um ponto importante a ser mencionado como fator desse novo panorama que está afetando a sociedade e o indivíduo é a globalização, na chamada *modernidade tardia* (Hall, 2006, p. 14), que gerou um considerável impacto sobre a identidade cultural. Como já mencionado, a facilidade gerada pelo avanço da tecnologia levou a comunicação a outro nível e, agora, estados, países e continentes estão interconectados, gerando assim uma grande transformação social.

A possibilidade de informações ao alcance de todos e de forma instantânea é um dos fatores que leva à mudança na vida das pessoas e isso de forma igualitária, pois está disponível para todos independente de classe social ou qualquer outro fator. Essas mudanças ocorridas devido à Globalização modificam vidas e aspectos das

identidades dos sujeitos. Dessa forma, ocorrem transformações significativas nas identidades em geral.

## 2.2 Fatores que interferem na construção da identidade feminina

Ao longo da vida do indivíduo são diversos os fatores que influenciam de maneira positiva ou negativa na construção da identidade. De acordo com Vieira (2005, p. 207), as transformações que ocorrem na sociedade e que são evidenciadas nas práticas discursivas podem dificultar e modificar a construção da identidade da mulher. Dessa forma, serão discutidas a seguir condições que influenciam essas identidades.

### 2.2.1 A Globalização e sua influência sobre a identidade

A globalização exerce uma função essencial nas modificações que ocorrem na modernidade e reafirma a importância do discurso em esfera global. Segundo Vieira:

Sob muitos aspectos, essas práticas discursivas não são apenas comuns a toda a comunidade internacional, mas também novas e revolucionárias, pois a mudança mundial não é um fenômeno singular e único, mas envolve um conjunto complexo de processos que interfere na definição das novas ordens do discurso. (VIEIRA, 2005, p. 208)

Nesse cenário, o mundo se altera de forma rápida, depreendendo-se assim dos laços nacionais e ampliando-se na esfera internacional. Dessa forma, discursos de diferentes locais do mundo se interligam e geram uma alteração nas práticas discursivas, o que expande fronteiras e aumenta o poder global.

As mudanças políticas, culturais e tecnológicas acarretaram uma extensa alteração nos sujeitos devido a essa nova ordem econômica. Segundo Vieira (2005, p. 208), o avanço do sistema de comunicação foi um dos elementos que mais colaborou para renovar a forma de viver do indivíduo, em todas as esferas sociais e de gêneros. Essas transformações provocam mudanças na identidade, na vida e na maneira de ser do indivíduo, transformando, por conseguinte, as relações sociais. Por esse motivo, definir identidade se tornou uma tarefa complexa, principalmente

para as mulheres da pós-modernidade, cuja construção identitária se mostra mais difícil, devido aos estereótipos e estigmas ligados já tão enraizados socialmente e reproduzidos em diversos discursos .

Diante de toda discussão acerca da globalização podemos ver como esta foi de grande influência para as principais mudanças da identidade feminina, especialmente quanto às funções e cargos que as mulheres exercem dentro do mercado de trabalho e à sua posição dentro do núcleo familiar.

### 2.2.2 Trabalho e Família

Por muito tempo, a divisão do trabalho esteve relacionada muito mais a questões culturais do que a condições de gênero. A sociedade aponta o lugar no trabalho mais apropriado para cada gênero. Mas, com a pós-modernidade, esse quadro mudou substancialmente, lugares antes destinados exclusivamente aos homens vem sendo disputados e ocupados pelas mulheres. Com a introdução da mulher no mercado de trabalho e, posteriormente, com a entrada delas em ocupações que eram essencialmente masculinas, ocorreram mudanças na vida não só na identidade e na vida da mulher, mas também na do homem.

Durante muito tempo, a função de prover o sustento da casa, além de passar o dia trabalhando fora, era destinada aos homens, enquanto as mulheres, em sua maioria, não realizavam funções remuneradas, cuidando dos filhos e do lar. Com a inserção da mulher no trabalho “[...] as relações interpessoais do casal estão sujeitas a outras formas de interferência”(VIEIRA, 2005, p. 231). Grandes mudanças acontecem em consequência disso. A mulher já não passa o dia todo em casa, algumas tarefas são divididas e o homem deixou de ter o controle total do ambiente familiar. Esse controle passou a ser compartilhado. Segundo Josênia Vieira:

Assim, no que toca ao trabalho, uma nova visão discursiva instala-se. As mudanças profissionais reivindicadas pelas mulheres no novo mercado emergem com valores modificados, centrados em promissoras propostas [...]. (VIEIRA, 2005, p. 231)

Essa inserção da mulher no mercado de trabalho gerou um novo discurso de gênero feminino nesse ambiente e uma consequência disso é a diferença na característica da identidade profissional das mulheres. Mas para conseguir a posição

desejada, as mulheres têm que lutar bastante, pois ainda tem muitos obstáculos e preconceitos até conseguirem destaque profissional e se igualarem ou superarem os homens.

A fim de ter mais força e chances no mercado de trabalho, a mulher cada vez mais está estudando, se tornando mais politizada, e percebendo seu valor na sociedade. Com essa nova visão, as mulheres almejam além de conseguirem um emprego, conquistar o cargo desejado e também um salário que possa se equiparar ao do homem, objetivo ainda não alcançado em todas as esferas do mercado.

A mulher, em qualquer cultura, seja ela qual for, deve ter o direito ao conhecimento e aos diferentes modos de ganhar o seu dinheiro, bem como de agregá-lo à sua vida em forma de poder, pois, apenas nessas circunstâncias, a mulher pode se tornar sujeito de seu destino e responsável pela construção de sua identidade. (VIEIRA, 2005, p. 234)

Então, é perceptível que o trabalho é extremamente importante para a mulher. Pois, a partir de um trabalho, ela poderá ajudar financeiramente em casa ou se sustentar, compartilhando assim o controle da sua família. Dessa forma, a mulher ganha sua independência, o que aumentará sua autoestima e também modificará sua identidade perante a sociedade e a si mesma.

Associado à questão do trabalho, a família é outro elemento decisivo na construção da identidade feminina. As primeiras noções de identidade são construídas através da família. O papel do homem e da mulher na educação dos filhos e nas responsabilidades do lar já são uma forma de demonstrar valores e crenças para a criança. Segundo Vieira (2005, p. 226): “A identidade de gênero, em suma, é o produto de comportamentos sociais aprendidos com a família e com outras instituições sociais como a escola.” A partir da infância as noções de identidade são passadas para os filhos pelos pais, depois professores e, por fim, algumas características redefinidas ou reafirmadas pela sociedade.

Dentro desse tema familiar, outro elemento que vem trazendo influência é a questão da mudança na família tradicional que está em processo de transformação. A família tradicional (pai, mãe, filho) está dando lugar às famílias modernas; que, em alguns casos, tem duas mães, dois pais, avós criando os netos ou filhos de outros

casamentos convivendo juntos. Enfim, diferentes estruturas familiares que ajudam a redefinir a nova identidade dos integrantes da família, inclusive a da mulher.

Sendo assim, a família é parte essencial na construção da identidade de um indivíduo, desde o seu nascimento até a sua formação. Esse núcleo é a base e uma parte fundamental nas mudanças e aceitação de novas identidades. É válido perceber que essas mudanças vêm através de muita luta, de debates que, com o passar do tempo, a depender do momento histórico, vão acontecendo.

Com base nessa ideia de identidade e nos fatores envolvidos na sua construção, seja no âmbito social ou individual, passamos à discussão sobre o conceito de gênero e as implicações da construção desta caracterização na imagem e comportamento da mulher.

### 3. GÊNERO: A CONSTRUÇÃO DO FEMININO

Com a proposta de se analisar os discursos de representação e construção da identidade de um gênero, faz-se necessário conhecer o conceito de gênero em si, principalmente para diferenciá-lo dos conceitos de sexo e sexualidade.

Segundo Santana & Benevento (2013, p.1), o conceito de sexo refere-se às características biológicas de homens e mulheres, específicas dos aparelhos reprodutores masculinos e femininos, enquanto o gênero diz respeito “às relações sociais desiguais de poder entre homens e mulheres que são o resultado de uma construção social do papel do homem e da mulher a partir das diferenças sexuais.” Já a sexualidade “se define pelas práticas erótico-sexuais nas quais as pessoas se envolvem, bem como pelo desejo e atração que leva a sua expressão (ou não) através de determinadas práticas.” (Santana & Benevento, 2013, p.1).

Assim, as características sexuais, biologicamente estabelecidas, acabam sendo utilizadas socialmente para a construção de padrões estéticos e comportamentais afim de diferenciar homem e mulher, o gênero masculino do feminino. Para Butler (2003) a classificação de gênero, feminino e masculino, é relacionada à construção social, ao resultado do que cada indivíduo faz, e não a algo natural, próprio de sua natureza. A sociedade define os gêneros masculino e feminino como duas culturas distintas no modo de agir e pensar, dessa forma, certos comportamentos são considerados mais comuns para o homem do que para mulher e vice-versa. É um movimento de construção, reconstrução e afirmação permanente, como afirma Cameron:

Gênero é algo que precisa ser constantemente reafirmado e publicamente exibido pelo desempenho repetido de ações específicas ajustadas a normas culturais que definem masculinidade e feminilidade. (CAMERON, 1998, p. 131).

Um desses aspectos comportamentais associados ao gênero é a fala. Cameron (1998, p. 132) afirma que os estilos diferentes de fala são resultado de ações repetidas que servem para reafirmar as questões de gênero; a maneira como as pessoas falam constroem quem elas são. Certos padrões de fala e ação são

comuns para a cultura masculina, mas social e culturalmente não associados às mulheres. Na maior parte das ocasiões, as críticas mais duras em relação ao comportamento na sociedade são voltadas para as mulheres.

Os padrões comportamentais atribuídos a cada gênero se estendem por praticamente toda a estrutura social, em que homem e mulher costumam desempenhar diferentes funções as quais ficam estigmatizadas como femininas ou masculinas e estão diretamente ligadas ao entendimento do papel social de cada gênero. De acordo com Vieira:

Nessa divisão de papéis, cabe às mulheres a responsabilidade da educação infantil, sendo rara a presença de representantes do gênero masculino nessa função educativa. O ensino na escola primária e os afazeres do lar sempre foram aceitos pela sociedade brasileira como uma ocupação tipicamente feminina. Como a educação das crianças está comumente entregue às mulheres, acredita-se que o seu papel na escola tenha sido uma extensão dessa responsabilidade do lar. (VIEIRA, 2005, p.222)

A sociedade estimula cada gênero a ter certos comportamentos e até induz profissões mais adequadas a cada gênero. Como citado anteriormente neste trabalho, antes da modernidade a tarefa de cuidar do lar e dos filhos era da mulher, enquanto o homem era responsável pela parte financeira. Isso mostra que durante muito tempo a sociedade tendeu a definir os papéis sociais a partir de gênero.

