

REVISTAS FEMININAS CONTEMPORÂNEAS: A QUEM SE DESTINAM?

Flávia Cassino Esteves (UERJ)

estevesflavia@gmail.com

Darcília Marindir Pinto Simões (UERJ)

darcilia@simoes.com

1. Introdução

A mulher nem sempre desempenhou as mesmas funções na sociedade. Seu papel está diretamente ligado às mudanças no conceito de família, que vem se alterando ao longo do tempo.

A família se transforma à medida que a sociedade muda e se fazem necessárias novas estruturas adaptadas às diferentes realidades sociais, políticas e econômicas. De maneira análoga, ocorrem as transformações dos papéis desempenhados pela mulher.

Desde o século XIX, com a Revolução Industrial, percebem-se mudanças no comportamento da mulher. As mulheres passaram a trabalhar fora, em fábricas, o que gerou uma pequena independência financeira a elas e, por conseguinte, o início da liberdade do exclusivo cuidado com o lar e a família.

Segundo Lúcia Cortes da Costa¹:

A revolução industrial incorporou o trabalho da mulher no mundo da fábrica, separou o trabalho doméstico do trabalho remunerado fora do lar. A mulher foi incorporada subalternamente ao trabalho fabril. Em fases de ampliação da produção se incorporava a mão de obra feminina junto à masculina, nas fases de crise substituíam-se o trabalho masculino pelo trabalho da mulher, porque o trabalho da mulher era mais barato.

O que a primeira vista era encarado como libertação, acabou por atribuir à mulher uma dupla jornada de trabalho, que permanece até os dias atuais. Além de cuidar dos afazeres domésticos, passou a ser também sua responsabilidade contribuir para o sustento da família.

¹ <http://www.uepg.br/nupes/Genero.htm>

Como sua remuneração, embora exercendo a mesma atividade, era inferior a do homem –e, em nosso país, ainda há casos assim em pleno século XXI –, as mulheres pobres desde então lutam por creches e escolas para deixarem seus filhos. Desta forma poderiam aumentar a jornada de trabalho fora de casa a fim de obter um maior ganho financeiro.

Com o primeiro *Código Civil Brasileiro* em 1916², a família passa a ser caracterizada pela união através de casamento civil de homem e mulher, não sendo permitido o divórcio, restringindo-se a pessoas ligadas por vínculo de consangüinidade, abarcando aqueles que possuem a mesma carga genética. Nesse momento, a função principal da mulher era cuidar do lar, do marido e dos filhos.

Em 1977³, surge a primeira mudança significativa no ordenamento jurídico pátrio, com a instituição do divórcio. Mulheres divorciadas assumem diferentes papéis sociais em relação às mulheres casadas.

O marido é destituído de sua função de provedor do sustento da família. A guarda de filhos, frutos do casamento, na maioria das vezes, cabe à mãe, que, além de cuidar da prole, assume a responsabilidade de garantir renda à família, mesmo nos casos em que cabe ao pai o pagamento da pensão aos filhos. Sua função e sua jornada passam a ser duplas.

Com a Constituição Federal de 1988, a mulher conquistou a igualdade jurídica: o homem deixou de ser o chefe da família e a mulher passa a ser considerada um ser tão capaz quanto ele. São contemplados novos direitos, como: ampliação do tempo da licença maternidade, é introduzida a licença paternidade, são fixados limites diferentes de idade para a aposentadoria de homens e mulheres, é reconhecido à mulher como o direito de chefiar de a família, institui-se a reciprocidade no casamento e a igualdade entre mulheres e homens.

² http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L3071.htm

³ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6515.htm

Até aquele momento, (1988), a mulher ficava em segundo plano e o marido controlava sua existência. Com o advento da mulher no mercado de trabalho, seja na esfera privada, ou na esfera pública, (com a liberação sexual e o acesso aos métodos contraceptivos), o papel da mulher na sociedade foi alterado. Ela deixou de atuar num papel limitado aos afazeres domésticos, sempre à sombra do marido e passou a personagem principal de sua própria vida.

No decorrer dos anos 1980, os valores, os conceitos, a vida cotidiana estão em transformação, que geram um momento novo nos anos 90.

