



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM**

BRUNA XIMENES CORAZZA

SE CONSELHO FOSSE BOM...
PRODUÇÕES DE FEMINILIDADES NO *JORNAL DAS*
MOÇAS E NA CAPRICHÔ

**CAMPINAS,
2017**

BRUNA XIMENES CORAZZA

SE CONSELHO FOSSE BOM...
PRODUÇÕES DE FEMINILIDADES NO *JORNAL DAS*
MOÇAS E NA CAPRICHÔ

Dissertação de mestrado apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Mestra em Linguística Aplicada na área de Linguagem e Sociedade.

Orientadora:
Prof(a). Dr(a). Terezinha de Jesus Machado Maher

Este exemplar corresponde à versão final da Dissertação defendida pela aluna Bruna Ximenes Corazza orientada pela Profa. Dra. Terezinha de Jesus Machado Maher.

CAMPINAS,
2017

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): CNPq, 131350/2015-3

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Estudos da Linguagem
Crisllene Queiroz Custódio - CRB 8/8624

C81s Corazza, Bruna Ximenes, 1988-
Se conselho fosse bom... produções de feminilidades no *Jornal das Moças* e na *Capricho* / Bruna Ximenes Corazza. – Campinas, SP : [s.n.], 2017.

Orientador: Terezinha de Jesus Machado Maher.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Capricho (Revista). 2. Jornal das Moças. 3. Identidade de gênero. 4. Feminilidade. 5. Mulheres na comunicação de massa - Brasil - Estudos comparados. 6. Papel social. 7. Adolescentes (Meninas) - Aconselhamento. I. Maher, Terezinha Machado, 1950-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma: If advice were worth anything, one could sell it... productions of femininities in *Jornal das Moças* and *Capricho*

Palavras-chave em inglês:

Capricho (Magazine)
Jornal das Moças
Gender identity
Femininity
Women in mass media - Brazil - Comparative studies
Social role
Teenage girls - Counseling of

Área de concentração: Linguagem e Sociedade

Titulação: Mestra em Linguística Aplicada

Banca examinadora:

Terezinha de Jesus Machado Maher [Orientador]
Fabiana Poças Biondo Araújo
Eli Gomes Castanho

Data de defesa: 28-08-2017

Programa de Pós-Graduação: Linguística Aplicada

BANCA EXAMINADORA

Terezinha de Jesus Machado Maher

Fabiana Poças Biondo Araújo

Eli Gomes Castanho

**IEL/UNICAMP
2017**

Ata da defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no SIGA – Sistema de Gestão Acadêmica.

DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho a todas as mulheres que,
assim como eu, estão em busca de si mesmas.*

AGRADECIMENTOS

À Profa. Dra. Tereza Maher, a Teca, pela orientação sempre tão sensível, comprometida e inspiradora. Nesses mais de cinco anos de convivência, agradeço pelo carinho, paciência, suporte e amizade, que foram essenciais e decisivos para o meu percurso acadêmico e para minha vida.

À Profa. Dra. Fabiana Biondo e ao Prof. Dr. Eli Castanho, por aceitarem com muito carinho participar de minha banca de qualificação e de defesa e pelas valiosas contribuições que fizeram a este trabalho.

Aos professores incríveis que tive no IEL, tanto na graduação quanto na pós-graduação, por me mostrarem, cada um a seu modo, a beleza da linguagem.

Aos amigos Cláudio, Rose e Miguel, com quem convivi por dois anos na secretaria de pós e que me acolheram com tanto carinho.

Aos meus amigos queridos que compartilharam deste percurso comigo. Agradeço em especial à Ana Clara, amiga de sempre e para sempre, pela sua amizade e carinho, por todos os cafés e papos que me fizeram mais forte. À Dayanne, amiga de todas as horas, que com um sorriso ou gargalhada, me fez lembrar da leveza e alegria que a vida pode (e deve!) ter. Ao Vinícius, amigo e parceiro, por compartilhar tantos momentos bons comigo e por ter torcido por mim. E ao Bruno, amigo querido, que participou de cada passo meu nesse processo, me ajudando a refletir sobre os caminhos possíveis da dissertação e da vida, e dizendo, sobretudo, que, ao fim, tudo daria certo.

À Aline, amiga e irmã, que sempre esteve ao meu lado, alegrando o meu caminho e sendo a minha parceira de vida. Como irmã mais velha, me mostrou o caminho do amor e me deu suporte em todos os momentos em que precisei, andando lado a lado e sonhando junto comigo. E, claro, por ter me ensinado, com muita paciência, a ler (ou decorar) as histórias dos gibis.

Aos meus pais, Leda e Vitor, pelo amor e pelo suporte que me deram para seguir em frente. À minha mãe que sempre entendeu a minha ânsia em aprender a escrever e com todo o seu amor e carinho, mesmo em meio a muitas tarefas, me ensinou as primeiras palavras escritas. Ao meu pai, por ter me dado o meu primeiro livro, caminho para tantos outros. Pelo olhar confiante e por nunca me deixar esmorecer, por me mostrar o valor da educação e que cada um tem seu espaço no mundo.

Aos meus avós, que aqui não mais estão, mas que me ensinaram muito sobre a vida, principalmente sobre o amor.

Ao Henrique, companheiro de vida, pelo amor e carinho com que cuida de mim e por me motivar a seguir adiante e realizar os meus sonhos. Por entender as minhas necessidades e me apoiar a cada passo. Obrigada por ser quem você é e por tudo o que construímos juntos.

Ao CNPq, pelo apoio financeiro que permitiu a realização desta pesquisa.

EPÍGRAFE

quero pedir desculpas a todas as mulheres
que descrevi como bonitas
antes de dizer inteligentes ou corajosas
fico triste por ter falado como se
algo tão simples como aquilo que nasceu com você
fosse seu maior orgulho quando seu
espírito já despedaçou montanhas
de agora em diante vou dizer coisas como
Você é forte ou *você é incrível*
Não porque eu não te ache bonita
Mas porque você é muito mais do que isso

Outros jeitos de usar a boca, Rupi Kaur

RESUMO

Esta dissertação de mestrado, inserida no campo aplicado dos estudos da linguagem, descreve uma pesquisa documental, de natureza qualitativa-interpretativista, cujos objetivos foram (i) analisar as representações de feminilidades construídas em textos de aconselhamento presentes em edições de duas revistas femininas veiculadas em épocas distintas: *Jornal das Moças*, na década de 1950, e *Capricho*, nos anos 2000 e (ii) se os conselhos dados às jovens leitoras dessas publicações eram equivalentes nos dois períodos focalizados, ou se o seu teor havia se modificado significativamente com o passar dos tempos. A justificativa para a condução do estudo em questão reside, principalmente, no fato de que análises contrastivas do modo como as mulheres brasileiras vêm sendo representadas na mídia impressa podem contribuir para que tenhamos uma melhor compreensão dos papéis sociais que lhes são frequentemente atribuídos. O aparato teórico que deu sustentação à análise dos dados empreendida compreendeu os conceitos de: gêneros do discurso (BAKHTIN, 2003); gênero discursivo *conselho* (HEBERLE, 2004; ROSA, 2006, 2008); representação discursiva (HALL, 1997); identidades (HALL, 2000; SILVA, 2000; BAUMAN, 2005); juventude/adolescência (CÉSAR, 2008) e performatividade de gênero (BUTLER, 1999; LOURO, 1997; PENNYCOOK, 2006). Ainda que se tenha verificado um certo afrouxamento nos padrões de conduta sugeridos para jovens mulheres com o passar do tempo, os resultados da investigação evidenciam que ambas as revistas, exercendo o papel de “amigas conselheiras”, colocam-se como autoridades reguladoras de papéis sociais. Esses resultados sugerem, além disso, que, embora sejam notáveis as conquistas pós movimento feminista, a dependência do olhar masculino no processo de construção discursiva de identidades femininas é ainda mais evidente nos textos publicados nos anos 2000.

Palavras-chave: Identidades de Gênero em Revistas Femininas; Feminilidades na Mídia; *Jornal das Moças*; *Capricho*; Linguística Aplicada.

ABSTRACT

This master thesis, inserted in the field of applied language studies, describes a qualitative documental research project, whose aims were (i) to analyze representations of femininities construed in counseling texts present in editions of two women's magazines published in different periods: *Jornal das Moças*, in the 1950s, and *Capricho*, in the years 2000, and (ii) whether the advices given to the young female readers of such magazines were equivalent in both periods, or if the nature of such advices had significantly changed over the years. The justifications of the referred study lies, mainly, in the fact that contrastive analyzes of the way Brazilian women have been represented in the printed media can contribute to enhance our knowledge of the social roles frequently attributed to them. The theoretical foundation that gave support to data analysis included concepts such as: discourse genres (BAKHTIN, 2003); the genre "counseling" (HEBERLE, 2004; ROSA, 2006, 2008); discursive representations (HALL, 1997); identities (HALL, 2000; SILVA, 2000; BAUMAN, 2005); youth/adolescence (CÉSAR, 2008) and gender performativity (BUTLER, 1999; LOURO, 1997; PENNYCOOK, 2006). Although a certain relaxation of the behavior patterns suggested to young women along the years has been observed, research results indicate that both magazines, in the role of "counseling friends", place themselves as authorities capable of regulating social roles. These results suggest, furthermore, that dependence on male perspective in the process of discursive construction of feminine identities is even more evident in the texts published in the years 2000.