Vieira (2005, p. 223) diz: “De fato, certo determinismo histórico-cultural constrói os papéis sexuais mesmo quando desejam opor resistência. Os homens, livres para irem e virem em qualquer direção, tendem a dominar a vida social fora do lar.” Esse cenário já está internalizado no subconsciente da população. Por isso, para a mulher é mais difícil sair desse modelo determinado ao longo dos anos. Esse fato é um dos motivos que leva à necessidade de desconstrução destes padrões, o que envolve a quebra de preconceitos e crenças enraizadas. Pode-se dizer que o feminismo é, culturalmente, um dos maiores responsáveis por esse movimento de reflexão sobre o gênero feminino em prol das mudanças e transformações destes padrões.

### 3.1 Gênero x Feminismo

As relações de gênero mostram que a mulher e o homem têm seu papel social definido pela sociedade a partir das diferenças sexuais. O conceito de gênero está relacionado à história do movimento feminista, o qual, segundo Guimarães (2010), luta pela igualdade entre os gêneros na educação, no voto, no trabalho, liberdade no relacionamento e liberdade sexual, entre outros.

Ainda de acordo com Guimarães (2010) um dos objetivos do feminismo é ter uma sociedade onde o gênero não é usado para dar vantagem ou legitimar a opressão. De acordo com Ribeiro (2014) o movimento feminista começou no século XIX e foi chamado de primeira onda. Nesse momento a luta era direcionada para questões como o direito de voto e a vida pública. Foi fundada a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, em 1922, com o propósito de defender os direitos das mulheres como: o voto feminino, a instituição da mulher e uma legislação reguladora do trabalho feminino que aprovasse o direito ao trabalho sem autorização do marido.

Conforme Guimarães (2010), nos anos 70, começou a segunda onda que aconteceu na fase em que a democracia entrou em crise. A preocupação desse movimento era com o fim da discriminação, a completa igualdade entre os sexos, o direito ao prazer e contra a violência sexual. De acordo com o historiador Antonio Gasparetto Junior, do site “Info Escola<sup>2</sup>”, a partir da Segunda Onda Feminista começou a ser desaprovada a concepção de que as mulheres estavam satisfeitas apenas em cuidar da casa e dos filhos. E nesse momento cresceu o número de mulheres que desejavam trabalhar, se sustentar e serem respeitadas de forma igual. A participação da mulher no mercado de trabalho levantou diversos questionamentos. A partir de então, um novo cenário foi criado, porém objetivos como a igualdade de salários e de cargos fazem parte da luta das mulheres até os dias atuais.

De acordo com Guimarães (2010), a partir da segunda onda surgiram preocupações sociais e políticas, problematizando o conceito de gênero. As feministas começaram a incentivar as mulheres a refletirem sobre suas vidas e sobre as estruturas do poder sexista. Esse movimento de reflexão tinha como intuito ir contra a indicação de uma inferioridade alicerçada em fatores biológicos. Assim

---

<sup>2</sup> Link disponível nas Referências.

nasceram questões referentes à imposição de homens e mulheres a desempenharem funções opostas na sociedade, onde o homem acaba tendo a posição de destaque e de poder, e a mulher, um lugar de submissão.

Simone de Beauvoir já havia desnaturalizado o ser mulher, em 1949, em *O Segundo Sexo*. Ao dizer que “não se nasce mulher, torna-se”, a filósofa francesa distingue entre a construção do “gênero” e o “sexo dado” e, mostra que não seria possível atribuir às mulheres certos valores e comportamentos sociais como biologicamente determinados. (RIBEIRO, 2014)

O fato de a sociedade impor funções sociais a partir da criação cultural do feminino e masculino é um aspecto de opressão. É nessa terceira onda que Butler critica esse modelo binário e inicia uma tentativa de “desnaturalizar o gênero” (RIBEIRO, 2014).

Conforme Gasparetto, a terceira onda, ocorrida nos anos 90, veio como forma de reparar as falhas da segunda onda. Nessa fase surgiram questionamentos do padrão branco de classe média alta do feminismo, as mulheres negras se sobressaíram, começaram a mostrar as diferenças vivenciadas por mulheres em situações sociais e étnicas divergentes e ganhou força a luta para ter mulheres negras no cenário político.

As críticas trazidas por algumas feministas dessa terceira onda, alavancadas por Judith Butler, vêm no sentido de mostrar que o discurso universal é excludente; excludente porque as opressões atingem as mulheres de modos diferentes, seria necessário discutir gênero com recorte de classe e raça, levar em conta as especificidades das mulheres. (RIBEIRO, 2014)

Algumas exigências eram feitas a partir da necessidade de classe social e racial, já que não abrangiam a necessidade de todas as mulheres. Mesmo com a chegada da terceira onda, as lutas da segunda onda continuaram em vigor. Segundo Guimarães (2010), em 1968, divergentes grupos, como mulheres, intelectuais, negros e outros demonstraram descontentamento relacionado aos tradicionais acordos sociais e políticos, gerando assim movimentos com objetivo de que interesses individuais na área política se tornem interesses coletivos. Nesse âmbito,

as feministas iniciam um movimento de massa se manifestando através de revistas, jornais e livros; chamado “Estudos da Mulher”, que pretendia expor a discriminação social e política a que as mulheres foram sujeitadas ao longo dos anos.

Na terceira onda a ideologia central baseava-se na distinção entre gênero e sexualidade. As feministas questionavam as normas do que era ou não bom e apropriado para as mulheres. Nessa fase cresceram questionamentos referentes à diferença entre gênero e sexualidade, além de identidade de gênero. Guacira Lopes Louro, ao tratar destes temas, diz:

[...] os sujeitos podem exercer sua sexualidade de diferentes formas, eles podem "viver seus desejos e prazeres corporais" de muitos modos (WEEKS, apud BRITZMAN, 1996). Suas identidades sexuais se constituiriam, pois, através das formas como vivem sua sexualidade, com parceiros/as do mesmo sexo, do sexo oposto, de ambos os sexos ou sem parceiros/as. Por outro lado, os sujeitos também se identificam, social e historicamente, como masculinos ou femininos e assim constroem suas *identidades de gênero*. Ora, é evidente que essas identidades (sexuais e de gênero) estão profundamente inter-relacionadas; nossa linguagem e nossas práticas muito frequentemente as confundem, tornando difícil pensá-las distintivamente. No entanto, elas não são a mesma coisa. Sujeitos masculinos ou femininos podem ser heterossexuais, homossexuais, bissexuais [...]. O que importa aqui considerar é que — tanto na dinâmica do gênero como na dinâmica da sexualidade — as identidades são sempre *construídas*, elas não são dadas ou acabadas num determinado momento. [...] As identidades estão sempre se constituindo, elas são instáveis e, portanto, passíveis de transformação. (LOURO, 2013, p. 30-31)

Entender o conceito de gênero proporciona diferenciar quais valores são atribuídos aos homens e às mulheres como a forma de se comportar em consequência a esses valores. Compreender o gênero como “[...] uma operação de classificação cultural [...]” (ALBEERNAZ e LONGHI, 2001, P. 83), consiste em entender que é por meio da cultura de cada sociedade que se pode refletir sobre o papel do homem e da mulher. O debate de gênero abarca relações sociais, na política, no trabalho, no lazer, mostrando as relações de dominação e poder.

### 3.2 Linguagem e a desigualdade social de Gênero

De acordo com Lakoff:

Somos usados pela linguagem tanto quanto a usamos. Quanto mais nossa escolha de formas de expressão for guiada pelos pensamentos que queremos expressar, tanto mais o modo como nós sentimos as coisas no mundo real governará o modo como nos expressar sobre essas coisas. (LAKOFF, 1973, p. 13)

Todos os sentimentos, pensamentos e a percepção do mundo que cada indivíduo tem, podem ser expressos através da linguagem. Sendo assim, é possível perceber através do uso da linguagem a presença de algum tipo de preconceito. A partir da linguagem, que pode ser evidenciada em textos escritos, é possível perceber se existem desigualdade social e diferença entre os gêneros.

A fala das mulheres e dos homens se diferencia em alguns pontos e, segundo Lakoff (1973, p. 18), as mulheres são discriminadas, mesmo que de maneira inconsciente, por causa da linguagem que utilizam. Lakoff (1973, p. 18), com objetivo de demonstrar as discriminações sofridas pelas mulheres através da linguagem, separa os dois exemplos a seguir:

- 1 - Oh, céus, você colocou a manteiga de amendoim na geladeira de novo.
- 2 - Merda, você colocou a manteiga de amendoim na geladeira de novo.

Com base nas frases expostas, a professora de linguística Lakoff sugeriu que imaginássemos que essas duas sentenças idênticas sintaticamente, diferentes apenas em um item gramatical, seriam entregues a um grupo de falantes nativos da língua, para que eles respondessem qual foi a sentença falada por um homem e qual foi pronunciada por uma mulher. De forma segura, Lakoff previu que as pessoas indicariam a frase 1 como linguagem de mulher e a sentença 2, de homem. A professora de linguística afirma que a frase 2 poderia também ter sido dita por uma mulher, com a probabilidade menor e seria mal visto pela sociedade. Enquanto muitos homens não usariam a frase 1 por pensar que seria uma fala afeminada e que sofreriam preconceito.

Para Lakoff (1973, p. 20), “[...] a escolha da interjeição depende de quão fortemente alguém se permite sentir-se em relação a algumas coisas, daí, então,

que a força de uma emoção contida em uma frase corresponde à força da partícula”. As mulheres, desde criança, são levadas a agir como “damas” e como essas não devem gritar ou mostrar ataques de raiva, usar essas partículas (merda, droga) pode ser visto como uma explosão, ato que, desde cedo não é bem visto para a sociedade, se feito pela mulher; se for pelo homem é considerado normal. Aos homens é permitido expressões mais fortes do que para as mulheres, o que pode reforçar a posição de poder do homem na sociedade. Baseado na análise de linguagem é possível perceber que existe desigualdade entre a linguagem da mulher e do homem.

Para Lakoff, os linguistas, a partir de observações, são capazes de mostrar onde acontecem essas disparidades linguísticas, mostrar como elas se refletem na desigualdade social, a importância deste fato e a possibilidade de mudança. Relacionando este pensamento ao propósito deste trabalho, fica ainda mais evidente a necessidade de se observar que tipo de linguagem costuma ser atribuída à mulher nos discursos das revistas pois este também vem a ser um aspecto de construção da identidade.

Além de observar como é construída e reproduzida socialmente a linguagem atribuída ao gênero feminino, surge a possibilidade de refletir sobre a produção de outros tipos de linguagem os quais representem a mulher de maneira a dar-lhe maior voz e destaque social. Isto se aproxima do pretendido pela teoria feminista, como diz Butler:

Para a teoria feminista, o desenvolvimento de uma linguagem capaz de representá-los completa ou adequadamente pareceu necessário, a fim de promover a visibilidade política das mulheres. Isso parecia obviamente importante, considerando a condição cultural difusa na qual a vida das mulheres era mal representada ou simplesmente não representada. (BUTLER, 2003, p.18)

Na busca de tornar sua luta visível e legítima, a mulher precisa de uma linguagem e um discurso que as representem na sociedade. É fundamental entender que as mudanças que ocorrem no mundo influenciam na linguagem e que a partir dela mesmo, de forma oral ou escrita, direta ou indiretamente, poderão ocorrer mudanças na sociedade.