De acordo com Lúcia Cortes da Costa⁴:

Na década de 1990, no Brasil, a classe trabalhadora enfrentou o problema da desestruturação do mercado de trabalho, da redução do salário e da precarização do emprego. As mulheres são as mais atingidas pela precarização do trabalho e pela gravidade da falta de investimentos em equipamentos sociais (creches, escolas, hospitais). Embora sejam mais empregáveis que os homens, isso decorre da persistente desigualdade da remuneração do trabalho da mulher. A mulher passou a ter um nível educacional igual e às vezes até superior ao do homem, porque como enfrenta o preconceito no mundo do trabalho, ela deve se mostrar mais preparada e com maior escolarização para ocupar cargos que ainda são subalternos.

Uma nova mudança surge então em 1999⁵, no conceito de família. Por meio da promulgação da Carta Constitucional, estão incluídas também a União Estável e a Família Mono parental, sendo proibido qualquer tipo de classificação ou discriminação dos filhos, sejam eles adotivos, frutos do casamento ou não.

Não foi apenas a economia que alterou o papel da mulher ao longo dos anos. Analisando as modificações na Constituição Brasileira, percebemos como o conceito de família foi se alterando em nosso país, juntamente com o desempenho do papel feminino na sociedade.

De modo a visualizarmos mais facilmente a cronologia das mudanças favoráveis às mulheres, observemos a tabela a seguir:

^{4 4} <http://www.uepg.br/nupes/Genero.htm>

⁵ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm

Época	Século XIX Revolução Industrial	1916 Código Civil	1977 Mudança no Código Civil	1988 Constituição Federal	Década de 1990
Mudanças	A mulher passou a trabalhar em fábricas.	A família é caracterizada pelo casamento civil de homem e mulher. Não é permitido o divórcio.	É admitido o divórcio.	A mulher conquistou a igualdade jurídica: ela é considerada tão capaz quanto o homem.	Desestruturação do mercado de trabalho.
Consequências	Independência financeira e liberdade do exclusivo cuidado com o lar.	Função principal da mulher era cuidar do lar, acumulando com o trabalho fora de casa.	Mulheres divorciadas não têm o marido para prover o sustento da família.	A mulher passou a personagem principal de sua própria vida.	A mulher deve se mostrar mais preparada e com maior escolarização para ocupar cargos ainda subalternos.

Nos anos 2000, ocorrem algumas modificações nos Códigos Civil e Penal. Em 2002 o novo Código Civil acabou com o direito do homem de mover ação para anular o casamento se descobrir que a mulher não era virgem, termo presente no antigo Código Civil, de 1916.

Em 2004, por sua vez, é extinta a expressão "mulher honesta" no Código Penal, em vigor desde 1940. Os artigos 205, 206 e 207 do Código exigiam que a mulher devesse provar ser honesta, ou seja, ela precisava provar que era virgem para poder processar seu agressor por estelionato sexual, isto é, o homem que enganou a mulher objetivando que ela mesma praticasse atos sexuais.⁶

Foram também eliminadas a chefia masculina na administração dos bens do casal e a anulação do casamento a pedido do homem, caso a esposa não fosse virgem, termo presente no antigo Código Civil, de 1916, como também a deserção da filha desonesta que more na casa dos pais.

Vejamos a continuação da tabela:

Época	1999 Promulgação da Carta Constitucional	2002 Novo Código Civil	2004 Mudança no Código Penal
-------	--	---------------------------	------------------------------------

⁶ <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1999/As-reformas-do-Codigo-Penal-introduzidas-pela-Lei-No-11106-de-28-de-marco-de-2005>

Mudanças	São incluídas a União Estável e a Família Mono parental.	O homem perde o direito de mover ação para anular o casamento se descobrir que a mulher não era virgem.	É extinta a expressão "mulher honesta" dos artigos 2005 a 2007.
Consequências	A mulher não precisa de um marido para constituir uma família.	Liberdade sexual para as mulheres.	Qualquer mulher pode processar o seu agressor por estelionato sexual.