Key-words: Gender Identities in Women's Magazines; Femininities in the Media; *Jornal das Moças*; *Capricho*; Applied Linguistics.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: <i>Linha Corola</i> ou <i>New Look</i> de Christian Dior.....	20
Figura 2: O estilista francês e a altura das saias de seu <i>New Look</i>	20
Figura 3: Cartaz <i>We can do it!</i> criado por J. Howard Miller para a <i>Westinghouse Electric Corporation</i>	22
Figura 4 e 5: Propagandas de Eletrodomésticos Arno na década de 1950.....	23
Figura 6: Revista <i>Jornal das Moças</i> , <i>O que a mulher deve ser</i> , maio/1914, p. 17.....	40
Figura 7: Capa da revista <i>Jornal das Moças</i> de setembro de 1956.....	43
Figura 8: Capa da revista <i>Capricho</i> de março de 2000.....	46
Figuras 9 e 10: Atores integram a campanha <i>Camisinha, tem que usar!</i> Na primeira metade dos anos 2000 (Revista <i>Capricho</i> , <i>Sexo</i> , n. 947 - agosto/2004 e n. 957 - janeiro/2005).....	113
Figura 11: Propaganda da <i>lingerie Nova Marcyn Capricho</i> , maio/2004.....	114
Figura 12: Revista <i>Capricho</i> , quadro da seção <i>Vida Real - A hora 'certa' de transar</i> , agosto/2004, p. 85-87.....	121
Figura 13: Revista <i>Capricho</i> , imagem da seção <i>Entre eles</i> , outubro/2007, p. 76.....	124
Figura 14: Revista <i>Capricho</i> , <i>Certo/Errado</i> , julho/2003, p. 80-81.....	125
Figura 15: Revista <i>Capricho</i> , <i>A gente quer saber – Como é a mulher ideal para eles?</i> , janeiro/2006, p.91.....	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Conjunto inicial de seções do primeiro exemplar da revista <i>Jornal das Moças</i> na década de 1950.....	41
Tabela 2: Segundo conjunto de seções do primeiro exemplar da revista <i>Jornal das Moças</i> na década de 1950.....	42
Tabela 3: Etapas do processo de pré-seleção dos dados.....	71
Tabela 4: Etapa final do processo de seleção dos dados.....	72
Tabela 5: Organização da análise dos dados.....	72
Tabela 6: Textos da revista <i>Jornal das Moças</i> analisados.....	73
Tabela 7: Textos da revista <i>Capricho</i> analisados.....	73
Tabela 8: Textos de apoio utilizados na análise dos dados.....	74
Tabela 9: Títulos e subtítulos de algumas matérias da <i>Capricho</i> que tematizam a beleza feminina e a “boa forma”.....	97
Tabela 10: Vozes de especialistas presentes nos excertos analisados.....	128

SUMÁRIO

PREÂMBULO	15
CAPÍTULO 1 - SER MULHER ATRAVÉS DOS TEMPOS: CONTEXTUALIZANDO A PESQUISA	18
1.1 Contextualização histórica	18
1.1.1 Ser moça nos anos 1950.....	18
1.1.2 Ser jovem nos anos 2000.....	25
1.2 Os Contornos da Pesquisa	29
1.2.1 O problema de pesquisa.....	29
1.2.2 Objetivos do estudo.....	30
1.2.3 A justificativa da investigação.....	30
1.3 A Organização da Dissertação	33
CAPÍTULO 2 - O GÊNERO NO PAPEL E OS PAPÉIS DE GÊNERO	35
2.1 O segundo sexo na segunda imprensa: as revistas femininas no Brasil 35	
2.1.1 A revista da mulher no lar e na sociedade: <i>Jornal das Moças</i>	39
2.1.2 Seja diferente. Seja você: <i>Capricho</i>	44
2.1.3 O gênero discursivo conselho nas revistas femininas.....	48
2.2 O Devir-Mulher: a adolescência, a juventude, a mocidade	51
2.3 Os Papéis de Gênero	56
2.3.1 As noções de representação e de identidade	56
2.3.2 A performatividade da linguagem e do gênero.....	60
CAPÍTULO 3 - A CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO	64
3.1 Observando o Mundo Social pelo viés da Linguística Aplicada	64
3.2 A Natureza da Pesquisa	65
3.3 Folheando as páginas: um olhar para o <i>corpus</i>	68
3.3.1 O processo de constituição do <i>corpus</i>	68
CAPÍTULO 4 - A MULHER IMPRESSA NAS REVISTAS	75
4.1 A “natureza feminina”: as vozes das revistas	75
4.1.1 A manutenção do “eterno feminino”: da moça “bem comportada” à jovem “consumista”	76
4.1.2 A conquista amorosa: do flerte ao noivado, do <i>xaveco</i> ao namoro.....	99

4.1.3 A sexualidade feminina: da moça “recatada” à jovem “liberada”	109
4.2 Outras vozes de autoridade	115
4.2.1 A voz do “príncipe encantado”.....	116
4.2.2 As vozes dos especialistas.....	127
CONSIDERAÇÕES FINAIS	130
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134

PREÂMBULO

É sabido que, em todas as épocas, representações, supostamente modelares, de identidades femininas são criadas, por discursos midiáticos, para servirem como referências para as mulheres (BUIIONI, 2009). Essas representações podem, por vezes, atravessar décadas e serem ainda reconhecidas como pertinentes por gerações posteriores, ou serem motivos de estranhamento por não fazerem sentido na sociedade atual. No entanto, muitas das mulheres brasileiras se apoiaram e têm se apoiado nas imagens construídas pelas revistas femininas e é importante (re) conhecê-las para, então, poder olhar mais criticamente para a sociedade contemporânea.

Ao longo de meu percurso como aluna de Graduação em Letras, especificamente nas disciplinas de investigação científica realizadas no campo da Linguística Aplicada, desenvolvi uma pesquisa na qual me debrucei sobre textos presentes na seção “*Carnet das Jovens*”, que integrava a revista *Jornal das Moças* durante os anos 1950, para compor minha monografia de final de curso. A ideia era verificar algumas das construções de identidades femininas veiculadas nessa seção da revista tendo por público-alvo suas mulheres leitoras. Essa pesquisa trouxe resultados interessantes, mas também muitas inquietações, que me motivaram a empreender nova investigação, que descrevo e discuto, desta feita, nesta dissertação de mestrado.

Uma dessas inquietações era o fato de que, embora 1950 fosse vista como a década da modernidade, dos avanços sociais, as mulheres continuavam sendo reguladas para desempenhar supostos papéis exemplares delimitados pela sociedade da época. Com a leitura de muitos exemplares do *Jornal das Moças*¹, comecei a notar que as revistas femininas que me acompanharam em minha adolescência pareciam ser pautadas, ainda que em épocas tão distintas, por fórmulas muito parecidas que prescreviam comportamentos. Particularmente, enquanto aquela primeira pesquisa caminhava, eu traçava paralelos tendo por referência a revista *Capricho*, da qual havia sido leitora assídua, tendo começado a lê-la em meados dos anos 2000, por volta dos meus 12 anos de idade. Adiante,

¹ Embora *Jornal das Moças* tenha sido uma revista, convencionei a ela me referir, neste texto, por o *Jornal das Moças*, por se tratar da maneira como a própria publicação faz referência a si mesma.

portanto, que esta dissertação tem muito da minha reflexão acerca dos processos de (des)construção de mim mesma enquanto mulher.

Diante disso, e tentando recordar do conteúdo e do impacto que a *Capricho* teve ao longo de minha adolescência no meu próprio processo de formação identitária, bem como, certamente, no de milhares de outras jovens brasileiras, pensei, inicialmente, em fazer um estudo focalizando exclusivamente textos da *Capricho* para verificar a natureza das produções de feminilidades ali existentes. No entanto, posteriormente percebi que, mais interessante do que simplesmente revisitar a minha revista favorita na adolescência, seria tentar traçar um paralelo entre o que se percebia como ideal de feminilidade nos anos 1950 e nos anos 2000, já que eu havia me deparado com indícios de que, em vários aspectos, esse ideal não havia se modificado substancialmente.

Cabe notar que a escolha de textos de ambas as revistas – *Jornal das Moças* e *Capricho* – para compor o *corpus* da pesquisa aqui focalizada foi pautada nas tiragens que elas tinham no período: o *Jornal das Moças* foi a revista mais vendida do segmento na década de 1950, o mesmo tendo acontecido com a *Capricho*, nos anos 2000. Assim sendo, pareceu-me que a adoção desse critério me permitiria refletir, com mais propriedade, sobre os possíveis impactos que revistas ditas femininas podem ter gerado na constituição identitária das jovens adolescentes do país ao longo do tempo.

Considerando o papel das revistas femininas na formação identitária de jovens, aconselhando-as sobre diferentes aspectos de sua vida como se fossem a sua melhor amiga, elegi, como ponto comum para poder contrastá-las, os textos em que o gênero discursivo conselho estivesse presente. Isso porque esse gênero, valendo-se de suas sequências injuntivas, permite que revistas lancem mão de “armadilhas linguísticas” (BUITONI, 1986, p. 192) que as façam parecer muito próximas de suas leitoras, ganhando a sua confiança. A análise das escolhas textuais que compõem o conselho pareceu-me, portanto, fundamental para compreender o processo de produção de feminilidades veiculado pelas revistas em questão. Propus-me, então, a conduzir minha investigação tendo por norte a intenção de responder a duas perguntas: (i) que imagens de mulher estavam sendo representadas nos textos selecionados das revistas *Jornal das Moças* e *Capricho* publicados em épocas tão distintas (pré e pós-feminista)? e (ii) os conselhos

fornecidos às leitoras dessas duas publicações estão estruturados da mesma forma?