Estabelecidas e analisadas as ideias de identidade e gênero, passamos à configuração da análise aqui proposta. Para tal, de início, é necessário que se descreva o caminho metodológico que foi traçado, desde a concepção da pesquisa, até a busca pelos textos e ferramentas de análise. O capítulo seguinte trata, portanto, deste percurso.

#### 4. O PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

No que se refere aos estudos dos discursos das mídias impressas, há uma imensa variedade de possibilidades, seja em relação à temática abordada ou ao referencial teórico adotado. A pesquisa segue uma direção específica segundo o objetivo do pesquisador. Esta pesquisa em questão, como já sinalizado nos capítulos anteriores, objetiva o estudo das representações da mulher nos discursos das revistas.

Pádua (2000, p. 32) estabelece que a intencionalidade da pesquisa é “[...] elaborar conhecimentos que possibilitem compreender e transformar a realidade[...]”. O autor lembra ainda que toda pesquisa está inserida “em determinado contexto histórico-socio-lógico, estando, portanto ligada a todo um conjunto de valores, ideologia, concepções de homem e de mundo que constituem esse contexto [...]”.

Os processos metodológicos que resultaram nesta pesquisa começam com a leitura e estudo de teorias e textos sobre identidade e vozes silenciadas, de autores como Stuart Hall e Moita Lopes, além dos fundamentos da Linguística Aplicada. A leitura destes autores e dos estudos desta área de investigação conduziu a formulação do tema deste trabalho, bem como da análise de dados que esta pesquisa propõe.

A revisão da bibliografia, o estabelecimento do diálogo entre a teoria e o objeto de estudo escolhido, além da própria proposta de trabalho definiram, assim, o tipo de pesquisa que foi desenvolvida. Como este trabalho busca analisar os discursos, tomando-os enquanto produções sociais, históricas, ideológicas, valorizando muito mais as relações e interações desencadeadas por eles do que mensurações numéricas ou estatísticas, ele se configura como uma pesquisa de base qualitativa. Segundo Denise Tolfo Silveira e Fernanda Peixoto Córdova:

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.

[...]

A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de

significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Aplicada inicialmente em estudos de Antropologia e Sociologia, como contraponto à pesquisa quantitativa dominante, tem alargado seu campo de atuação a áreas como a Psicologia e a Educação. (SILVEIRA & CÓRDOVA, 2009, p. 31-32)

Traçado este percurso teórico-metodológico, cabe salientar a motivação para a escolha do objeto a ser analisado. Dentre os muitos textos que poderiam ser analisados, optou-se pelo texto jornalístico de revista. Esta escolha se deu pela sua tradicionalidade e pelo seu estilo de consumo, visto que ainda se concede uma atenção exclusiva, única, à sua leitura. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (2014, p. 8), realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, “Mesmo que sejam baixas a frequência e a intensidade de leitura de jornais e revistas, eles são os meios de comunicação com maior nível de atenção exclusiva.”

Além do exposto, um dos principais motivos para a escolha dessa mídia é o seu público leitor majoritário. Ainda que, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015), dentre os meios de comunicação tradicionais, a revista seja pouco consumida, as mulheres são a maior parte do seu público:

Entre os meios pesquisados, a revista é o que tem a menor presença no dia a dia dos brasileiros. De acordo com os resultados sobre frequência de uso, 85% dos entrevistados afirmaram que não costumam ler revistas.

[...]

A leitura é mais frequente entre as mulheres do que entre os homens: 16% das entrevistadas afirmaram ler revista pelo menos uma vez por semana, o que ocorre com apenas 11% dos entrevistados. (PBM 2015, 2014, p. 81)

Entretanto, mesmo não estando tão presente quanto outros meios de comunicação na vida dos brasileiros, ainda segundo a PBM 2015 (2014, p. 81), as revistas são consideradas importantes fontes de informação, sendo essa a principal razão declarada por 58% dos entrevistados para o consumo da mídia. Isto torna ainda mais pertinente a escolha dos discursos das revistas como objeto de análise da construção e reprodução da identidade feminina, visto que o trabalho jornalístico tem um grande poder de influenciar as pessoas, induzir verdades e difundir valores.

Os textos escritos passados pela mídia representam de alguma forma o momento histórico vigente, dessa forma, os discursos representam o que a sociedade pensa e ajudam na formação do indivíduo e, mais especificamente, na identidade feminina, que é o foco deste trabalho. É importante ressaltar que o discurso está agregado no cenário histórico e político de uma sociedade por isso um texto recebe grande influência da determinação histórica.

Na medida em que se trabalha com a hipótese de que os discursos e as representações veiculadas fazem mais do que refletir o contexto sócio-cultural, mas que participam efetivamente dos processos discursivos que constituem a cultura, postula-se que as representações aqui apresentadas participaram da construção das identidades femininas da época. (GUERRA, 2004, s.p.)

Dentre as inúmeras revistas publicadas no país, optou-se por duas publicações tradicionais em seus segmentos: a *Veja* e a *Cláudia*. Ambas as revistas pertencem ao mesmo grupo editorial, a editora Abril. A primeira é publicada desde 1968 e, segundo seu próprio Mídia Kit 2016<sup>3</sup>, possui um público leitor 52% feminino e 48% masculino. O perfil da *Veja* é mais informativo e voltado à divulgação de notícias, reportagens e editoriais (principalmente nas áreas de política, economia, educação, etc.). Sua escolha se deu, portanto, a sua caracterização e direcionamento não estarem vinculados a um gênero específico, por se configurar como uma revista pensada para toda a população, homens e mulheres. A observância da forma como as representações do feminino acontecem neste perfil de publicação é de suma importância, pois seu alcance é mais amplo em relação ao público e, portanto, a construção da identidade feminina acontece de formas diversas: diretamente, através do público feminino; ou indiretamente, através do público masculino que reproduz os discursos veiculados e os assume como válidos ou não, enraizando-os cultural e socialmente.

A segunda revista, *Cláudia*, é publicada desde 1961 e, também de acordo com seu Mídia Kit 2016, possui um público leitor formado 77% por mulheres. *Cláudia* é voltada especialmente ao público feminino, com a publicação de matérias sobre saúde, beleza, relacionamento, culinária, moda, etc. A escolha da revista *Cláudia* foi motivada justamente pelo seu direcionamento ao público feminino, pela

---

<sup>3</sup> Mídia Kit é um material, geralmente textual e visual, organizado pelas empresas como forma de apresentar o seu produto para clientes. Ele costuma ser usado na venda de espaços de anúncio nos veículos de comunicação.

intencionalidade em ditar padrões de comportamento e estética da mulher. Com um público-alvo restrito no que tange ao gênero, observam-se quais as construções imagéticas e comportamentais são construídas e validadas ou marginalizadas e desqualificadas. Com a análise deste tipo de publicação, é possível perceber de que forma a linguagem age a fim de estabelecer e/ou ratificar os limites possíveis do feminino.

Com a escolha destes dois tipos de revista, amplia-se, portanto, a visão sobre a representação da mulher nos textos midiáticos. Há a possibilidade de se observar se o discurso de representação da mulher construído numa publicação sem direcionamento claro de gênero alvo é o mesmo do construído numa publicação voltada para o público feminino em específico, e, assim, refletir sobre a influência destas práticas discursivas na construção da identidade feminina.

Para tal, foram escolhidos quatro textos em que a mulher fosse protagonista da narrativa, em que o foco fosse a representação da imagem das mulheres, principalmente através de descrições que são feitas do corpo ou do comportamento feminino. As matérias foram extraídas das revistas *Veja* e *Cláudia*, e foram escolhidas justamente pelas representações femininas que constroem e/ou veiculam. A proposta é verificar, através da análise da linguagem utilizada - conceitos, adjetivos, substantivos, entre outros aspectos - se há existência de preconceito de gênero, de estereótipos, analisando a forma como as mulheres são representadas e qual o “modelo” de mulher, qual identidade feminina está sendo privilegiada ou estigmatizada. Estabelecidos esses parâmetros, passamos, então, à análise dos textos selecionados.

## 5. UM OLHAR SOBRE OS TEXTOS: A ANÁLISE DOS DADOS

Antes de iniciarmos de fato a análise dos discursos veiculados nas revistas, é importante entender como o texto midiático participa da construção da identidade. A construção da identidade social de um indivíduo acontece, também, por meio de práticas discursivas, visto que estas são uma forma de ação social e, portanto, de interação e relação com o outro. Segundo Denise Zoghbi (2015, p. 147), “Em sua relação com o outro, ou seja, em suas práticas discursivas, o sujeito revela-se, pois é no uso da linguagem que as pessoas constituem suas identidades.”

Assim os registros feitos pela mídia são de grande importância e influência para esse processo, visto que enquanto práticas discursivas, no uso que fazem da linguagem, revelam as identidades de determinados sujeitos, seja este sujeito o próprio autor ou outro, que esteja sendo representado.

Um trabalho jornalístico tem um grande poder de influenciar as pessoas, induzir as suas verdades e difundir valores. Os textos escritos passados pela mídia representam de alguma maneira o momento histórico vigente. Dessa forma, os discursos representam o que a sociedade pensa, ajudando na formação do indivíduo. É importante ressaltar que o discurso está agregado ao cenário histórico e político de uma sociedade, por isso um texto recebe grande influência da determinação histórica. Quando, nessa pesquisa, se fala em texto, entende-se este objeto em sua materialidade, enquanto construção linguística dotada de significado. Toma-se por definição, então, o que afirma Luis Antônio Marcuschi:

[...] a comunicação linguística (e a produção discursiva em geral) não se dá em unidades isoladas, tais como fonemas, morfemas ou palavras soltas, mas sim em unidades maiores, ou seja, por textos. [...] Isto quer dizer que há um fenômeno linguístico [...] que vai além da frase e constitui uma unidade de sentido. O texto é o resultado de uma ação linguística cujas fronteiras são em geral definidas por seus vínculos com o mundo no qual ele surge e funciona. (MARCUSCHI, 2008, p. 71-72)

Portanto, pensando nos discursos veiculados e reproduzidos no texto jornalístico de revista enquanto práticas discursivas que refletem a identidade, mas que também agem como um fator de representação e construção de outras

identidades, a análise dos discursos de construção da identidade feminina é possível. Tal ideia é ratificada por Guerra ao dizer que:

Na medida em que se trabalha com a hipótese de que os discursos e as representações veiculadas fazem mais do que refletir o contexto sócio-cultural, mas que participam efetivamente dos processos discursivos que constituem a cultura, postula-se que as representações aqui apresentadas participaram da construção das identidades femininas da época. (GUERRA, 2004, s.p.)<sup>4</sup>

A partir de textos midiáticos é possível observar quais os traços que influem diretamente na construção da identidade da mulher e também um pouco do contexto social e histórico em que a matéria foi escrita. Conforme Guerra (2004) o texto midiático (notícia) é escrito com traços da cultura da época, da sociedade, e de determinados autores. Sendo assim, um texto pode refletir de forma parcial a sociedade; parcial, pois por trás de cada notícia escrita há a ideologia de um indivíduo e do grupo social a que ele pertence, podendo então ser tendenciosa. A mídia mostra fatos verdadeiros, mas também reelabora a realidade, podendo reafirmar ou não certos valores a depender do seu objetivo.