Percebemos que durante décadas a mulher da elite foi tratada como uma marionete pela sociedade, com poucos ou nenhum direito, cabendo a elas obediência e subserviência a sua família e posteriormente ao seu marido. A elas era negado o direito de trabalhar de fora e obter sua própria renda. Em oposição, as mulheres pobres precisavam trabalhar para garantir sua sobrevivência. Quando não era fora de casa, faziam trabalhos domésticos ou prostituíam-se. Na maioria das vezes elas não tinham marido e ainda sustentavam os homens.

Com o passar do tempo e depois de muitas lutas, as mulheres conquistaram direitos trabalhistas e jurídicos, tornando-se cidadãs e membros com participação efetiva na sociedade em que vivem. Agora elas não são mais as marionetes, passaram a ver os ventríloquos de suas próprias vidas.

Contudo, algumas questões permanecem: Será que a mulher das classes A e B de hoje é consciente de sua nova função social? As revistas dedicadas a elas enxergam e aceitam essa nova mulher? Nosso estudo pretende analisar como as revistas femininas contemporâneas *Cláudia* e *Marie Claire* manifestam o diálogo com a mulher atual na ocupação de seu novo papel na sociedade moderna.

2. Teoria e pesquisa

As mulheres contemporâneas têm acesso às revistas *Cláudia* e *Marie Claire* em diversas situações do dia-a-dia. Quando vão a um salão de beleza, ao dentista ou ao consultório médico, lá estão elas, aguardando para serem lidas na sala de espera. As mulheres também se deparam com essas revistas expostas, à venda, nas bancas de jornal. Mas o que será que as fazem optar por ler ou comprar essas revistas e não outras?

O público alvo das revistas escolhidas para análise, Cláudia e Marie Claire, é composto em sua maioria de mulheres das classes A e B, portanto as práticas discursivas nela apresentadas refletem ideologicamente as relações de poder dessa parcela da sociedade. Lendo a revista, constatamos que a manifestação no texto é pela manutenção dessas relações.

A primeira impressão que se tem de uma revista é a capa. Segundo Scalzo (2005) “Uma boa revista precisa de uma capa que a ajude a conquistar leitores e os convença a levá-la para casa.” (p. 62)

A capa deve ser atrativa, conter manchetes e imagens que as façam parar alguns segundos, suficientes para captar a atenção e aprisioná-las. Para a análise desse trabalho escolhemos a edição de dezembro de 2009, época em que as mulheres buscam dicas de moda para as festas e previsões para o ano vindouro – temas bastante explorados nas capas.

Encontramos nas capas elementos verbais e não-verbais e todos devem ser analisados e tidos como parte importante no processo de argumentação para a venda da revista. Ele é o responsável por selecionar significações compatíveis e elevar uma ao primeiro plano da consciência, deixando outras no esquecimento. Muitas vezes a interpretação não transita apenas no campo da seleção, ela também é responsável pela criação de significações.

Ainda sobre as capas de revista, afirma Scalzo (2005):

Em qualquer situação, uma boa imagem será sempre importante – é ela o primeiro elemento que prenderá a atenção do leitor. O logotipo da revista também é fundamental, principalmente quando ela é conhecida, e já detém uma imagem de credibilidade junto ao público. Afinal, quando você vê na banca duas revistas com a mesma notícia na capa, você compra aquela na qual confia mais. Para completar, as chamadas devem ser claras e diretas. (...) A chamada principal e a imagem da capa devem ser complementar, passando uma mensagem coesa e coerente. (*idem*, p. 63)

Os textos não verbais exigem do indivíduo uma maior competência comunicativa para que o significado seja construído. Neste aspecto, cabe ao estudo Semiótica associado ao da linguística a formação de um indivíduo capaz de interpretar as diversas possibilidades de comunicação apresentadas pelo texto. Tudo no texto significa alguma coisa, não está ocupando espaço ao acaso.

Analisando tais informações podemos refletir sobre diversos aspectos. O primeiro seria a relevância da artista escolhida para a capa. Ambas são consideradas padrões de beleza. Ana Hickmann (capa da Cláudia) e Penélope Cruz (capa da Marie Claire) são mulheres jovens e bem-sucedidas. A aparência de cada uma delas nas respectivas fotos é um elemento que merece atenção e uma breve análise.