Foi assim, tendo em mente essas perguntas, que mergulhei na leitura mais pormenorizada das revistas. Embora solitária, a leitura dos documentos possibilitou que eu pudesse “ouvir” vozes silenciadas de muitas mulheres de dois períodos históricos diferentes e, de certa forma, com elas internamente dialogar. Os textos se multiplicavam à minha frente e quanto mais eu os lia, mais eu me indignava por perceber o quanto esses conselhos, de alguma forma, haviam sido decisivos no estabelecimento de “crenças” femininas, inclusive de várias de minhas próprias quando mais jovem.

Como professora de português do ensino fundamental e médio, sei bem que ocupo um lugar de relevância na construção de identidades dos meus jovens alunos. Estimulá-los para que saibam olhar criticamente para as diferentes linguagens do mundo que nos cerca, sobretudo para a diversidade e para a equidade de gênero, é a minha motivação enquanto professora, enquanto mulher. Entendo que ensinar a língua portuguesa é uma tarefa que deve ir muito além de pensar a língua apenas como mera “ferramenta para comunicação”: o que importa é, sobretudo, promover, junto aos educandos, a compreensão de que a língua(gem) tem uma relação intrínseca com a cultura e a sociedade, reconhecendo o seu poder de representar o mundo. E é imbuída dessa certeza que busco, no campo aplicado dos estudos da linguagem, um espaço de reflexão que permita pensar possíveis intervenções relevantes, nas práticas pedagógicas, no que se refere à questão da representação discursiva do feminino da mídia impressa feminina brasileira.

CAPÍTULO 1 – SER MULHER ATRAVÉS DOS TEMPOS: CONTEXTUALIZANDO A PESQUISA

Neste primeiro capítulo, descrevo o delineamento da pesquisa conduzida para compor esta dissertação de mestrado. Para tanto, por tratar-se de uma investigação de caráter documental, discorro, inicialmente, sobre algumas das características relevantes dos momentos históricos aqui focalizados, os anos 1950 e os anos 2000. Em seguida, apresento os objetivos da pesquisa, as perguntas que orientaram o seu desenvolvimento, assim como os elementos que a justificam. Por fim, descrevo o modo como esta dissertação está organizada.

1.1. Contextualização histórica

Em linhas gerais, apresento, no que segue, um breve panorama histórico dos anos 1950 e dos anos 2000, entrelaçando-os com as representações dominantes de feminilidades identificáveis em cada período, a fim de compreender o contexto de produção e de circulação das revistas aqui focalizadas. Ressalto a importância de apresentar essa contextualização histórica, justamente para enfatizar que não se trata de uma “história natural”, mas socialmente construída.

1.1.1 Ser moça nos anos 1950

Embora o que passou a ser conhecido como os “anos dourados” no Brasil compreenda o período de 1945 a 1964, é a década de 1950 que traz, não só um momento de maior estabilidade social ao país, mas também a promessa de progresso em todos os sentidos. O otimismo do pós-guerra, a confiança em um futuro melhor e a esperança da chegada da “modernidade” tornam essa década, em termos políticos, uma espécie de hiato ao que veio antes e imediatamente depois, conferindo ao período uma maior liberdade de expressão (BASSANEZI, 2014).

Botelho (2008, p.15) se refere ao Brasil dessa década como uma “sociedade em movimento”. O país, segundo o autor, passava por um desenvolvimento acelerado e as transformações, que aconteciam a olhos vistos, eram pautadas por “um ideal moderno marcado pelo progresso, auto-aperfeiçoamento e aperfeiçoamento ilimitado do mundo social, e pela reorientação

de valores, interesses, condutas e instituições”. A palavra de ordem, portanto, era “modernidade”. Os processos acelerados de industrialização e modernização possibilitaram um aumento de perspectivas de trabalho, incluindo uma crescente procura por trabalhos considerados femininos, bem como o aumento do nível de escolaridade da população em geral, a ascensão da classe média e a multiplicação de espaços de sociabilidade (BASSANEZI, 2012).

Com as perspectivas ampliadas, uma certa liberdade de ir e vir passou a trazer mudanças preocupantes aos papéis sociais já estabelecidos para as mulheres no período. A cultura norte-americana exercia forte influência na juventude: as estrelas de Hollywood – bem como as celebridades de programas de rádio nacionais – eram referências de beleza e comportamento. Para as garotas da época, essas artistas representavam a ousadia de uma carreira profissional que fugia dos padrões de então, já que não cumpriam os papéis femininos tradicionais que destinavam o lar – espaço do casamento e da maternidade - como ambiente próprio da mulher nos anos 1950.

De aparência impecável, mas sem exageros, a “mulher ideal” dos “anos dourados” aprende, desde moça, que uma “mulher bela devia saber se conter: gritos, risos longos, choros compulsivos, bocejos, tudo isso podia enfeiar o ‘brotinho’ e deixá-la solteira para sempre” (SANT’ANNA, 2014, p. 92). O comportamento contido e as “boas maneiras” asseguravam que a jovem seria escolhida para o casamento, porta de entrada para o lar e para a maternidade. Nesse sentido, o papel da imprensa feminina era o de controlar a conduta das moças, auxiliando-as a aprender a se comportar de maneira “adequada” para conseguir um bom “pretendente”.

Sendo o amor conjugal o objetivo último da vida de uma moça, era fundamental que ela fosse capaz de despertar o interesse masculino exibindo seu corpo, de modo a realçar a sua feminilidade, sem deixar, entretanto, de asseverar seu “recato sexual”, seu “ar de respeito”. Atendendo a essa necessidade, o estilista francês Christian Dior apresenta, em 1947, a sua coleção intitulada “Linha Corola”, caracterizada, segundo Medeiros Filho (2015), pela retomada da silhueta feminina exibida no século XIX, em que busto, cintura e quadril eram bem delineados. O apelo erótico da vestimenta se revelava nas suas curvas bem arquitetadas e no volume criado pelo franzido dos panos, o que construía uma forma feminina

semelhante à ampulheta (Figura 1), valorizando a feminilidade da mulher. Somado a isso, a base do vestido inovava deixando os tornozelos delicadamente à mostra, exatos quarenta centímetros acima do chão (Figura 2). Esse estilo, que perdurou na década de 1950, contribuiu para a construção de uma identidade de gênero que associava à mulher as funções de mãe, esposa, rainha do lar e, sobretudo, atendia ao desejo feminino de diferenciar-se dos homens. Rebatizada de “New Look” (Nova Aparência), a linha representava a proposta de renovação da moda no pós-guerra, que revolucionou internacionalmente a maneira de se vestir das mulheres nos “anos dourados” (MEDEIROS FILHO, 2015).²



Figura 1: *Linha Corola ou New Look* de Christian Dior



Figura 2: O estilista francês e a altura das saias de seu *New Look*

Embora a influência da cultura internacional, seja na moda ou no cinema, tenha sido considerável no Brasil, os limites de adesão a ela eram cuidadosamente controlados, já que era vetada à jovem brasileira qualquer atitude que pudesse comprometer os valores da família. Algumas das atitudes de artistas norte-americanas que sugeriam transgressões a esses valores, por exemplo, eram categoricamente classificadas, pela imprensa feminina, como “coisas de artista”, isto é, de mulheres que pertenciam a outros tipos de ambiente e que não deviam ser

² As Figuras 1 e 2 foram retiradas, respectivamente, dos sites <<http://www.fragmentosdemoda.com/moda/a-exposicao-dior-a-revolucao-do-new-look-revelou-a-importancia-da-moda-em-momentos-dificeis-retrospectiva.html>> e <<http://modahistorica.blogspot.com.br/2013/05/1947-o-new-look-dior.html>>. Acesso em: 23 jul 2017.

copiadas porque não “ficava bem” para uma “moça de família”.³ Conforme aponta Bassanezi (2012, p. 481),

a moça de família dos Anos Dourados porta-se corretamente, tem gestos contidos e “boas maneiras”, mantém-se no “bom caminho”, não abusa de bebidas alcoólicas, não se envolve em conversas picantes nem compreende piadas impróprias; obedece aos pais e se prepara adequadamente para cumprir o destino feminino, desenvolvendo prendas domésticas e guardando as intimidades sexuais para o futuro marido. E, embora as manifestações públicas de carinho discreto entre jovens namorados sejam agora comuns no cenário das cidades, a “moça de família” nunca é vista aos abraços e beijos intensos com alguém.

Nesse viés, importa destacar que o desejo de liberdade, de autonomia, antevisto pelo panorama de transformações de regras e práticas sociais e, ainda, a confiança em um futuro promissor instaurados pelo ideal de modernidade, não modificaram, de fato, o modelo de família nuclear proposto desde o início do século. O que germinou no imaginário das jovens dos anos 1950 continuou sendo o paradigma no qual papéis sociais tradicionais no ambiente familiar encontravam-se rigidamente estabelecidos: o homem, provedor do lar, dominando o espaço público e a mulher, cuidadora da casa, do marido e dos filhos, “reinando” apenas no espaço privado.

É importante considerar que os fatos que envolveram a participação feminina na Segunda Guerra Mundial (1939-1945) tiveram um peso significativo no modo como a noção de feminilidade foi construída nos anos 1950⁴. Atendendo ao chamado da pátria e atraídas pela ideologia *We can do it!* (“Nós vamos conseguir!”, em tradução livre), um contingente expressivo de mulheres norte-americanas havia deixado os seus lares, provisoriamente, em apoio aos soldados de seu país. Essas mulheres passaram a ocupar os chãos das fábricas de materiais bélicos e também prestaram outros serviços de apoio, enquanto os homens guerreavam.

³ Observe-se que, por vezes, quando uma artista americana era apresentada no *Jornal das Moças*, por exemplo, enfatizava-se que, apesar de ela ter uma carreira profissional de sucesso, a felicidade prometida não residia nesse tipo de realização: ela só poderia ser encontrada na união matrimonial.