Moita Lopes afirma que “Todo discurso provém de alguém que tem suas marcas identitárias específicas que o localizam na vida social e que o posicionam no discurso de um modo singular assim como seus interlocutores.” (MOITA LOPES, 2003, p. 19) Assim, os textos midiáticos refletem não apenas a identidade de seu autor, como, por serem meio de interação, também podem influenciar e manipular, pois mostram a visão de quem escreve e do que acredita uma parte da população que gere ou domina aquele meio de comunicação.

De acordo com Guerra (2004), em alguns trechos de textos podemos ver estereótipos sendo reafirmados e em outros desconstruídos, revelando, certas vezes, certa contradição, demonstrando o movimento de transição do processo de construção de novas identidades. Os textos encontrados em revistas instituem suas ideias ao leitor, constroem ou desconstróem certas ideias a partir do que consideram ser relevante. As imagens utilizadas próximas ao texto também ajudam a dar credibilidade à opinião apresentada. Dessa forma, em uma revista, além do texto escrito, é utilizada a imagem para reforçar determinado ponto de vista.

---

<sup>4</sup>Artigo encontrado em: <http://www2.unemat.br/avepalavra/EDICOES/09/artigos/GUERRA.pdf>

Na mídia, é possível verificar discursos que relacionam ou atribuem a felicidade, realização e aceitação da mulher ao seguimento ou alcance de determinado padrão de beleza. Isto se evidencia principalmente através de celebridades, que, na maioria das vezes, utilizam de photoshop para mostrar algo que não é real, uma perfeição que de fato não existe, tratando-se apenas de uma ferramenta utilizada por empresas que querem vender algum produto. Essas imagens de mulheres perfeitas podem ser prejudiciais para as mulheres reais, pois muitas acreditam que devem seguir um padrão e fazem de tudo, diversos tipos de sacrifícios físicos e financeiros para tal. Em muitos casos essas mulheres acabam prejudicando a própria saúde atrás de um corpo ideal, e, muitas vezes, inalcançável. Esse processo de busca por um corpo perfeito, um rosto bonito pode deixar marcas significativas na mulher, afetar seu amor próprio e sua identidade, podendo gerar consequências como problemas psicológicos.

Conforme Guerra (2009), a partir dos textos e imagens, as revistas influenciam na concepção de uma parcela da sociedade, principalmente a feminina, que está em processo de grandes mudanças, trazendo assim, transformações em suas identidades. É importante perceber que as revistas destacam a função da mulher na sociedade, influenciam, propagam ideologias, podem ajudar na desconstrução de muitos paradigmas perpetuados durante anos pela sociedade.

Assim, já entendendo a importância da relação entre os discursos veiculados pelas revistas e a construção das identidades, começaremos a análise dos textos selecionados. Focando na representação e construção da identidade feminina, analisaremos os principais trechos destas matérias, nos quais se destacam a imagem da mulher.

### 5.1. Os Textos em Análise

Foram selecionados 4 textos, 2 da revista *Veja* e 2 da revista feminina *Cláudia*. O primeiro a ser analisado foi retirado da revista *Veja*, Edição Especial, ano 49, de abril de 2016, página 28, e se trata de uma matéria intitulada “Bela, recatada e do lar” sobre Marcela Temer, esposa de Michel Temer, então vice-presidente do Brasil. Segue matéria abaixo:

COMO SERÁ



## BELA, RECATADA E “DO LAR”

A quase primeira-dama Marcela Temer, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice **JULIANA LINHARES**

**MARCELA TEMER** é uma mulher de sorte. Michel Temer, seu marido há treze anos, continua a lhe dar provas de que a paixão não arrefeceu com o tempo nem com a convulsão política que vive o país — e em cujo epicentro ele mesmo se encontra. Há cerca de oito meses, por exemplo, o vice-presidente, de 75 anos, levou Marcela, de 32, para jantar na sala especial do sofisticado, caro e badalado restaurante Antiquarius, em São Paulo. Blindada nas paredes, no teto e no

chão para ser à prova de som e garantir os segredos dos muitos políticos que costumam reunir-se no local, a sala tem capacidade para acomodar trinta pessoas, mas foi esvaziada para receber apenas “Mar” e “Mi”, como são chamados em família. Lá, protegido por quatro seguranças (um na cozinha, um no toalete, um na entrada da sala e outro no salão principal do restaurante), o casal desfrutou algumas horas de jantar romântico sob um céu estrelado, graças ao teto retrátil do

### A "MAR" DO "MI"

Marcela, mulher do vice, Michel Temer: jantares românticos e apelidos carinhosos

ambiente. Marcela se casou com Temer quando tinha 20 anos. O vice, então com 62, estava no quinto mandato como deputado federal e foi seu primeiro namorado.

Michelzinho, de 7 anos, cabelo tigelinha e uma bela janela no lugar que abrigará seus incisivos centrais, é o único filho do casal (Temer tem outros quatro de relacionamentos anteriores). No fim do ano passado, Marcela pensou que esperava o segundo filho, mas foi um alarme falso. "No final, eles acharam que não teria sido mesmo um bom momento para ela engravidar, dada a confusão no país", conta tia Nina, irmã da mãe de Marcela. Ela se refez do sobressalto, mas não se resignou — ainda quer ter uma menininha. No Carnaval, Marcela planejou uns dias de sol e praia só com o marido e o filho e foi para a Riviera de São Lourenço, no Litoral Norte de São Paulo. Temer iria depois, mas, nos dias seguintes, o plano foi a pique: o vice ligou, dizendo que estava receoso de expor a família, devido aos ânimos acirrados no país. Pegou Marcela, Michelzinho, e todo mundo voltou para casa.

Bacharel em direito sem nunca ter exercido a profissão, Marcela comporta em seu *curriculum vitae* um curto período de trabalho como recepcionista e dois concursos de miss no interior de São Paulo (representando Campinas e Paulínia, esta sua cidade natal). Em ambos, ficou em segundo lugar. Marcela é uma vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também (nas últimas três semanas, foi duas vezes à dermatologista tratar da pele).

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era "educadíssima", lembra o cabeleireiro. "Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguranças do lado de fora", informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela "tem tudo para se tornar a nossa

Grace Kelly". Para isso, falta só "deixar o cabelo preso". Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público poucas vezes. "Marcela sempre chamou atenção pela beieza, mas sempre foi recatada", diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. "Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras", conta a estilista Martha Medeiros.

Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana, uma vez que Temer mora de segunda a quinta-feira no Palácio do Jaburu, em Brasília, e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe. Sacudida, loiríssima e de olhos azuis, Norma Tedeschi acompanhou a filha adoles-

## "Marcela tem tudo para ser a nossa Grace Kelly."

MARCO ANTONIO DE BIAGGI, cabeleireiro

cente em seu primeiro encontro com Temer. Amigos do vice contam que, ao fim de um dia extenuante de trabalho, é comum vê-lo tomar um vinho, fumar um charuto e "mergulhar num outro mundo" — o que ocorre, por exemplo, quando telefona para Marcela ou assiste a vídeos de Michelzinho, que ela manda pelo celular. Três anos atrás, Temer lançou o livro de poemas intitulado *Anônima Intimidade*. Um deles, na página 135, diz: "De vermelho / Flamejante / Labaredas de fogo / Olhos brilhantes / Que sorriem / Com lábios rubros / Incêndios / Tomam conta de mim / Minha mente / Minha alma / Tudo meu / Em brasas / Meu corpo / Incendiado / Consumido / Dissolvido / Finalmente / Restam cinzas / Que espalho na cama / Para dormir".

Michel Temer é um homem de sorte. ■

O texto é, desde o título, uma exaltação à figura de Marcela Temer enquanto mulher. A escolha dos adjetivos utilizados para elogiá-la e a construção de um perfil feminino que serve, principalmente, aos interesses masculinos e a um padrão estético ideal se destacam no discurso produzido e podem ser observados nos trechos a seguir:

TRECHO 1	A quase primeira-dama, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice.
----------	---

A matéria já começa com uma descrição do comportamento de Marcela Temer. Ela é descrita como uma mulher que não gosta de exposição – ainda que, mais a seguir, o texto revele suas participações em concursos de beleza -, gosta de roupas discretas e almeja ter mais um filho com o marido.

TRECHO 2	Marcela é uma vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também (nas últimas três semanas, foi duas vezes à dermatologista tratar da pele).
----------	--

O trecho dois demonstra a construção desse perfil de mulher/esposa/figura feminina exemplar. A rotina de Marcela é descrita como restrita aos cuidados com a casa, com o filho (ao levá-lo e buscá-lo da escola) e consigo mesma – aí, descreve-se a quantidade de idas ao dermatologista para cuidar da pele. Costura-se, então, o “Bela, recatada e do lar” que intitula o texto. É enaltecida a figura feminina que cumpre funções domésticas e uma rotina de cuidados estéticos recorrentes.

TRECHO 3	Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. “Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada.”, diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e de cores claras.”, conta a estilista Martha Medeiros.
----------	--

O trecho acima ratifica o analisado sobre o trecho 2. Mais uma vez é dado destaque à beleza e ao perfil estético de Marcela, ao seu papel secundário em relação ao marido, visto que pouco aparece em público, e ao seu comportamento

revestido de pudor, quase casto, ao vestir sempre roupas não tão curtas e de cores claras.

Depreende-se daí que, ao enaltecer esses aspectos da imagem e do comportamento de Marcela, o texto ratifica um padrão comportamental feminino considerado ideal e que começou a ser construído em meados do século XIX e tem suas raízes nos preceitos cristãos. Tal padrão prioriza a subordinação da mulher ao homem e a preservação da sua “pureza” através da castidade e do pudor das roupas “recatadas”, as quais não teriam “apelo sexual”. Esse perfil de feminilidade perdura, em muitos discursos, como o ideal, visto que o Brasil ainda é um país em que os valores e dogmas cristãos estão muito arraigados socialmente. De acordo com Jane Soares de Almeida (2006):

O modelo normativo de mulher, criado desde meados do século XIX, inspirado nos arquétipos do cristianismo, espelhava a cultura vigente instituindo formas de comportamento em que se exaltavam virtudes femininas como castidade e abnegação, forjando uma representação simbólica da mulher por meio de uma ideologia imposta pela religião e pela sociedade, na qual o perigo era principalmente representado pela sexualidade. (ALMEIDA, 2006, p. 68)

Observa-se, também, o fato de não haver qualquer menção aos pensamentos políticos ou ideológicos de Marcela Temer. Toda sua descrição e todo seu perfil são traçados, também, por outras pessoas, sem que seja dada a ela voz no texto. Tal escolha discursiva também é um fator no processo de construção desse perfil “recatado” de mulher, a qual não ocupa papel de protagonista de sua própria história. O texto é finalizado com a frase “Michel Temer é um homem de sorte.” Isto só corrobora ainda mais o perfil de mulher recatada, perfeita, ideal para um homem.