Ana Hickmann aparece sorrindo, com cabelos soltos e esvoaçantes, numa imagem que mostra a totalidade do seu rosto até um pouco abaixo da cintura, permitindo que as mãos apareçam, juntamente com suas unhas vermelhas e um anel dourado. Usa um vestido com tonalidades de cobre e dourado, com pedrinhas e lantejoulas, além de fios que se soltam da roupa, dando certa leveza. O batom que ela usa é da cor das unhas e os brincos, de pedras, possuem tonalidade semelhante ao vestido.

A manchete que está associada a ela na capa diz: “Natal & Réveillon! Ana Hickmann mostra maquiagem, cabelo e moda para uma noite de glamour”. Ao compararmos a manchete à foto, percebemos que há fusão na intenção comunicativa da revista. A imagem completa o texto verbal e vice-versa. O fato de a apresentadora estar sorrindo e vestido elementos em dourado – que metem ao glamour e ao dinheiro (desejos de fim de ano da maioria das mulheres) – completa o sentido do texto.

Por sua vez, a atriz Penélope Cruz, capa da Marie Claire, aparece em atitude desafiadora e provocativa, olhando diretamente para o leitor. Sua foto mostra apenas parte do rosto (quase metade dele está coberto pelo cabelo) e o colo. Não é possível ao leitor visualizar seus braços ou mãos. Só parte do ombro e do braço esquerdo aparecem descobertos pela blusa branca que a atriz veste.

Não há brincos. Os únicos acessórios são um fino colar dourado e uma gargantilha, que parece feita de alguma fibra natural ou barbante e que carrega um pequeno pingente de estrela, constituído também de material natural. O batom que ela usa é cor de boca, porém seus olhos estão delineados com rimel, lápis e sombras pretas, chamando a atenção para eles.

Lendo a manchete ligada a ela apresentada na capa, temos: “Penélope Cruz “Quero trabalhar menos e viver mais”. A imagem da

foto é a de uma mulher pouco produzida, mas vaidosa, pois não se esquece da maquiagem e dos acessórios, embora sejam poucos e discretos. Uma vez que a profissão de Penélope está diretamente ligada ao mundo da vaidade e da beleza e, por conseguinte, da projeção de sua imagem, percebemos na foto a aproximação da atriz a uma mulher comum, que podemos encontrar em qualquer rua da cidade, vivendo sua vida.

Novamente há complementação da intenção comunicativa através da junção de texto verbal com o não verbal. Uma vez que Penélope deseja trabalhar menos, se faz necessário um afastamento do mundo da beleza a qualquer preço, como também a aproximação de sua imagem a de uma mulher comum, tendo em vista seu desejo que é “viver mais”.

As reportagens das revistas femininas precisam refletir os interesses das mulheres do século XXI. Sejam eles reais ou impostos pelos editores, é preciso cuidar do equilíbrio das pautas de cada edição. No exemplo das revistas *Cláudia* e *Marie Claire*, as edições escolhidas, de dezembro de 2009, além da imagem dessas mulheres famosas, elas apresentam em comum os seguintes temas: Beleza/Moda, Horóscopo/Resoluções para 2010, Mulher e economia, História de vitória de uma mulher, além das Festas de fim de ano.

Embora apresentem abordagem diversificada e contemplem outros assuntos de maneira secundária, como em *Cláudia* uma reportagem sobre a qualidade do sono e em *Marie Claire* o relato de uma advogada que passou oito dias seqüestrada, nos dois exemplares temas em comum estão presentes em maior número.

Para facilitar o entendimento, construímos a tabela a seguir com as manchetes relativas a cada um dos temas apresentados nas capas das revistas:

<i>Tema</i> <i>Revista</i>	Beleza/Moda	Horóscopo/ Resoluções para 2010	Mulher e economia	Vitória de uma mulher	Festas de fim de ano
Cláudia	Beleza & Moda Alto Verão (Seguem quatro itens, um sobre roupa, outro, sobre dieta, e ainda cabelo e maquiagem).	26 resoluções de Ano Novo para ter mais amor, saúde, harmonia, dinheiro, sucesso, amigos.	O papel da mulher na economia pós-crise. Está nascendo uma nova ordem mundial.	Depois do sociólogo e operário, por que não uma mulher? Diz Marina Silva, de olho na Presidência.	Natal & Réveillon! (Seguem dois itens, um sobre maquiagem, cabelo e moda e outro sobre decoração).
Marie Claire	A maquiagem perfeita para o Réveillon + Os novos tratamentos que valorizam colo e costas.	Horóscopo 2010 Amor e sexo em alta no ano de Vênus.	Penélope Cruz “Quero trabalhar menos e viver mais.”	Exclusivo A história da secretária entediada que virou Julie & Julia.	Festas com muito brilho Looks repletos de paetês, dourados e cintilantes.

A escolha dos termos para expressar o pensamento possui enorme carga argumentativa. No tema Beleza/Moda, os vocábulos “maravilhoso” (Cabelo maravilhoso em 5 minutos depois da praia, sem escova) e “perfeita” (A maquiagem perfeita para o Réveillon), respectivamente nas revistas *Cláudia* e *Marie Claire*, não foram escolhidos ao acaso. Eles são associados às mulheres que estão fotografadas nas capas, isto é, são sinônimos de beleza, sucesso e reconhecimento social. Todos esses, pretensos desejos de suas leitoras.

Vale ainda observar que Ana Hickmann, cujos cabelos esvoaçantes aparecem na foto, é a famosa da capa onde lemos a manchete sobre os cabelos e Penélope Cruz, cujo olhar maquiado parece encerrar as leitoras, é quem aparece na capa onde encontramos a manchete sobre maquiagem.

Sobre o tema Horóscopo/Resoluções para 2010, encontramos a palavra “amor” nas duas revistas. Em *Cláudia*: “26 resoluções de Ano-Novo para ter mais amor (...)” e em *Marie Claire*: “Horóscopo 2010: Amor e Sexo em Alta no Ano de Vênus”. Cabe uma pergunta: Será que todas as mulheres precisam de mais amor em suas vidas? E ainda, será que apenas amor e sexo estarão em alta em 2010?

Talvez as respostas para essas perguntas estejam guardadas no passado. A mulher era vista como a responsável por gerenciar o

lar, isto é, a pessoa que deveria cuidar da vida doméstica da família e para tal tarefa o amor seria fundamental (ao marido e aos filhos, não o amor-próprio). Mais ainda, como dito na introdução, além da família, a mulher tinha a obrigação de satisfazer aos desejos do marido, - incluindo-se aí o prazer sexual dele.

Notamos que uma leitura superficial neste momento não traria à tona tais significações, que passam despercebidas para grande parte das leitoras. Trata-se de uma argumentação velada imposta pelos editores da revista, ou porque não dizer, imposta pela sociedade e materializada através dos editores.

Não podemos nos esquecer, a respeito das revistas femininas, que historicamente as mulheres tiveram acesso à leitura e à escrita bastante tempo depois dos homens. Por esse motivo, talvez, elas possam ser vistas como uma presa fácil aos olhos dos editores, uma vez que seu contato com a leitura é recente e conseqüentemente sua análise crítica menos desenvolvida.

No tema “Festas de fim de ano”, o destaque cabe às palavras em inglês. Em *Cláudia*, lemos: “Ana Hickmann mostra maquiagem, cabelo e moda para uma noite de glamour” e em *Marie Claire*: “Festas com muito brilho: Looks repletos de paetês dourados e cintilantes”. Realce para os vocábulos: “glamour” e “looks”.

Qual seria a razão pela escolha lexical em inglês e não em português, uma vez que há sinônimos equivalentes para esses vocábulos? Poderíamos substituir, por exemplo, a palavra *glamour* por *encanto* e *looks* por *visuais*. Em nosso país, o estrangeirismo não apenas é aceito como também valorizado. Possivelmente, essa seja a motivação dos editores para a inserção desses termos nas capas. Contudo, desvalorizar o nosso idioma pela simples troca despropositada por um vocábulo de outra língua é um grande empobrecimento da nossa cultura.