⁴ As considerações que teço, a seguir, sobre essa questão foram possibilitadas pela leitura do texto *We can do it: as mulheres na força de trabalho* no blog *Capitolina*, disponível em <<http://www.revistacapitolina.com.br/we-can-do-it-mulheres-na-forca-de-trabalho/>>. Acesso em: 21 jan. 2017.

O cartaz (Figura 3) elaborado pela *Westinghouse* durante a Segunda Guerra Mundial para o Comitê de Coordenação e Produção de Guerra trazia a personagem *Rosie, the riveter*⁵ (“Rosie, a rebitadora”, em tradução livre) para representar uma operária de fábrica estadunidense. Esse cartaz, criado como forma de campanha nacional para recrutar as norte-americanas para a força de trabalho durante a guerra, veiculava a imagem de uma mulher trabalhadora, patriótica, determinada, confiante e, sobretudo, que não deixava de lado sua “feminilidade”, já que, muito bem maquiada, continuava sendo “atraente”⁶. Destaco que outros cartazes com imagens de mulheres operárias foram criados no mesmo período com o mesmo objetivo. No Brasil, também as mulheres, sobretudo as enfermeiras, foram requisitadas para prestar cuidados aos homens, “heróis da nação”, que exerciam na guerra, seus papéis de patriotas.



Figura 3: Cartaz *We can do it!* criado por J. Howard Miller para a *Westinghouse Electric Corporation*

Com o final da II Grande Guerra, os papéis sociais tradicionais voltaram a vigorar, tanto nos Estados Unidos, quanto no Brasil: os homens retomaram seus postos no mercado de trabalho e as mulheres foram insistentemente “convidadas”, – leia-se, “persuadidas” –, via propagandas comerciais, a retornar “ao lar” e a abrir mão do protagonismo que haviam conquistado no mercado de trabalho.

⁵ Para ilustrar melhor essa personagem, é interessante ouvir a canção *Rosie, the riveter*, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=55NCElsbjQ>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

⁶ Esse cartaz foi, posteriormente, reapropriado pelo movimento feminista representando o empoderamento feminino.

O notório crescimento da indústria de bens ligados ao lar trazia promessas de que as tarefas domésticas seriam mais “palatáveis” ou até mesmo prazerosas. Os eletrodomésticos, os enlatados e os descartáveis, que conferiam uma nova roupagem ao ambiente doméstico, passaram a fazer parte da rotina das donas de casa, intensificando o vínculo entre imprensa feminina e consumo (BASSANEZI, 2014). As mulheres poderiam, agora, atingir a felicidade plena por meio também do prazer derivado do uso desses produtos. À guisa de exemplos de como isso se dava, vejamos duas propagandas de produtos da marca *Arno*, veiculadas à época⁷:



Figura 4 e 5: Propagandas de Eletrodomésticos *Arno* na década de 1950

Ambas as propagandas se referem a produtos que garantem a limpeza da casa, o aspirador de pó e a enceradeira. Além disso, a segunda (Figura 5), anuncia eletrodomésticos que trarão maiores facilidades na cozinha: a batedeira e o liquidificador. No texto inserido na primeira propaganda (Figura 4), dá-se ênfase ao fato de que os produtos assegurariam mais tempo livre para as mulheres:

⁷ Essas propagandas estão disponíveis no site <<http://www.propagandashistoricas.com.br/>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

Como por encanto a sua vida se transforma! As horas lhe sobram – e, no entanto, a limpeza sai muito mais bem-feita – porque ARNO faz todo o trabalho com Você!

O texto da segunda propaganda (Figura 5) evoca a relação “mãe e filha”, o que confere ao uso dos produtos anunciados, indicados como essenciais, certa atemporalidade:

Para um lar que está se formando agora – ou para a dona de um lar que já se formou há muito tempo... não há outro presente tão desejado, útil e oportuno como êstes belíssimos Aparelhos ARNO!”

É interessante observar que, nas duas propagandas, o trabalho doméstico, longe de ser algo penoso, extenuante, é representado como uma tarefa que em nada impediria o exercício do ideal de feminilidade vigente. O que se tem nessas propagandas não são mulheres cansadas, suadas, e, sim, mulheres belas, elegantes e bem vestidas. É dessa perspectiva que interessava veicular representações de feminilidades na imprensa feminina dos anos 1950.

Ainda que os “anos dourados” tenham se caracterizado por ser uma época carregada de certezas, é importante esclarecer que, principalmente a partir da segunda metade dos anos 1950, sementes de discordância em relação ao *status quo*, firmemente estabelecidos até então, começavam a germinar. A nascente “rebeldia juvenil” ganha espaço e passa a questionar alguns dos ideais da época. Já se percebia uma maior autonomia em termos de comportamentos, que incluía a possibilidade de escolha dos cônjuges por parte das moças, já que a modernidade trouxera com ela o ideal do “casamento por amor”. Agora, as jovens poderiam sonhar e escolher o seu “príncipe encantado”, ainda que a autoridade paterna continuasse tendo poder de veto nos namoros que apresentassem condições inadequadas. E se já se permitia às jovens viverem suas histórias de amor, essas deveriam, entretanto, “evitar a paixão, ‘a efervescência do juízo’, as escolhas insensatas e condenáveis” (BASSANEZI, 2014, p. 484).

É necessário ressaltar que a expressão “juventude transviada”, tão difundida nos anos 1950, se referia a uma minoria irrelevante e, principalmente, muito mais masculina. As jovens que escapavam dos padrões de comportamento

ditados pela sociedade eram vistas como garotas “fáceis”, “levianas” ou “rebeldes”, que podiam “até fazer sucesso entre os rapazes, mas que nunca se casariam, pois nenhum homem honesto *iria* querer alguém como ela para ‘mãe de seus filhos’” (BASSANEZI, 2012, p. 481). Assim sendo, era preciso enquadrar essas “modernidades” dentro de limites socialmente aceitáveis; era preciso que os ideais da modernidade fossem cuidadosamente monitorados. E cabia principalmente à imprensa feminina praticar esse tipo de monitoramento, de modo a evitar, reprimir, toda e qualquer atitude considerada desviante. As revistas femininas, portanto, atuavam como termômetros dos costumes de uma época (LUCA, 2012)

É então que, a serviço desses “bons costumes” e da “família estável”, a revista *Jornal das Moças* descrita no Capítulo 2 desta dissertação, passa a atuar como um norteador do comportamento feminino, aconselhando a jovem brasileira a ser uma “boa moça” e a cumprir o seu destino de mulher.

A seguir, apresento também um panorama histórico dos anos 2000 a fim de que a revista *Capricho* possa também ser melhor contextualizada no Capítulo 2.

1.1.2 Ser jovem nos anos 2000

Assim como os anos 1950 trouxeram grandes expectativas em relação ao ideal da modernidade instalado no imaginário social, a chegada dos anos 2000 também foi, por um lado, motivo de empolgação, embora, por outro, esse período tenha se caracterizado por tensões e incertezas. A virada do século foi carregada de questionamentos em relação ao que constituiria o tecido social na primeira década do século XXI, que também inaugurava o Terceiro Milênio. Assim, foi com um misto de entusiasmo e de insegurança que as pessoas comemoraram a chegada do novo milênio.

No plano internacional, o ano de 2001 foi marcado pelo atentado ao “World Trade Center” em Nova York, Estados Unidos, em 11 de setembro. Reforçando os conflitos entre os Estados Unidos e o Oriente Médio, o que culminou na assim chamada Guerra ao Terrorismo, esse incidente compreendeu a Guerra do Afeganistão e a Guerra do Iraque, dois dos acontecimentos mais significativos do século XXI. No Brasil, a década de 2000 se caracterizou pela ascensão da esquerda política ao poder, como também ocorreu em outros países da América Latina no

mesmo período: em legítimo processo democrático, Luiz Inácio Lula da Silva foi eleito presidente do país em 2002 e reeleito, em 2006, para o mesmo cargo.

A primeira década do novo milênio foi, sem dúvida alguma, também marcada pelo recrudescimento dos processos de globalização e pela consolidação da Internet como meio de comunicação e troca de informações, o que determinou modificações profundas, em nível planetário, no modo como as práticas de linguagem passaram a se constituir (BLOMMAERT, 2010). Deixando para trás as conexões discadas de baixa velocidade da década anterior, a Internet possibilitou, no país, não só um maior acesso à informação, mas também o compartilhamento de arquivos diversos. Ressalto que as redes sociais, utilizadas, inicialmente, como recursos de “diversão” para os jovens, tornou-se, posteriormente, um espaço importante de disseminação de comportamentos e ideologias.

A imprensa tradicional brasileira não fica imune a esse processo, pois ela se adequou a esse movimento digital, desenvolvendo *sites* como extensão de suas revistas, jornais ou programas de televisão, assim como aconteceu com a revista *Capricho* que, no período, passa a utilizar a internet e as redes sociais, para criar uma maior interação com seu público-alvo. Marcada por um crescente processo de globalização e pelo avanço tecnológico, a década também foi marcante no que concerne as questões relativas à emancipação feminina.