A matéria e principalmente a escolha de palavras do título provocou uma série de críticas, fotos e textos irônicos nas redes sociais. A polêmica gerou uma forte reação das mulheres, que, em forma de protesto, postaram fotos em diversas situações - engraçadas, frequentando bares, vestindo roupas mais curtas, nos seus locais de trabalho - tudo isso com o objetivo de mostrar que as mulheres podem ocupar diversos espaços e que rejeitavam a escolha das “qualidades” destacadas, associadas a um pensamento e a um perfil de mulher conservador, ideal e único. A reação desencadeada pela matéria é o reflexo de uma inconformidade com essa padronização constituída ao longo da história. Segundo Guerra (2004, s.p.), “Ao

representar a figura feminina, a imprensa concomitantemente constrói, projeta e estabiliza identidades sociais, em processos definidos histórica e culturalmente.” Assim, refletir sobre a identidade feminina representada nas revistas, é pertinente, e questioná-la acaba sendo uma consequência do momento histórico e cultural que se vive.

Diana Corso, psicanalista e escritora comentou no site da Revista Donna: “Então essa reação a essa frase, [...], é uma reação feminista, [...] é uma reação das mulheres em defesa dos direitos adquiridos ainda nada afirmados e longe do ideal.” As mulheres não admitem mais serem vistas como objeto e serem simplesmente associadas ao lar. Elas reclamam pelo direito à vida pública. O protesto que aconteceu nas redes sociais contra o texto "Bela, recatada e do lar" não é uma crítica as mulheres que escolhem esse estilo de vida tradicional e sim contra a concepção de que são essas as mulheres ideais, perfeitas, que tem maior valor. De acordo com Stuart Hall:

As sociedades da modernidade tardia, [...] são caracterizadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes “posições de sujeitos” – isto é, identidade – para os indivíduos. (HALL, 2006, p.17)

Assim, a reação despertada pela matéria é o reflexo da sociedade atual, a qual produziu diversos sujeitos que reivindicam por mudanças sociais, aqueles sujeitos antes silenciados, e que agora tem voz e lutam por isso. Exemplo disso são as mulheres, que trazem novas visões sobre a sociedade e do seu lugar nela.

De acordo com Moita Lopes (2003), de todas as transformações que aconteceram na pós-modernidade, uma de grande destaque é o papel da mulher na sociedade contemporânea, que modificou a organização da família, o mercado de trabalho e o espaço que antes era reservado só para o homem. Na matéria analisada, a revista apontou valores femininos que representam um retrocesso frente às conquistas das mulheres, a luta pela desconstrução de paradigmas e a construção da identidade. É importante lembrar que não há nada de errado em seguir esse estilo de vida, mas que esse não seja um padrão. Melhor seria não haver um padrão, pois a mulher luta pela liberdade de seguir a vida da maneira que achar melhor.

A imagem retratada é o oposto da realidade de boa parte das mulheres brasileiras, aquelas que acordam cedo para ir trabalhar, ganhar seu dinheiro, que enfrentam preconceitos, que lutam para ter reconhecimento e ainda cuidam do lar e dos filhos. Esse texto representa, de certa forma a visão de uma parcela da sociedade que continua presa ao passado, a costumes que já vem sendo questionados ou transformados.

Como visto em Moita Lopes (2003), temas que não eram muito abordados pela mídia como raça e o preconceito de gênero, nos dias atuais vem sendo constantemente discutidos e isso acontece devido ao movimento político de Liberação das Mulheres que tem movido as políticas públicas. A vida tradicional: valores, éticas e ideologias, conforme Moita Lopes, estão sendo questionados e discutidos, as identidades sociais estão sendo reavaliadas, dessa forma, se faz necessário rever discursos veiculados nas revistas, como o exemplo apresentado, no intuito de uma melhor compreensão dessas identidades.

Isso posto, passamos à análise do segundo texto da revista Veja. Trata-se de uma matéria intitulada “Dieta que só engorda”, retirada da Veja nº 25, ano 48, de 24 de junho de 2015, p. 75.



Mais uma vez, assim como no primeiro texto analisado, aqui pode-se observar um título que já revela certa carga de estereótipo quanto à imagem e identidade femininas. A matéria inteira se constrói a fim de demonstrar como mesmo seguindo uma determinada dieta, a cantora pop não está dentro dos padrões estéticos considerados ideais ou esperados para ela. Essa construção discursiva pode ser observada nos trechos abaixo:

TRECHO 1	Roupa feita de carne crua, modelito de papel e até a nudez revelada são alguns exemplos da já conhecida – bem calculada e administrada, diga-se – excentricidade da cantora americana <b>LADY GAGA</b> .
----------	--

O trecho acima se destaca pela associação entre nudez e excentricidade. De fato, toda a descrição do estilo da cantora é feita nesse sentido, com um breve retrospecto sobre suas roupas que fogem aos padrões e, por isso, a artista é qualificada como “excêntrica”. Observam-se dois fatos: a estigmatização de uma mulher que não cumpre as expectativas estéticas depositadas nela e a associação da nudez, individualmente, a algo excêntrico, pouco comum. Por seu estilo fugir do comum, do esperado, do padrão, ele seria, segundo a matéria, bem calculado e administrado, algo não espontâneo.

TRECHO 2	Adepta de várias dietas, inclusive da chamada “dieta dos 5” – cinco refeições diárias, compostas por cinco elementos (proteínas, lipídios, carboidratos, fibras e líquido), além de cinco exercícios físicos por dia, durante cinco semanas (ufa!) – ela surpreendeu pela silhueta bem mais rechonchuda em um biquíni fio-dental (raridade fora do Brasil), durante passeio pelas Bahamas.
----------	--

No trecho acima é possível identificar como a imagem da mulher é baseada em parâmetros estéticos e físicos. É descrita em detalhes a dieta e a rotina de exercícios físicos da cantora a fim de indicar que, por esse esforço, o resultado esperado seria um corpo dentro dos padrões estéticos que a própria mídia e a

sociedade tanto cobram das mulheres. Entretanto, o texto indica que a cantora “surpreendeu” ao apresentar uma “silhueta bem mais rechonchuda em um biquíni fio dental”. Além da crítica à forma física da cantora, nota-se também uma crítica ao uso de um biquíni fio-dental, uma roupa de banho menor e mais justa, que realça sua silhueta, o que seria inadequado, estando ela fora dos padrões e seguindo uma dieta e uma rotina de exercícios que não surtem “o efeito adequado”. A utilização do termo “surpreendeu” indica isso, afinal, uma mulher “mais rechonchuda” não deveria, não poderia ou não gostaria de usar tais tipos de vestimenta, certo? O próprio uso do adjetivo “rechonchuda” já categoriza uma estigmatização, visto que esse é um termo pejorativo, utilizado para associar a imagem do corpo de algumas mulheres a objetos de forma arredondada.

A matéria constrói um discurso que reforça essa cobrança por um corpo feminino “ideal e perfeito”. A identidade da mulher é construída através de sua aparência, de seu perfil estético. Configura-se um quadro em que o objetivo da dieta e da rotina de exercícios seguidas pela artista seria apenas estar magra, em forma, dentro dos padrões. Não se leva em conta outras questões, como a saúde, já que a cantora em questão luta contra a bulimia e anorexia (dois transtornos alimentares ligados geralmente à insatisfação com a aparência) desde os 15 anos. Essa é uma questão que deveria ser levada em consideração pela revista, já que a luta das mulheres para se encaixar em certos padrões estéticos e as doenças relacionadas a isso são uma questão muito comum, como abordado por Vieira:

A aparência e a postura não são adquiridas, mas construídas pela mulher, dependem do meio cultural a que estão agregadas. Cuidar do corpo significa *ouvi-lo constantemente* tanto para buscar boa saúde como para identificar o que está errado. O corpo tem o poder de ajudar a manter a boa aparência do sujeito e, por consequência, a sua satisfação. Mas nem sempre a mulher consegue controlar o seu corpo, sendo comuns mulheres, no intuito de preservá-lo, desenvolver doenças como a anorexia nervosa ou a bulimia, versões extremas das preocupações com o corpo que podem contribuir positivamente para aperfeiçoar a identidade ou negativamente para distanciá-la dos ideais almejados.(VIEIRA, 2005, p.215)

Assim, o título “Dieta que só engorda”, bem como as passagens que se seguem, se configura como uma cobrança. A matéria, através destes elementos, questiona o corpo dessa mulher, questiona a dieta e a rotina de exercícios que ela segue, e questiona a roupa que ela usa. Esse é o reflexo de uma cultura e uma

ideologia – reproduzidas pela revista — que ainda cobram da mulher um corpo ideal e um comportamento dentro dos padrões para satisfazer os anseios e as expectativas da sociedade. Tudo isso sem considerar as consequências dessa pressão na autoestima ou na construção da identidade feminina.

Como se pôde observar, nos dois textos da Revista *Veja* a identidade da mulher se constrói com base em padrões estéticos ou comportamentais considerados conservadores e estereotipados. Se na primeira matéria é feito um discurso elogioso à beleza e ao perfil recatado e discreto de Marcela Temer, com uma descrição de sua rotina de cuidados com a pele ou de seus gostos por roupas mais “comportadas”; o segundo texto trata de estigmatizar – associando nudez à excentricidade ou utilizando o termo “rechonchuda”, por exemplo – uma mulher que foge aos padrões estéticos e de comportamento, ainda que sua rotina alimentar e de exercícios indique, segundo presume a revista, que ela busque determinado padrão e cumpra determinado papel. Ao falar destes padrões/papéis associados aos gêneros, Guacira Lopes Louro diz que:

Papéis seriam, basicamente, padrões ou regras arbitrárias que uma sociedade estabelece para seus membros e que definem seus comportamentos, suas roupas, seus modos de se relacionar ou de se portar... através do aprendizado de papéis, cada um/a deveria conhecer o que é considerado adequado (e inadequado) para um homem ou para uma mulher numa determinada sociedade, e responder a essas expectativas. (LOURO, 2013, p. 28 )

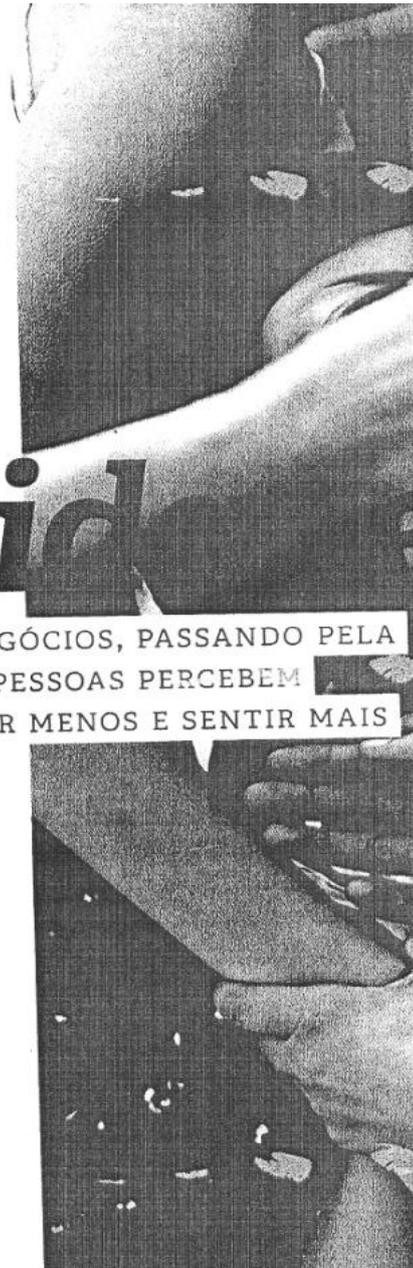
Daí a importância de estudar e analisar as representações e construções da identidade feminina dentro dos discursos das revistas, visto que a aprendizagem destes papéis associados aos gêneros influenciam em diversas esferas sociais e que, ainda de acordo com Louro (2013, p. 28 ), as complexas redes de poder - instituições, discursos, códigos, símbolos, práticas... - estabelecem as hierarquias entre os gêneros.