Segundo Arnaldo Pinheiro Mont’ Alvão Júnior:

O estrangeirismo revigora e enriquece a língua. Supre as necessidades que surgem com a globalização. O seu uso correto e adequado deixa o texto claro e objetivo. Porém, um exagerado deslumbramento deste recurso provoca a desvalorização da língua portuguesa. (...) Faz-se uso de estrangeirismos sem necessidade; e isso é tolice. Quando andamos pelas ruas, vemos a ignorância das lojas em apelar para palavras em inglês

com o intuito de conquistar clientes. Isto espelha a falta de criatividade e genialidade que, somadas com a pobreza de vocabulário e de espírito dos empresários, vão desvalorizando a língua portuguesa.⁷

Possivelmente o objetivo dos editores seria mostrar e convencer às mulheres leitoras que é chique falar em uma língua que não seja a materna. Que tudo o que vem de fora é melhor e por essa razão escrever *encanto* e *visuais* seria completamente *out*, ou seja, fora dos padrões sociais impostos pela e para a elite.

3. Conclusão

No passado, os livros que as mulheres liam tinham como único objetivo o entretenimento. Hoje, a função das revistas femininas vai mais adiante – além de entreter, elas indicam comportamentos a serem seguidos a fim de obter reconhecimento e valorização na sociedade.

Com a revolução feminina, sua consequente mudança de comportamento e seu ingresso no mercado de trabalho, acredita-se que os temas direcionados ao público feminino também deveriam ter acompanhado tais mudanças. Porém, uma breve olhada nas manchetes das revistas expostas nas bancas de jornal indica o contrário.

A mulher continua sendo reduzida à condição de mãe, responsável pelos afazeres do lar (vide as manchetes com as resoluções de fim de ano contidas nas capas, onde aparece o amor em primeiro plano) e a objeto de satisfação sexual do marido (ainda com manchetes sobre o mesmo tema, porém com ênfase não somente no amor, como também no sexo). O estereótipo feminino parece não ter sido alterado. A elas cabem os textos de entretenimento e aos homens, os de informação.

Hoje a mulher tornou-se chefe de família, exerce o papel do provedor, que anteriormente era exclusividade do sexo masculino; ascendeu profissionalmente e ocupa a maior parte das vagas nas universidades. Contudo, sua imagem muito pouco mudou nos textos das revistas femininas. Ela continua sendo vista como marionete pela so-

⁷ <http://recantodasletras.uol.com.br/artigos/619409>

cidade e conseqüentemente pelos editores das revistas. É aquela que deve seguir os padrões de beleza e comportamento impostos pelas revistas a fim de assegurar relevância na sociedade.

A grande preocupação surge quando essas mulheres, leitoras ingênuas, não percebem as armadilhas por trás dos textos e se deixam envolver por ideologias nem sempre as melhores e as que maiores benefícios trariam a elas.

De acordo com Simões (2004):

(...) o leitor médio nacional (...) não tem o domínio básico das estruturas linguísticas nem está informado sobre a potencialidade discursiva dos códigos não verbais que adjungem ao verbal na formulação do texto (...). (p. 28)

A falta de habilidade dos leitores para o entendimento das unidades significativas fica ainda mais evidente quando o signo linguístico deixa de ser exclusivamente orientador e passa a ser também desorientador.

O leitor ingênuo é facilmente manipulado, uma vez que não reconhece a armadilha do redator e eleva ao primeiro plano de significação o sentido desejado por aquele. Sem perceber, leitor exclui o sentido literal da expressão vocabular e prende-se unicamente a nova significação.

O trabalho de pesquisa do qual aqui apresentamos breve perfil tem por meta maior a produção de material de leitura que venha a desenvolver o potencial crítico das leitoras em idade adulta. Estas, geralmente, são peça-chave na educação do povo, por isso, uma vez capacitadas, é possível contar com sua atuação como multiplicadoras da leitura crítica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CLÁUDIA, edição de dezembro de 2009.

MARIE CLAIRE, edição de dezembro de 2009.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SIMÕES, Darcilia. Artimanhas do Texto Publicitário, Leituras Semióticas e Signos da Desconfiança. In: SIMÕES, Darcilia. (Org.). *Estudos semióticos*. Papéis avulsos. 1. ed. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2004, v.1, p. 24-30.