No que tange à condição feminina no período, é importante destacar que, se até a década de 1950, as mulheres brasileiras haviam contabilizado poucos ganhos expressivos no que se refere à sua condição social e política – exceção feita ao direito ao voto, que, no Brasil, foi conquistado em 1933⁸ –, a partir dos anos 1960, o feminismo ganhou força e visibilidade, em vários países do mundo, no interior de diferentes movimentos contestatórios de então, “a exemplo do movimento estudantil na França, das lutas pacifistas contra a guerra do Vietnã nos Estados Unidos e do movimento *hippie* internacional que causou uma verdadeira revolução nos costumes” (COSTA, 2005, p. 2). O impacto dessa visibilidade no Brasil, no entanto, foi tímido, se comparado a diversas outras nações, já que o país se encontrava imerso em uma ditadura militar, o que dava às brasileiras pouca, ou nenhuma, liberdade de expressão. Conforme Senkevics (2013, s/p),

⁸ Capitaneado por Bertha Lux, o movimento sufragista brasileiro compõe o que passou a ser conhecido como a fase do feminismo “bem comportado”, dado o seu caráter ainda bastante conservador, que não denunciava ou questionava, de fato, a opressão da mulher na sociedade como um todo (PINTO, 2003).

o movimento feminista brasileiro, ao reflexo do feminismo latino-americano, apenas se consolidou enquanto um movimento de massa em meados da década de 1970, no contexto da luta contra o regime militar (1964-1985), que se instaurou no país a partir de um golpe de estado apoiado pelos setores dominantes e pela política externa dos Estados Unidos, e de uma crise econômica a qual resultou em elevação das taxas de desemprego e subemprego, bem como arrocho salarial e corte de gastos sociais.

A partir de 1975, ano declarado pela ONU como o “Ano Internacional da Mulher”, os debates sobre a condição feminina no Brasil ganham maior expressão nacional. Duas revistas feministas⁹ são, segundo Senkevics (2013), criadas nessa época: *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres*. Com a abertura política conquistada no final da década de 70, as mulheres brasileiras passam a ganhar mais destaque no cenário político do país, tendo exercido, inclusive, um papel decisivo na anistia concedida a presos políticos em 1979. É nesse momento que se verifica o retorno de mulheres que se encontravam exiladas no exterior, o que “permitiu que suas experiências com os feminismos norte-americanos e europeus pudessem se somar ao desenvolvimento de uma consciência feminista que já encontrava espaço no Brasil” (SENKEVICS , 2013, s/p). É importante destacar, no entanto, que o retorno dessas mulheres, que haviam entrado em contato com o ideário feminista no exílio,

logo foi visto com grande desconfiança por seus companheiros homens. Na verdade, a esquerda exilada, marxista e masculina via no feminismo uma dupla ameaça: à unidade a luta do proletariado para derrotar o capitalismo e ao próprio poder que os homens exerciam dentro dessas organizações e em suas relações pessoais. Portanto, o feminismo, que no Brasil não era visto com bons olhos pelo regime militar ultradireitista, também não tinha guarida entre os militantes da extrema esquerda (...). A grande acusação ao grupo era de ser apolítico e de em nada ajudar na luta contra a ditadura no Brasil. Talvez o grande problema encontrado pelos homens fosse que ele [o feminismo] **estava politizando a vida dentro de casa...** (PINTO, 2003, p.53) (ênfase minha).

Ainda que a duras penas e tendo que enfrentar muita resistência, o fato é que as mulheres brasileiras, a partir da década de 1980, e após terem-se se unido a

⁹ Importa esclarecer que, nesta dissertação, faço uma distinção entre as expressões “revista feminina” e “revista feminista”: enquanto a primeira se refere a publicações que, destinadas a mulheres, não têm por objetivo a sua politização, a segunda é utilizada para referir publicações que, também voltadas para um público feminino, têm caráter militante.

outros movimentos sociais, como, por exemplo, os movimentos antirracismo (HERINGER, 2006), realizam várias conquistas significativas, ainda que essas estejam longe de serem suficientes para equalizar as relações de gênero e raça/etnia. Dentre essas conquistas – a maior parte delas, segundo Piovesan (2011), obtidas na esteira dos avanços sociais consolidados pela Constituição Brasileira de 1988 –, destacam-se:

- a aprovação, em 2002, de um novo Código Civil (Lei 10.406). Esse texto substituiu o Código Civil de 1916, o qual, segundo Pitanguy e Miranda (2006, p. 23) “regulava e legitimava a hierarquia de gênero e o lugar subalterno da mulher dentro do casamento civil”.¹⁰
- a criação de Delegacias da Mulher em várias capitais brasileiras e a promulgação da Lei 11340, conhecida como *Lei Maria da Penha*, em 2006, importantes medidas institucionais e normativas no combate à violência doméstica (RIFIOTIS, 2015);
- a regulamentação de importantes direitos trabalhistas de mulheres,¹¹ como, por exemplo, a licença maternidade, inclusive para mães adotantes, estendida para 120 dias, sem prejuízo do emprego e salário e a legislação de 2006 referente ao exercício profissional de empregadas domésticas.¹²

Assinalo, além disso, o protagonismo cada vez maior das mulheres observado na esfera pública no período. Um marco expressivo desse protagonismo foi a eleição, pela primeira vez, em 2010, de uma mulher para presidir o país, Dilma

¹⁰ As autoras explicam que o Código Civil de 1916 “privilegiava o ramo paterno em detrimento do materno; exigia a monogamia; aceitava a anulação do casamento face à não-virgindade da mulher; afastava da herança a filha de comportamento ‘desonesto’ e não reconhecia os filhos nascidos fora do casamento. Por esse Código, com o casamento, a mulher perdia sua capacidade civil plena, ou seja, não poderia mais praticar, sem o consentimento do marido, inúmeros atos que praticaria sendo maior de idade e solteira.” (PITANGUY e MIRANDA, 2006, p. 23).

¹¹ Se as mulheres aumentaram consideravelmente a sua participação no mercado de trabalho nos anos 2000, esse crescimento, segundo Bruschini et al (2011, p. 175), “foi marcado por avanços e permanências. De um lado, as mulheres ingressaram em massa no ensino superior, constituindo parcela importante das boas ocupações e até mesmo dos cargos de comando, dos quais, até então, estavam alijadas; de outro, a maioria continua nas ocupações precárias (emprego doméstico, trabalho não-remunerado e para consumo próprio), **seguem ganhando menos do que os homens** e sendo as principais responsáveis pela família, pelos afazeres domésticos e pelo cuidado com as crianças.” (ênfase minha).

¹² A partir da Lei 11.324, promulgada em 2006, as empregadas domésticas brasileiras “adquiriram direito a férias de 30 dias, obtiveram a estabilidade para gestantes, direito aos feriados civis e religiosos, além da proibição de descontos de moradia, alimentação e produtos de higiene pessoal utilizados no local de trabalho.” (MELO e DI SABBATO, 2011, p. 180-181).

Rousseff, “que nomeou nove mulheres ministras e priorizou o empoderamento econômico das mulheres e o enfrentamento à violência baseada no gênero” (TAVARES, 2011, p. 8)¹³, sendo que “três dessas ministras eram afrodescendentes” (PIOVESAN, 2011, p. 74). Ainda que, numericamente, a participação feminina em outras esferas, que não a presidência, tenha sido pouco expressiva,¹⁴ o fato é que, nos anos 2000, a presença de mulheres nos centros de poder do país se fez notada.

Com a crescente participação feminina no mercado de trabalho e em cargos até então ocupados por homens, as imagens de mulher dos anos 2000 veiculadas pela imprensa feminina não estão necessariamente ligadas à união matrimonial ou à maternidade, muito menos circunscritas ao ambiente doméstico. O que a imprensa feminina enfoca é muito mais a liberdade sexual da mulher, os cuidados com a beleza e o desenvolvimento da carreira profissional, por vezes parecendo que, apesar de todas as conquistas e transformações, a mulher acumulou papéis sociais. É neste panorama sócio-histórico que as jovens dos anos 2000, muitas delas leitoras da revista *Capricho*, estão inseridas.

1.2 Os Contornos da Pesquisa

Nesta seção, discorro sobre a questão que motivou o desenvolvimento da pesquisa descrita nesta dissertação, bem como explico os objetivos que a orientaram, a justificativa para sua realização, e as perguntas que conduziram a análise de dados.

1.2.1 O problema de pesquisa

Os estudos sobre representações de feminilidades na imprensa feminina são muitos e variados, tendo sido objetos de reflexão de diferentes autores e áreas do conhecimento. Essas pesquisas tiveram como intuito investigar que imagens de mulher brasileira as revistas femininas publicadas no país buscavam veicular em

¹³ Em 31 de agosto de 2016, Dilma Rousseff foi deposta do cargo de Presidente do Brasil. Os desdobramentos desse ato, tanto para os destinos da nação brasileira, quanto para as mulheres do país, são ainda, no momento de redação desta dissertação, difíceis de serem precisados.

¹⁴ Segundo Piovesan (2011, p 53), em 2010, na esfera estadual, apenas duas mulheres foram eleitas governadoras, enquanto que, na esfera municipal, somente 9,1% dos municípios brasileiros passaram a ser “chefiados por mulheres”.

diferentes épocas, isto é, quais teriam sido os modelos dominantes de feminilidade reforçados, por algumas dessas publicações, nesse ou naquele momento. Nenhum estudo, no entanto, que se propusesse a fazer uma análise contrastiva do modo como essas representações estavam sendo construídas em diferentes períodos históricos foi encontrado. Essa foi a questão, aliada àquelas sobre as quais discorri na Introdução deste texto, que motivou a realização da pesquisa aqui descrita, cujos objetivos descrevo a seguir.

1.2.2 Objetivos do estudo

O objetivo geral da pesquisa em pauta foi analisar as representações de feminilidades construídas por meio de aconselhamentos nos artigos veiculados por duas revistas femininas em épocas distintas: o *Jornal das Moças*, na década de 1950, e a *Capricho*, nos anos 2000.