Assim, passamos então a análise dos textos da revista feminina *Cláudia*. O primeiro a ser analisado é uma matéria intitulada “O mundo tem sede de feminilidade” e foi retirado da *Cláudia*, nº 3, ano 51, de março de 2012, p. 20.

# O mundo tem sede de feminilidade

DA MEDICINA AO MUNDO DOS NEGÓCIOS, PASSANDO PELA ECONOMIA E PELA POLÍTICA, AS PESSOAS PERCEBEM A NECESSIDADE DE RACIONALIZAR MENOS E SENTIR MAIS

**A** humanidade nunca esteve tão atenta e aberta ao jeito sensível e feminino de viver e se relacionar. Essa valorização abre espaço para uma existência com mais feminilidade e acontece em diferentes esferas da vida. Na medicina, por exemplo, os tratamentos convencionais ganharam a companhia das terapias complementares, como a acupuntura e outras técnicas holísticas. Recursos hoje amplamente aceitos e que nos ajudam a enxergar o ser humano (e suas dores) em sua totalidade, integrando o corpo, as emoções e o ambiente. Ser saudável é muito mais do que apenas estar bem fisicamente, é sentir-se bem como um todo, sentir satisfação com a vida.



A matéria em questão procura associar a feminilidade – ou seja, qualidade do que é feminino, os aspectos comportamentais e/ou estéticos da mulher – à sensibilidade. O título do texto diz que o mundo tem “sede” de feminilidade e o subtítulo alega que em diversas áreas sociais, “as pessoas percebem a necessidade de racionalizar menos e sentir mais”. Já a partir desses trechos se percebe a construção de um discurso que associa a feminilidade e, por consequência as mulheres, ao sentimentalismo e ao pensamento pouco racional.

Essa é uma concepção estigmatizada, estereotipada e conservadora do gênero feminino. Segundo Guerra (2004, s.p.), “[...] devido à tradição patriarcal em nossa cultura, a maior parte dos preconceitos ainda recai sobre as mulheres.” São esses preconceitos que se refletem nas concepções do gênero feminino e isso pode ser observado nesta matéria, em que é traçado um perfil único e limitado de feminilidade. “Racionalizar menos e sentir mais” seria uma qualidade feminina, necessária ao mundo. A partir disso se pode inferir que só são femininas as mulheres que se enquadram nessa caracterização.

A matéria, então, afirma que a humanidade está mais receptiva ao jeito “sensível e feminino de viver e se relacionar”, fazendo uma associação entre a mulher e a emoção. Ao alegar que este contexto abre espaço para uma vivência social com mais feminilidade, a matéria legitima apenas um tipo de identidade feminina, a da mulher sensível, o que seria uma propriedade natural da mulher e, por consequência, do gênero feminino. Ao discutir gênero, Louro (2013, p. 27) afirma que este conceito exige que se pense de maneira plural, com uma ótica dirigida para a construção e não unicamente para algo pré-determinado biologicamente.

Apesar de, em certos momentos do texto, ser explicada a razão da necessidade dessas características ditas femininas, como forma de “exaltar” a imagem da mulher, é possível também perceber que a presença física da mulher não é destacada. Existem certas particularidades que são designadas para o gênero feminino, principalmente através de técnicas e tratamentos alternativos ou pouco convencionais, comumente associados à sensibilidade ou espiritualidade. Isso só reforça a ideia da mulher como um ser emocional, que tem como maior característica a sensibilidade.

Observar esse tipo de construção discursiva é essencial para entender os fatores que influenciam as identidades dos indivíduos, mais especificamente, das mulheres. Vieira corrobora esse pensamento ao dizer que:

A consciência de que o mundo faz parte de seu discurso e de que o sujeito não é apenas um repetidor ou copiador, mas um pensador crítico que considera aspectos estruturais, culturais e contextuais que o cercam, faz emergir o sujeito reflexivo, o qual, ao lidar com ideologias e com estruturas estabilizadas de poder que dominam hegemonicamente os demais sujeitos, altera a constituição de sua identidade. (VIEIRA, 2005, p. 212)

Assim, pode-se concluir que tomar consciência crítica dos discursos que as cercam, torna as mulheres mais atentas e reflexivas às pressões sofridas na constituição de suas identidades. Essa necessidade pode ser observada também a partir da análise do próximo texto.

A matéria que agora será analisada se chama “O enigma da pirâmide<sup>5</sup>” e foi extraída da revista *Cláudia* nº 3, ano 51, de março de 2012, p. 114. Segue abaixo a primeira página da matéria, cujos trechos principais serão analisados.

## Reflexão

# O enigma da pirâmide

A ascensão no mercado de trabalho e as possibilidades que se abriram para as mulheres aparentemente tiveram um efeito colateral na vida afetiva. Dados do IBGE sugerem que, bem-sucedidas, elas encontram menos opções de homens “à altura delas” e estão mais solitárias. A saída seria “casar para baixo”. Mas será que o diploma, a carreira e a independência financeira são mesmo o X da questão? MARCIA KEDOUK

**A**s garotas superpoderosas andam se estranhando com as princesas cor-de-rosa, como diz a antropóloga Mirian Goldenberg, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. As superpoderosas e as princesas são duas facetas das mulheres que hoje têm mais de 30 anos, alto nível de escolaridade, realização profissional – e também o ideal de amar ou casar com um cara que seja bacana como elas. Bacana, no senso comum, é o homem tão ou mais estudado e bem-sucedido que elas. Essas são as mulheres que, instaladas hoje em patamares mais elevados da pirâmide social, olham para o lado e para cima e se dão conta de que suas

opções de encontro amoroso dentro desse parâmetro se reduziram muito. Sim, porque no topo cabe menos gente. A solução, tem dito estatísticos e outros especialistas, é casar “para baixo”. Nunca foi fácil encontrar a tampa da panela, e provavelmente os novos tempos trouxeram mais complexidade à questão. Homens e mulheres mudaram, a sociedade mudou. Mas será que já não partimos em desvantagem quando usamos a figura da pirâmide, tão adequada para alegorias socioeconômicas, também para ilustrar as emoções? E por que as garotas superpoderosas de hoje ainda guardam essa princesa cor-de-rosa dentro de si? “Em outros

112  
CLÁUDIA | Março 2012

O texto em questão se ocupa de discutir a ascensão das mulheres no mercado de trabalho, as conquistas financeiras e profissionais e a possível relação desses fatores com “efeitos colaterais” em suas vidas amorosas. Isso se destaca já no subtítulo da matéria. Assim, passamos então a análise dos trechos selecionados.

<sup>5</sup> Matéria completa disponível nos Anexos.

TRECHO 1	As garotas superpoderosas andam se estranhando com as princesas cor-de-rosa, como diz a antropóloga Mirian Goldenberg, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. As superpoderosas e as princesas são duas facetas das mulheres que hoje têm mais de 30 anos, alto nível de escolaridade, realização profissional – e também o ideal de amar ou casar com um cara que seja bacana como elas.
----------	---

Aqui há uma indicação de padronização da identidade feminina em dois perfis que, embora apresentem certo nível de avanço social e sejam reflexo das conquistas educacionais e profissionais das mulheres, ainda presume uma ligação entre o sucesso e o relacionamento amoroso heterossexual. É dito que as mulheres em questão têm como um de seus ideais, de seus objetivos, o relacionamento amoroso com um “cara bacana”. Essa afirmação é, no mínimo, conservadora. Entende-se que as mulheres bem-sucedidas financeira e profissionalmente necessariamente buscam uma relação amorosa heterossexual. Este é um discurso antigo, que associa todas as mulheres à ambição de casar-se – e com um homem.

TRECHO 2	“Em outros países, a mulher investe um período só na carreira, outro no casamento, outro na função de mãe. Aqui, ninguém quer subtrair nada”, observa Mirian. “As mulheres não veem problema em acumular desejos, mas aí enfrentam um conflito muito grande.”
----------	---

A fala da antropóloga Mirian Goldenberg acaba mostrando que socialmente e culturalmente existe a ideia de que a mulher não pode ou não consegue acumular funções ou demandas, investindo seu tempo e esforços em múltiplos objetivos. Ela precisa escolher, abrir mão de algo a fim de conquistar outras coisas, do contrário, enfrentaria conflitos de interesses – uma situação que não é retratada para o homem. Aqui podemos voltar a questão abordada por Butler (2003), em que a sociedade define o homem e a mulher como culturas distintas, a mesma situação que serve para o homem não é adequada à mulher, o que pode se configurar como uma distinção das possibilidades e perspectivas para cada gênero.

TRECHO 3	Um estudo recente do centro de pesquisa americano Pew Research mostrou que grande parte dos entrevistados considera a relação em que os dois trabalham melhor do que aquela em que a esposa é responsável pela casa e pelos filhos, cabendo ao marido a tarefa de provedor. No entanto, a maioria acha fundamental para um homem, e não para uma mulher, ter condições de sustentar a família antes de formar uma, conforme assinala D'Vera Cohn, redatora sênior do instituto.
----------	---

No trecho acima podemos perceber o processo de transformação da sociedade tão discutida nesse trabalho. É visto que uma parcela da sociedade, já consegue perceber que gênero não define as funções e nem o lugar em que cada indivíduo deve estar. O homem pode sim cuidar da casa, a mulher pode ser a provedora, ou os dois podem trabalhar e dividir o trabalho doméstico. Entretanto, pode-se observar que, sob certas circunstâncias, ainda há apego à tradição e aos papéis definidos a partir da definição gênero. Como visto em Butler (2003), a sociedade define o papel social de cada indivíduo a partir da definição de gênero, feminino\masculino. Certos comportamentos são aceitáveis quando praticados por um homem e não por uma mulher e vice-versa. Nesse trecho pode-se observar que uma mulher casar sem ter condições financeiras de sustentar a família, é considerado aceitável e até normal, mas um homem, não, pois ele tem a obrigação de ter tais condições.