Mais especificamente, busquei verificar se os aconselhamentos “dados” – leia-se “vendidos” – às leitoras da revista *Jornal das Moças* permaneceram, ou não, inalterados nos artigos da *Capricho* analisados, isto é, se o discurso dessa última revista revela consolidação ou renovação de ideias (HEBERLE, 2004). Interessou-me, desse modo, entender se haveria uma pauta perene da imprensa feminina através dos tempos, ou se essa pauta, ainda que mascarada com um ligeiro verniz de novidade (BUITONI, 2009), teria se modificado.

Assim sendo, procurei, na análise dos dados, obter respostas, na medida do possível, para as seguintes perguntas de pesquisa:

1. Quais as construções de feminilidades veiculadas nos discursos das duas revistas em questão, considerando o *corpus* analisado?
2. Os conselhos dados às jovens são equivalentes nos dois períodos e revistas focalizados? Ou eles se modificaram ao longo do tempo?

1.2.3 A justificativa da investigação

Considerando a importância de se reconhecer as representações de identidades femininas construídas pelo discurso da mídia impressa voltada para as mulheres, o estudo se justifica, ademais, dada a relevância de se analisar os textos

do gênero discursivo conselho quando se considera a função sociodiscursiva altamente assimétrica que ele assume na mídia impressa (ROSA, 2008), o que faz com que ele exerça, nas revistas femininas, um papel preponderante no processo de constituição e consolidação de identidades na adolescência.

Embora os modelos de feminilidades representados por essas duas revistas não sejam um espelho da realidade, é fato que influenciaram poderosamente na produção de identidades das adolescentes, pois a importância das revistas femininas para esse público é ainda maior do que as revistas para mulheres adultas, já que essas têm outros tipos de experiências que podem nortear a construção de sua identidade, ao passo que a adolescente ainda está tateando a sua percepção acerca do que é ser mulher (DAWN, 1999).

É importante frisar que, conforme aponta Bassanezi (2012, p. 470), embora nem sempre todas as mulheres brasileiras tenham se apoiado nas imagens construídas sobre elas na mídia impressa, ao longo da história, ainda assim

é importante conhecer as representações que prevalecem em cada época, pois elas têm a capacidade de influenciar os modos de ser, agir e sentir das pessoas, os espaços que elas ocupam na sociedade e as escolhas de vida que fazem. Os discursos sobre o que é “próprio da mulher” ou qual o “seu papel” afetam também as políticas públicas, o valor dos salários, a oferta de empregos, as prescrições religiosas, os procedimentos jurídicos, a educação oferecida e até o trabalho dos cientistas em cada época (ênfase minha).

Refletir criticamente sobre identidades de gênero, assim como aponta Louro (1997), é uma necessidade, não somente teórica, mas um território de intervenção social. Lançar olhares para o impacto das identidades cristalizadas na sociedade e os lugares que o masculino e o feminino ocupam pode contribuir para que esses espaços possam ser repensados para as gerações futuras, contribuindo para uma sociedade em que a violência de gênero seja eliminada. Considerando que o Brasil é o quinto país do mundo onde mais se matam mulheres¹⁵ e que a preocupação com políticas públicas voltadas para esse segmento da população é recente, a supressão dos termos “gênero” e “orientação sexual” em alguns

¹⁵ Informação encontrada no *Mapa da Violência 2015 – Homicídio de Mulheres no Brasil*, de Júlio Jacob Waiselfisz, disponível em: <http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2017.

documentos oficiais da educação, como a da versão final do texto da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) apresentada pelo Ministério da Educação (MEC), ainda em processo de aprovação, configura uma contradição e um retrocesso, na medida em que pretende o apagamento dessas questões no espaço escolar, lugar de reflexão sobre a diversidade.

A expectativa é que, considerando a preocupação com uma sociedade em que as mulheres ainda ocupam, em muitos aspectos, um lugar de subalternidade, os resultados do estudo em questão possam fornecer subsídios para os professores da área da linguagem dessas adolescentes que, por meio do estudo do gênero discursivo conselho, possam considerar o papel da imprensa na construção de identidades, contribuindo para tornar os alunos mais conscientes e respeitosos em relação à diversidade presente no espaço escolar. Isso porque, segundo Cavalcanti e Maher (2005), o exame de práticas discursivas na sala de aula pode contribuir para que os alunos construam para eles próprios identidades mais ou menos positivas. Para tanto, elas destacam os *Referenciais para Formação de Professores* do MEC, que postula serem muitos os aspectos

que precisam ser considerados para que o professor possa se relacionar com seus alunos de maneira não discriminatória e ajudar seu desenvolvimento, para que eles se lancem não só ao desafio de aprender os conteúdos escolares, mas também ao desafio de viver, participar de sua comunidade e da sociedade mais ampla. Isso demanda não só aquisição de conhecimentos já produzidos “sobre” crianças, jovens e adultos, mas também **uma reflexão sobre suas próprias representações e crenças, implicando muitas vezes uma revisão de valores pessoais. [...] Pelo lugar que ocupa, o professor tem enorme influência sobre seus alunos, pois a forma como os vê influencia não só as relações que estabelece com eles, mas também a construção da sua auto-imagem. [...]** Mesmo que não se manifeste explicitamente, sua forma de agir, suas expressões, seu tom de voz, entre outras coisas, contêm mensagens que dizem muito aos alunos (BRASIL, 1999, p. 89-90) (ênfase das autoras).

As reflexões acerca da construção discursiva de identidades e relações de gênero devem ter relevância social para a educação, uma vez que essa questão *ainda* figura como tema transversal nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs). É através da linguagem que as representações são construídas e algumas delas legitimadas, como pretendo discutir no próximo capítulo. É sabido que há uma lacuna no ensino no que concerne ao trabalho com a questão da identidade feminina

e suas representações dentro e fora da sala de aula. Louro (1997, p.64) esclarece que,

Currículos, normas, procedimentos de ensino, teorias, linguagem, materiais didáticos, processos de avaliação são, seguramente, *loci* das diferenças de gênero, sexualidade, etnia, classe – são constituídos por essas distinções, ao mesmo tempo, seus produtores. Todas essas dimensões precisam, pois, ser colocadas em questão. É indispensável questionar não apenas o que ensinamos, mas o modo como ensinamos e que sentidos nossos/as alunos/as dão ao que aprendem. Atrevidamente é preciso, também, problematizar as teorias que orientam nosso trabalho (incluindo, aqui, até mesmo aquelas teorias consideradas “críticas”). Temos de estar atentas/os, sobretudo, para nossa linguagem, procurando perceber o sexismo, o racismo e o etnocentrismo que ela frequentemente carrega e institui.

Tendo percorrido sobre o tema, os objetivos e a justificativa da pesquisa aqui descrita, apresento, no que segue, a forma de organização deste trabalho.

1.3 A Organização da Dissertação

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos. No primeiro, procurei, inicialmente, situar a pesquisa e descrever os dois momentos históricos em que as revistas aqui focalizadas se inserem. Apresentei, em seguida, os objetivos, as perguntas de pesquisa e as justificativas da investigação realizada.

No capítulo 2, apresento os pressupostos teóricos que conduziram a pesquisa em pauta. Início o capítulo apresentando um breve histórico da imprensa feminina brasileira, de forma a tecer considerações acerca de como o gênero discursivo conselho opera nas revistas femininas, bem como apresento as duas revistas que compuseram o *corpus* desse estudo. Em seguida, discuto o conceito de juventude – o que é, afinal, ser jovem? – para definir a adolescência nos dois períodos históricos abordados nesta dissertação. Por fim, discorro a respeito dos conceitos que me orientaram a análise de dados: o conceito de representação, de identidade, de identidade de gênero e de performatividade.

No terceiro capítulo, apresento o campo de investigação a que estou afiliada: a Linguística Aplicada de caráter trans/interdisciplinar. A seguir, discorro sobre a natureza qualitativo-interpretativista da pesquisa documental conduzida, assim como os procedimentos metodológicos utilizados para compor o *corpus* nela

analisado. Ao fim, descrevo o processo de seleção de dados e o estabelecimento das categorias de análise.

O capítulo 4 é devotado à análise dos dados selecionados para a pesquisa em questão. Após esse capítulo, teço as minhas considerações finais sobre o estudo em pauta e apresento as referências bibliográficas utilizadas neste trabalho.

CAPÍTULO 2 – O GÊNERO NO PAPEL E OS PAPÉIS DE GÊNERO

Considerando o propósito da pesquisa aqui descrita, abro este capítulo discorrendo sobre a imprensa feminina no Brasil, principalmente com base em Buitoni (1986, 2009), apresentado um panorama histórico das principais revistas femininas brasileiras para, então, apresentar o *Jornal das Moças* e a revista *Capricho*. De forma a iniciar a apresentação do referencial teórico que deu sustentação à análise de dados empreendida, discuto, em seguida, o gênero discursivo conselho e seu caráter “pedagógico” na mídia impressa. Na segunda seção deste capítulo, teço considerações sobre o conceito de juventude/adolescência e aponto a abordagem escolhida como referência para minhas reflexões e, por fim, discorro sobre os conceitos de representação, de identidade, de performatividade do gênero e da linguagem que orientaram o estudo.

2.1. O segundo sexo na segunda imprensa: as revistas femininas no Brasil

Definida pelo sexo do seu público leitor, a imprensa feminina no Brasil configura-se como um desdobramento da imprensa em geral e apresenta diferentes funções e suportes. Entendida como complementar e causando debates acerca de seu conteúdo – trata-se ou não, afinal, de jornalismo? –, a imprensa feminina sempre teve potencial para ter vida longa, mantendo seus altos níveis de consumo até os dias de hoje.

O segmento específico da imprensa feminina aqui focalizado é o de revistas “de variedades” voltadas para mulheres, publicações que abarcam diferentes assuntos do “universo feminino”. Nesse tipo de publicação mais generalista, é possível a abordagem de assuntos que são considerados objetos de atenção ou preocupação das mulheres, organizados em seções que facilitam o seu manuseio e a busca por informações, ao contrário dos jornais e livros, por exemplo. Além dessa organização estrutural, as revistas femininas se diferenciam por apresentarem uma durabilidade maior, dada a qualidade de impressão de suas páginas.

Convém destacar que esse tipo de publicação não prioriza notícias, já que ela está relacionada mais à ideia de novidade do que de atualidade. Buitoni (2009, p.

203) esclarece que “a atualidade é ancorada no tempo, tem uma dimensão física, objetiva, bem definida. A novidade pode ser uma relação subjetiva: isto é novo para mim. Ou pode ser [...] o novo construído artificialmente”. Por esse motivo, elas trazem informações que não precisam, necessariamente, ser consumidas em uma única leitura, mas atuam como espécies de manuais que podem ser consultados a qualquer momento. A fim de parecer sempre atual, as revistas femininas tratam de assuntos considerados femininos, como moda, beleza e comportamento.

Embora o primeiro periódico feminino no mundo - *Lady's Mercury* – tenha surgido na Inglaterra no século XVII, é apenas em 1827 que surge, no Brasil, a primeira revista desse segmento, *O Espelho Diamantino*, periódico dedicado às senhoras brasileiras que buscavam se informar sobre política, literatura, belas artes, teatro e moda. A literatura e o jornalismo tinham estreita relação nesse período, pois o que impulsionava esse tipo de publicação era, de fato, a moda e a literatura, que “se uniam para criar uma espécie de necessidade temporal, uma de acompanhamento da narrativa, outra de ‘atualização’ com o que se usava na Europa” (BUITONI, 1986, p. 41).

Com nomes de flores, pedras preciosas, animais graciosos, todos metáforas da figura feminina, ou mencionando a mulher e seus objetos, tivemos no Rio, São Paulo e outras cidades, *A Camélia*, *A Violeta*, *O Lírio*, *A Crisálida*, *A Borboleta*, *O Beija-Flor*, *A Esmeralda*, *A Grinalda*, *O Leque*, *O Espelho*, *Primavera*, *Jornal das Moças*, *Eco das Damas* e assim por diante (BUITONI, 1986, p. 40).

No século XX, com o crescimento das cidades e do processo de industrialização, as revistas femininas passaram a ser ilustradas e a trazer, além de literatura, notícias, editoriais, crônicas e outros assuntos do “universo feminino”. Exemplo disso é ao surgimento da *Revista Feminina* em 1914, primeira publicação que vinculou imprensa e publicidade no Brasil e que permaneceu 22 anos em circulação, indicando que teve uma sustentação comercial relevante para a época e pode ser considerada a “precursora das modernas revistas brasileiras dedicadas à mulher” (BUITONI, 1986, p. 45). É nesse mesmo período que a revista *Jornal das Moças* é fundada, porém a publicação só alcançará prestígio na metade do século.

Nos anos de 1940 e 1950, a imprensa feminina inova com a veiculação das fotonovelas em suas revistas. Importadas da Europa, demonstrando ainda o forte vínculo com a literatura, as fotonovelas pretendiam abordar os problemas

amorosos das leitoras. A relação imprensa e consumo também se intensifica nessas décadas. Mas, é com o nascimento da revista *Capricho*, em junho de 1952, que a grande imprensa feminina se inicia, de fato. Essa publicação ganhou rapidamente a preferência do público, tornando-se a revista com maior tiragem no período. Consolida-se também, nesse mesmo período, a Editora Abril, que lança, em 1959, a revista *Manequim*, que passa a trazer moldes de roupas para costura¹⁶, seguida da revista *Claudia*, em 1961, que buscava atender as exigências da “nova mulher”. É importante ressaltar que essas revistas permanecem em circulação, em formato impresso e/ou digital, até os dias de hoje.

Na década de 1970, cresce o mercado de revistas femininas, já que a mulher entra, de fato, para o mercado de trabalho (SCALZO, 2004). Essas publicações procuram tratar as mulheres não apenas como donas de casa e mães, mas também como profissionais. Outro ponto a salientar é que o sexo passa a ser tema das revistas nessa década. Em 1973 surge a *Nova* e em 1975, a *Carícia*, ambas da Editora Abril. *Carícia* era uma pequena revista de fotonovela e com várias matérias sobre sexo. *Nova*, por outro lado, constitui-se como uma publicação voltada para a mulher, solteira ou casada, com ambições profissionais e, de certa maneira, liberada sexualmente. Com um título sugestivo, ainda que essa revista pretendesse renovar o mercado de publicações do segmento, ela continuava presa a ideologias pouco inovadoras, já que “a pressão por uma maior liberação sexual não deixa de ser mais uma imposição a que a mulher tem de se submeter” (BUIIONI, 1986, p. 51). *Nova* também é uma revista que permanece em circulação até os dias de hoje e, em 2015, passou a ser chamada de *Cosmopolitan*, apesar de ainda conservar um tímido *Nova* em seu cabeçalho. A revista, hoje, é voltada para um público mais jovem.

Na década de 1990, surge a revista *Marie Claire Brasil* com o slogan “Chique é ser inteligente”. Voltada, em princípio, para mulheres independentes, essa revista também permanece em circulação na atualidade. Outras revistas femininas “nasceram e morreram” nos períodos subsequentes, mas o que merece ser aqui destacado é que ainda hoje o segmento feminino representa a maior fatia do mercado editorial.

¹⁶ Importa destacar que, em 2014, a revista *Manequim* tornou-se um título da Editora Caras.

A imprensa feminina brasileira é sustentada por três grandes eixos – moda, casa e coração. Enquanto moda e casa permanecem ligados à aparência exterior, coração é tema que envolve beleza, amor, casamento, maternidade. De múltiplas abordagens, a imprensa feminina permitiria, em princípio, que qualquer assunto pudesse nela ser focalizado, já que está sempre atenta à necessidade do público ou, por vezes, à criação de necessidade no público. Segundo a autora, no entanto, embora a imprensa feminina seja a que mais se atualiza, ela, na mesma proporção, é também a mais conservadora: suas supostas grandes inovações muito raramente constituem mudanças significativas ou de impacto social. É digno de nota, por exemplo, que nela também quase não há espaço para a diversidade, já que

não mostra a negra, a índia, a japonesa; não mostra a pobre nem a velha – apresenta como ideal a mulher branca, classe média para cima e jovem. A juventude é outro dos mitos modernos que foi totalmente adotado pelos veículos femininos, servindo para estimular o mercado ao exigir eterna renovação (BUIIONI, 1986, p. 76).

Importa destacar, além disso, que as revistas femininas se diferenciam de outros tipos de mídias pela linguagem utilizada em suas publicações. De tom mais leve e informal, as publicações voltadas ao “universo feminino” estabelecem com suas leitoras uma relação de intimidade. A revista passa a atuar como uma espécie de amiga ou irmã mais velha que tudo sabe - uma espécie de oráculo para as mulheres.

No entanto, há um ordenamento de conduta por trás desse tratamento entre revista e amiga-leitora, isto é, existe uma imposição por trás do discurso que faz com que a leitora aceite mais facilmente aquilo que a revista “sugere” para ela. Essa imposição disfarçada pode ser percebida pelas formas imperativas que as revistas escolhem para veicular suas ideias, aproximando-se da linguagem injuntiva dos textos publicitários, dos conselhos e das receitas, o que faz com que sobre pouco espaço para questionamentos de suas leitoras.

E quando a linguagem não parece ser suficiente para convencer o público-alvo de algo, ou há a necessidade de um reforço para veicular determinado tema com credibilidade, as revistas apelam para uma legião de especialistas. Por meio de sua autoridade, trazem seus preceitos e ensinamentos às leitoras, reforçando que a mulher não sabe, por isso a revista está ali para auxiliá-las.

Justamente por ser conservadora, excludente, estereotipada, despolitizada, que acredito ser importante refletir criticamente sobre a imprensa feminina brasileira, já que ela

trata da vida – o vestir, o comer, o morar, o amar. Ela pode influir mais decisivamente no cotidiano das pessoas que um poderoso jornal diário. Múltipla e contraditória – como a vida –, ela é um exemplo imenso, movimentado, estimulante (BUITONI, 1986, p. 78).

Após esse breve histórico do surgimento das principais revistas femininas brasileiras e suas características, apresento, a seguir, um breve panorama das duas revistas focalizadas na pesquisa aqui descrita.

2.1.1 A revista da mulher no lar e na sociedade: *Jornal das Moças*

A revista carioca *Jornal das Moças* foi lançada em 21 de maio de 1914, custando 400 réis. Propriedade da *Editores Jornal das Moças Ltda.* e produzida na cidade do Rio de Janeiro, foi lançada como uma “revista quinzenal ilustrada” para mulheres da classe média. Seu objetivo explícito era:

cultivar ilustrando e, ao mesmo tempo, deleitando o espírito encantador da mulher *brazileira*, a quem é dedicada esta revista, será o seu, *sinão unico* escopo, pelo menos a sua mais viva e mais ardente preocupação.

Jornal das Moças, maio/1914, p.5

É bastante significativo o título de uma das matérias publicadas nesse seu primeiro número¹⁷, reproduzida abaixo:

¹⁷ Ressalto que esse número do *Jornal das Moças* não faz parte do *corpus* do estudo focalizado nesta dissertação, já que se trata de uma publicação anterior à década de 1950. A análise da matéria reproduzida acima visa a apenas introduzir o leitor às condições de produção da revista desde o seu início.