TRECHO 4	“A essência do feminino é compartilhar, procurar o bem-estar; a maioria busca alguém com quem possa ser feliz, não importa a posição social”, diz a socióloga Célia Belém, de São Paulo.
----------	--

Nesse quarto trecho, se destaca a tradicional relação que se faz entre a feminilidade e as questões emocionais. Ao afirmar que a “essência do feminino é compartilhar, procurar o bem-estar”, reforça-se o discurso que atribui certos comportamentos e características como naturais do gênero feminino. Essa

caracterização gira em torno da ideia de a mulher é um ser que buscar dividir, que almeja um bem-estar, uma felicidade e uma satisfação que estão associados à existência de um relacionamento amoroso. Esse discurso reproduz estes estereótipos de gênero, reforçando-os. O resultado disso é a construção de uma identidade feminina única, baseada em perfis estereotipados e conservadores, visto que tendem a associar as mulheres à sensibilidade e ao desejo romântico natural de ter uma relação amorosa. Este tipo de construção que universaliza certos padrões como femininos acaba também excluindo, ignorando a heterogeneidade das identidades das mulheres. Segundo Butler (2003, p. 22), “Esses domínios de exclusão revelam as consequências coercitivas e reguladoras desta construção, mesmo quando a construção é elaborada com propósitos emancipatórios.” Ou seja, essa construção única acaba por revelar uma tendência de imposição e regulação de certos grupos sociais sobre outros.

TRECHO 5	É fato que as mulheres ainda estão sendo criadas com dois pesos e duas medidas – buscam independência na carreira, ficam à espera de um amor à moda antiga –, e isso gera confusão e frustração. Mas esses dilemas são mais confortáveis do que os que vivíamos quando estávamos todas lá embaixo, na base da tal pirâmide, menos educadas, menos autônomas e com menor poder aquisitivo.
----------	---

O trecho acima destaca que as mulheres ainda são criadas “com dois pesos e duas medidas”, buscando independência profissional e financeira e esperando “um amor à moda antiga”. Apesar de falar sobre como, atualmente, as mulheres alcançaram “o topo da pirâmide”, com avanços na educação, no mercado de trabalho e em relação à independência financeira, o texto ainda associa a mulher à busca por um relacionamento amoroso aos moldes tradicionais. Exalta-se essa nova identidade feminina, mas reforçando certas características que ainda são consideradas naturais à mulher.

Esse trecho vem no final da matéria e faz um resumo bem pertinente do que está acontecendo com a mulher na pós-modernidade – momento de redescobertas,

de construção de um novo eu, de uma identidade social que as valorize. Para tanto é necessário que os discursos relacionados às mulheres sejam feitos de uma maneira mais criteriosa para não perpetuar ideias ultrapassadas, estereotipadas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A identidade social é compreendida como uma construção da sociedade a partir da interação do indivíduo com o mundo e é modelada a partir dos discursos veiculados na mídia, mais especificamente aqui na revista impressa. Essa identidade social é fragmentada e contraditória visto que cada indivíduo pode ter identidades pessoais diferentes de acordo com suas vivências, experiências e particularidades. Uma mulher pode ser negra, idosa, heterossexual, classe baixa, ou seja, uma mulher pode revelar diversos traços identitários que dependem de suas "marcas sócio-históricas"(MOITA LOPES, 2003, p. 23). E são essas marcas que formam sua identidade pessoal, que na interação com a sociedade constroem a sua identidade social.

Com base na análise do discurso veiculado nas revistas, que é um influente meio de comunicação, foi possível observar como se dá a construção da identidade feminina. Com a “necessidade de entender os fatos sociais, aqui as identidades sociais, a partir da análise dos discursos que a constroem ou a partir das interpretações das pessoas que vivem as práticas discursivas estudadas” (MOITA LOPES, 2003, p. 23) e na intenção de compreender um pouco mais do mundo social, tornou-se fundamental esse tipo de observação. Na análise foram destacados discursos que enalteciam as qualidades consideradas naturais das mulheres reforçando ideias antigas, e estereotipadas, ainda que, contraditoriamente, em alguns textos, faça-se um elogio aos avanços conquistados por essa nova mulher contemporânea.

“Em qualquer sociedade, a identidade é construída socialmente pelas práticas discursivas, cujo discurso é produto da cultura que a construiu” (VIEIRA, 2005, s.p.). É necessário transformar o discurso que ainda propaga alguns estigmas em discursos de respeito às diversas facetas e identidades da mulher contemporânea. É fundamental também a quebra de preconceitos, crenças, estereótipos de gênero nos discursos. A construção da identidade da mulher atual é essencial para revelar suas lutas, seus anseios e seu poder na sociedade moderna.

A partir da luta do feminismo, o cenário da vida das mulheres e consequentemente da sociedade passaram por grandes mudanças e essa transformação está sendo retratada nos discursos das revistas de forma processual. Em alguns textos foi possível ver a mulher ideal ser retratada como a mulher do lar, a mulher frágil, por trás das cortinas, reforçando, dessa maneira, princípios e valores tradicionais no que diz respeito à sexualidade, a padrões estéticos e comportamentais. Tais questões precisam ser continuamente sinalizadas e observadas para que essa ideia não continue a ser perpetuada. Faz-se necessário apontar quando os discursos retratam, de alguma maneira, o retrocesso da luta das mulheres. É fundamental que as revistas retratem mais as mulheres da pós-modernidade, pois esse meio de comunicação ajuda a moldar a identidade social, dissemina ideologias e pode contribuir positiva ou negativamente no processo contínuo que é a construção da identidade da mulher.

Com a análise desses textos, podemos concluir que os discursos de representação das mulheres são propagados pelas revistas de forma contraditória: ao mesmo tempo em que as revistas mostram a necessidade e o novo papel da mulher na sociedade e suas qualidades, reforçam, por outro lado, a imagem da mulher tradicional (dona de casa, emotiva, sentimental) como o padrão a ser seguido. Tanto na revista *Cláudia* como na *Veja* foi percebida essa representação contraditória, o que nos leva a entender que assim como a identidade está se construindo, a sociedade está em um processo de mudança, e isso está se refletindo na revista, mesmo que de uma forma lenta. Ainda é necessário que muitas mudanças sejam feitas e que esses discursos sejam bem analisados antes de serem publicados, a fim de garantir a representação e posterior construção de novas identidades, que contemplem os anseios e as características das diferentes mulheres, sem encarcerá-las em um perfil único e ideal de feminilidade construído com base em ideias conservadoras.

## REFERÊNCIAS

- ALLEGRETTI, F.; MORAIS, K.; BOTELHO, T. **Dieta que só engorda**. Revista Veja. São Paulo: Editora Abril, ano 48, nº 25, JUN 2015.
- ALMEIDA, Jane Soares de. Educação feminina: a força religiosa na arquitetura de corpos e mentes. In: SAVIANI, Demerval; et al. O Legado Educacional do Século XX no Brasil. 2. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=scnB04EQRkUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=scnB04EQRkUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) (Acesso em Novembro de 2016)
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015** : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília : Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> > (Acesso em Setembro de 2016)
- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: Feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: Feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. Resenha de: RODRIGUEZ, C. Butler e a desconstrução do gênero. Revista Estudos Feministas vol.13 no.1 Florianópolis Jan./Apr.2005
- CAMERON, Deborah. Desempenhando identidade de gênero: conversa entre rapazes e construção da masculinidade heterossexual. In: OSTERMANN, A. C.; FONTANA, B. (Org.). **Linguagem, gênero, sexualidade**, clássicos traduzidos. São Paulo: Parábola, 2010.
- CORACINI, Maria José. **Identidades silenciadas e (in)visíveis**: entre a inclusão e a exclusão. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.
- CORSO, Diana. **Bela, recatada e do “lar”**: Porque a expressão gerou tanta polêmica nas redes sociais? Disponível em: <<http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/bela-recatada-e-do-lar-por-que-a-expressao-gerou-tanta-polemica-nas-redes-sociais/>>. (Acesso em Abril de 2016)
- COSTA, H. R.; **A Linguística aplicada e a busca por uma identidade**. Revista de Educação, Linguagem e Literatura da UEG-Inhumas, v.4, n. 2 – outubro de 2012 – p.132-146. Disponível em: <[www.ueg.inhumas.com/revelli](http://www.ueg.inhumas.com/revelli) >
- EDITORIA ABRIL. **Mídia Kit Cláudia**. Disponível em: <[http://publiabril.abril.com.br/midia\\_kits?page=2](http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?page=2) > (Acesso em Setembro de 2016)
- EDITORIA ABRIL. **Mídia Kit Veja**. Disponível em: <[http://publiabril.abril.com.br/midia\\_kits?page=4](http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?page=4) > (Acesso em Setembro de 2016)

FERREIRA, Aparecida de Jesus. **Identidades sociais de raça, etnia, gênero e sexualidade**: Práticas pedagógicas em sala de aula de línguas e formação de professores/as. Salvador, BA: Quarteto, 2012.

GASPARETTO J, Antonio. **Segunda onda feminista**. Disponível: <<http://www.infoescola.com/historia/segunda-onda-feminista/>> (Acesso em Março de 2016)

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. Tipos de Pesquisa. In: GERAHRDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> (Acesso em Setembro de 2016)

GUERRA, Vânia Maria Lescano. **Representação feminina e mídia**. Revista digital do Curso de Letras da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, campus de Três Lagoas, 2004.

GUIMARÃES, Leticia de Castro. **Relações de gênero e sexualidade**. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.uol.com.br/pedagogia/relacoes-genero-sexualidade.htm>>. (Acesso em Março de 2016)

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. de Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KEDOUK, Marcia. **O enigma da pirâmide**. Você tem o poder. Revista Claudia, São Paulo, Editora Abril, ano 51, nº3, MAR 2012.

LAKOFF, Robin. Linguagem da Mulher. In: OSTERMANN, A. C.; FONTANA, B. (Org.). **Linguagem, gênero, sexualidade**, clássicos traduzidos. São Paulo: Parábola, 2010.

LESCANO, V.M. **Representação feminina e mídia**: Revista Digital do Curso de Letras da UNEMAT – Campus de Alto Araguaia, Mato Grosso, 2004.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação**: Uma perspectiva pós-estruturalista. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Processos de Produção Textual. In: \_\_\_\_\_. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MENEZES, V. L.; SILVA, M. M., GOMES, I.F. Sessenta anos de linguística aplicada: de onde viemos para onde vamos. In: PEREIRA, R.C; ROCA, P. (Org.). **Linguística Aplicada**: um caminho com diferentes acessos. São Paulo: contexto, 2009.

MOITA LOPES, L. P. **Discursos de identidades**: Discurso como espaço de construção de gênero, sexualidade, raça idade e profissão na escola e na família. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2003.

MOITA LOPES, L.P.(Org.). **Linguística aplicada na modernidade recente**: Festschrift para Antonietta Celani. São Paulo: Parábola Editora, 2013.

MOITA LOPES, L.P. **Identidades fragmentadas – a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.

PÁDUA, E. M. M. de. Processos de Pesquisa. In: \_\_\_\_\_. **Metodologia da Pesquisa**: Abordagem teórico-prática. 6ª ed. rev. e ampl. Campinas, SP: Papirus, 2000.

POLETTI, Bruno. **Bela, recatada e do “lar”**. Veja Edição Extra Impeachment, São Paulo, Editora Abril, Edição especial – Ano 49, Abril de 2016.

Projetos Especiais. **O mundo tem sede de feminilidade**. Você tem o poder. Revista Claudia, São Paulo, Editora Abril, ano 51, nº3, MAR 2012.

RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. **Análise do discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006. Disponível em: <

[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi14KrYuMHPAhVDjZAKHYddAFwQFggmMAE&url=https%3A%2F%2Fdisciplinas.stoa.usp.br%2Fpluginfile.php%2F398839%2Fmod\\_folder%2Fcontent%2F0%2FViviane-Resende-e-Viviane-Ramalho%2520-%2520An%25C3%25A1lise%2520de%2520Discurso%2520Cr%25C3%25ADtica.pdf%3Fforcedownload%3D1&usg=AFQjCNFcDT9pjp0bfkF0R3yxthReUyo61A](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi14KrYuMHPAhVDjZAKHYddAFwQFggmMAE&url=https%3A%2F%2Fdisciplinas.stoa.usp.br%2Fpluginfile.php%2F398839%2Fmod_folder%2Fcontent%2F0%2FViviane-Resende-e-Viviane-Ramalho%2520-%2520An%25C3%25A1lise%2520de%2520Discurso%2520Cr%25C3%25ADtica.pdf%3Fforcedownload%3D1&usg=AFQjCNFcDT9pjp0bfkF0R3yxthReUyo61A) >  
(Acesso em Setembro de 2016)

RIBEIRO, Djamila. **As diversas ondas do feminismo acadêmico**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/escritorio-feminista/feminismo-academico-9622.html>>. (Acesso em Março de 2016)

SANTANA, V. C.; BENEVENTO, C. T. **O conceito de gênero e suas representações sociais**. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd176/o-conceito-de-genero-e-suas-representacoes-sociais.htm>> (Acesso em Setembro de 2016)

VIEIRA, J.A. **A identidade da mulher na modernidade**. Brasília, 2005. (Trabalho apresentado a Universidade de Brasília).

ZOGHBI, Denise Maria Oliveira. Sujeito e discursos não hegemônicos: uma discussão em linguística aplicada contemporânea. In: HEINE, L. M. B. et al (Orgs.) **Sujeito e discurso**: diferentes perspectivas teóricas. Salvador: Edufba, 2015.

## ANEXOS

## Reflexão

# O enigma da pirâmide

A ascensão no mercado de trabalho e as possibilidades que se abriram para as mulheres aparentemente tiveram um efeito colateral na vida afetiva. Dados do IBGE sugerem que, bem-sucedidas, elas encontram menos opções de homens “à altura delas” e estão mais solitárias. A saída seria “casar para baixo”. Mas será que o diploma, a carreira e a independência financeira são mesmo o x da questão? MARCIA KEDOUK

**A**s garotas superpoderosas andam se estranhando com as princesas cor-de-rosa, como diz a antropóloga Miriam Goldenberg, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. As superpoderosas e as princesas são duas facetas das mulheres que hoje têm mais de 30 anos, alto nível de escolaridade, realização profissional – e também o ideal de amar ou casar com um cara que seja bacana como elas. Bacana, no senso comum, é o homem tão ou mais estudado e bem-sucedido que elas. Essas são as mulheres que, instaladas hoje em patamares mais elevados da pirâmide social, olham para o lado e para cima e se dão conta de que suas opções de encontro amoroso dentro desse parâmetro se reduziram muito. Sim, porque no topo cabe menos gente. A solução, têm dito estatísticos e outros especialistas, é casar “para baixo”. Nunca foi fácil encontrar a tampa da panela, e provavelmente os novos tempos trouxeram mais complexidade à questão. Homens e mulheres mudaram, a sociedade mudou. Mas será que já não partimos em desvantagem quando usamos a figura da pirâmide, tão adequada para alegorias socioeconômicas, também para ilustrar as emoções? E por que as garotas superpoderosas de hoje ainda guardam essa princesa cor-de-rosa dentro de si? “Em outros

## Reflexão

países, a mulher investe um período só na carreira, outro no casamento, outro na função de mãe. Aqui, ninguém quer subtrair nada”, observa Mirian. “As mulheres não veem problema em acumular desejos, mas aí enfrentam um conflito muito grande.” Recentemente, um cruzamento de informações do IBGE mostrou que o número de universitárias livres supera em 54% a quantidade de homens na mesma situação – nos grupos menos instruídos, a diferença não passa de 10%. Espalhou-se logo a conclusão de que diploma, veja só, é atestado de fracasso afetivo para o time feminino.

### Valores em conflito

A ascensão da mulher é um fato tão recente na história que não existe base de comparação. O que há são tentativas de todas as partes de entender como a mudança se reflete nas questões amorosas. Uma tese é a de que, até aqui, caminhamos para o que a psicóloga Valéria Meirelles, de São Paulo, chama de era *genderless*, ou sem gênero. No dia a dia, muitos casais dividem as tarefas: tanto faz quem trabalha, cozinha ou vai à reunião na escola dos filhos. “Todos estão autorizados a assumir qualquer papel e estabelecer as conexões que mais lhes convêm”, diz Valéria. Mas, ao que tudo indica, muitas vezes os valores resistem às práticas. Um estudo recente do centro de pesquisa americano Pew Research mostrou que grande parte dos entrevistados considera a relação em que os dois trabalham melhor do que aquela em que a esposa é responsável pela casa e pelos filhos, cabendo ao marido a tarefa de provedor. No entanto, a maioria acha fundamental para um homem, e não para uma mulher, ter condições de sustentar a família antes de formar uma, conforme assinala D’Vera Cohn, redatora sênior do instituto. Sinal de que a sociedade se apegava ainda à visão tradicional sobre os papéis masculinos e femininos, mesmo que se comporte de forma liberal em relação ao casamento. “Ninguém no restaurante percebe que

“Ninguém no restaurante percebe que você tem pós-graduação e seu marido, não. Entre quatro paredes, porém, existe a dificuldade de ambos em aceitar essas configurações” MIRIAN GOLDENBERG

você tem pós-graduação e seu marido, não; que seu salário supera o dele em 2 mil reais. Entre quatro paredes, porém, é comum existir a dificuldade de ambos em aceitar essas configurações”, pondera Mirian. Para complicar, ganhou força o clichê de que os homens se acomodaram de vez e as mulheres estão com a bola toda; por isso, não encontram um par. “Eles se acham menos interessados em ser o herói da história, e elas chegam ávidas por esse papel”, avalia a filósofa Regina Favre, de São Paulo. Frustradas, muitas adotam o mantra “homem tem medo de mulher independente” para justificar o desencontro. Pode ser mais o caso de uma inabilidade de exercer a livre escolha trazida pelos novos tempos. Albert Einstein disse uma vez – está no livro *Como Vejo o Mundo* (Nova Fronteira) – que não acreditava em liberdade porque o ser humano é constrangido ora por questões externas, ora por convicções íntimas. Mal sabia que lançava um questionamento providencial para mulheres do século 21. Afinal, se agora tomamos as decisões, o que nos impede de embasá-las em critérios que sejam mais coerentes para nós neste momento?

### Pressão social

Existe um juízo de valor embutido na ideia de que casar com quem está um degrau acima é o bom, o desejável, e que “olhar para baixo” significaria, então, abrir exceção para não ficar sozinha. “Vivi oito anos com um homem mais rico e superinteligente. O relacionamento não foi melhor por causa disso e teve os problemas que qualquer outro poderia ter”, conta a empresária Marta Serrate dos Santos, 50 anos, de Juiz de Fora (MG). Não seria legítimo, a esta altura da nossa sociedade – e da autonomia que as mulheres já têm –, escolher um companheiro não por seu status ou sucesso, mas por ele ser dedicado, carinhoso, bom pai e fazer uma massagem incrível? “A essência do feminino é compartilhar, procurar o bem-estar; a maioria busca alguém com quem possa ser feliz, não importa a posição social”, diz a socióloga Celia Belem, de São Paulo. Na prática, claro, existem desafios a ser vencidos. A empresária carioca Marcia Barboza Hormes, 38 anos, é formada em desenho industrial e em artes e trabalhava como executiva de uma grande empresa quando se apaixonou pelo taxista Márcio André Ribeiro, 35. Os dois se casaram há cinco anos e têm dois filhos, de 4 e de 1 ano. “Mesmo depois de tan-

“A essência do feminino é compartilhar, procurar o bem-estar. Por isso, faz sentido para a maioria de nós buscar alguém com quem possamos ser felizes, não importa a posição social” CELIA BELEM

to tempo juntos, vejo que existe preconceito, ainda que velado”, afirma Marcia. “Mas vivemos em um mundo tão instável; hoje, estou indo bem nos negócios, amanhã pode ser o contrário. E aí, vou trocar de marido como quem assina um cheque?” Em muitos países, vê-se de forma mais prática o fato de a mulher trabalhar e o homem ficar em casa. Na Austrália, o crescimento do número de mulheres chefes de família e homens que assumem a vida doméstica tem chamado a atenção dos institutos de pesquisa, revela Marian Baird, coordenadora de estudos do The Women and Work Research Group, em Sydney. “Esse fenômeno recente deve impulsionar uma reorganização sociocultural, inclusive com políticas públicas que garantam melhores condições para as mulheres no mercado de trabalho.” Aqui, os antigos valores ainda prevalecem, mesmo se contrariam a matemática. Quando o marido da assessora técnica parlamentar Tânia Mazotti, 40 anos, de Brasília, perdeu o emprego, há quatro anos, o casal colocou tudo na ponta do lápis: se ele ficasse em casa, cortariam o gasto com empregada, transporte para levar as duas filhas à escola, combustível para ir ao trabalho e voltar. Ela ficou receosa e se incomodou com alguns comentários que ouviu, mas seguiram a lógica dos números. “Somos mais felizes agora; brigávamos mais antes, porque ele ficava muito estressado com o trabalho”, garante Tânia. É fato que as mulheres ainda estão sendo criadas com dois pesos e duas medidas – buscam independência na carreira, ficam à espera de um amor à moda antiga – e isso gera confusão e frustração. Mas esses dilemas são mais confortáveis do que os que vivíamos quando estávamos todas lá embaixo, na base da tal pirâmide,

menos educadas, menos autônomas e com menor poder aquisitivo. “Não conheço mulher que queira voltar no tempo e ser igual à mãe ou à avó”, diz Mirian Goldenberg. As superpoderosas e as princesas cor-de-rosa vão ter de entrar em acordo. ◊

E você? Acha que a mulher bem-sucedida tem menos chance de ser feliz no amor? Comente no Twitter @CLAUDIAonline e no Facebook CLAUDIA Online com a hashtag #amorXsucesso