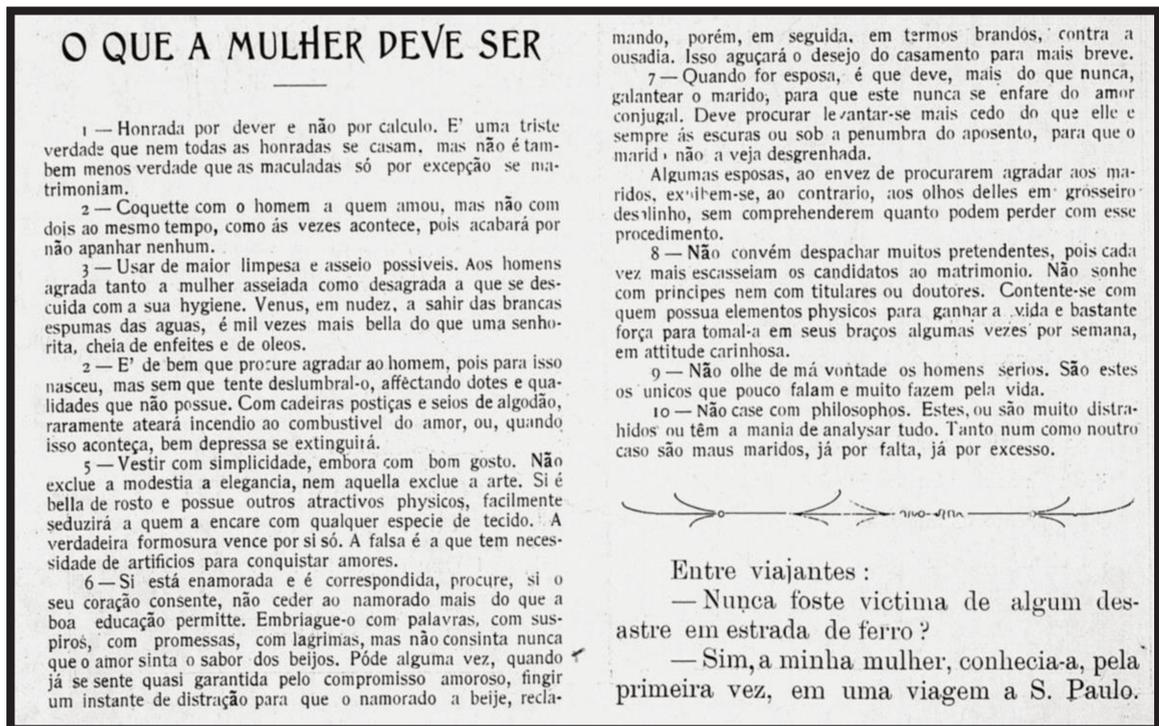


Figura 6: Revista *Jornal das Moças*, *O que a mulher deve ser*, maio/1914, p. 17

Nessa matéria, a revista oferece à jovem leitora dez conselhos que estabelecem o que se esperava do comportamento de uma moça no início do século XX. Embora o recorte histórico que interessa nesta dissertação seja, em um primeiro momento, a década de 1950, ainda assim é interessante observar a que veio a revista *Jornal das Moças* desde o seu início: reforçar o que se esperava de uma mulher “honrada por dever”. Ressalto que os dez conselhos do texto (Figura 6) estão relacionados ao julgamento masculino, já que o comportamento feminino devia estar pautado no exercício de agradar ao homem, conforme os trechos destacados a seguir.

(...) Aos homens agrada tanto a mulher *asseada* como desagrada a que se descuida de sua *hygiene*. (...)

(...) E' de bem que procure agradar o homem, pois para isso nasceu, mas sem que tente *deslubral-o*, *affectando* dotes e qualidades que não *possue* (...)

(...) *Si* está enamorada e é correspondida, procure, *si* o seu coração consente, não ceder ao namorado mais do que a boa educação *permite*. [...] Isso aguçará o desejo do casamento para mais breve (...)

(...) Não convém despachar muitos pretendentes, pois cada vez mais escasseiam os candidatos ao matrimonio. Não sonhe com príncipe nem titulares e doutores. Contente-se com que possua elementos *phisicos* para ganhar a vida e bastante força para *tomal-a* em seus braços algumas vezes por semana, em *attitude* carinhosa.

Também é interessante observar que o público-alvo da revista é a jovem garota, aquela que ainda não se casou, mas que deve estar sempre caminhando para este destino, “pois para isso nasceu”. A revista alerta que é melhor a jovem se contentar com algum rapaz que tenha atributos físicos para trabalhar e para protegê-la, mesmo que não seja o tão sonhado “príncipe encantado”, do que acabar sozinha.

Considerando o posicionamento da revista em relação à figura feminina e como a mim interessa focalizar as publicações do *Jornal das Moças* nos anos 1950, que já contabilizava mais de trinta anos de vendas, descrevo, a seguir, um panorama de sua estrutura, tomando como exemplo a publicação de 05 de janeiro de 1950, que custava três cruzeiros e contava com 70 páginas. Nessa época, a revista apresentava alta popularidade, ficando em “1º lugar na imprensa feminina em 1945 (SP) e 1º lugar entre as revistas femininas semanais durante a década de 50 (SP e RJ)” (BASSANEZI, 2014, p. 24). O exemplar em questão estava organizado da seguinte maneira¹⁸:

1º EXEMPLAR DA JORNAL DAS MOÇAS NA DÉCADA DE 1950		
Seção	Artigo	Conteúdo
(1)	“Fora da Tela”	Essa coluna é devotada ao relato de “bisbilhotices” acerca da vida de artistas de Hollywood
(2)	“Um bom ator não precisa de ‘make-up’ - diz Charles Laughton”	Nessa seção é apresentada uma entrevista com algum artista famoso
(3)	“Troças e Traços”	Seção de piadas
(4)	“Ano Novo, Vida Nova”	Texto que dá início à parte central da revista, já que as seções anteriores são consideradas introdutórias. Observe-se que é aqui que constam informações acerca do equipe editorial da revista: diretor-responsável, Álvaro Menezes e fundador, Agostinho Menezes
(5)	“Conto da Semana”	Histórias de amor
(6)	“Pausa para Meditação”	Nesta seção, elaborada em parceria com a Rádio Mayrink Veiga, relata-se situações-problema dos ouvintes da rádio que são solucionadas pelos colaboradores do programa
(7)	“Manejando Agulhas”	Orientações sobre corte e costura

Tabela 1: Conjunto inicial de seções do primeiro exemplar da revista *Jornal das Moças* na década de 1950

¹⁸ As tabelas apresentadas sobre a estrutura do *Jornal das Moças* a seguir foram adaptadas de minha Monografia de Final de Curso de Letras intitulada “‘Carnet’ das Jovens: o caráter injuntivo do *Jornal das Moças* na construção da identidade feminina nos anos 1950” (CORAZZA, 2014).

Após essas seções, a revista apresenta um suplemento denominado “Jornal da Mulher - Revista Semanal de Figurinos e Bordados”, dirigido por Yara Sylvia. Esse suplemento contém modelos de bordados e figurinos de moda feminina, como “modelos norte americanos, franceses, italianos e brasileiros”. Segundo Bassanezi (1996), ele era o ponto alto da revista, representando em torno de vinte a trinta páginas do total. Após esse suplemento, ainda era possível observar outro conjunto de seções, tal como segue:

1º EXEMPLAR DA <i>JORNAL DAS MOÇAS</i> NA DÉCADA DE 50		
Seção	Nome do artigo	Conteúdo
(8)	“Carnet’ da Jovens”	Conselhos sobre o comportamento da moças
(9)	“Evangelho das Mães”	Conselhos sobre o cuidado com os filhos
(10)	“Mark Taylor”	Histórias em Quadrinhos
(11)	“Vamos preparar os Quitutes”	Receitas e “dicas” culinárias
12)	“Paixões Violentas”	Histórias românticas em formato de fotonovela
(13)	“Radioatividades”	Notícias sobre os artistas de rádio
(14)	“Galeria dos Artistas de Radio”	Também denominada “Galeria dos Artistas da Tela” em algumas edições, esta seção traz uma foto de um artista famoso da rádio ou do cinema, acompanhada de um pequeno texto

Tabela 2: Segundo conjunto de seções do primeiro exemplar da revista *Jornal das Moças* na década de 1950

Quando se considera, nas tabelas apresentadas, a estrutura da revista, nota-se que ela destinava boa parte de suas páginas para a culinária, afazeres domésticos e manutenção do lar. Havia seções específicas para as mães, como “O Evangelho das Mães”, que versava sobre a vocação “natural” da mulher e a seção “Falando às Mães”, liderada pelo Dr. Werther, médico que buscava informar às mulheres sobre os cuidados com os seus filhos.

Em relação ao comportamento feminino, havia seções específicas como “*Carnet* das Jovens”, assinada por Dorothy Dix; “Bom dia, Senhorita”, escrita por Roberto Moura Torres e “Bazar Feminino”, por Glycia Galvão, que pretendiam orientar as moças a terem um comportamento feminino adequado, de modo que pudessem pleitear um matrimônio feliz. Além delas, outras matérias também voltadas para o comportamento feminino podiam ser encontradas distribuídas pela

revista em formatos de matérias, frases curtas, testes, reportagens e pesquisas, textos de ficção e entrevistas. Por ser uma revista de “variedades”, o *Jornal das Moças* ainda apresentava contos, piadas, fotonovelas, poemas.

O *Jornal das Moças* era, portanto, uma revista repleta de conteúdos em diferentes formatos, o que a tornava, conforme aponta Bassanezi (2014, p. 27), semelhante a uma espécie de almanaque, no qual se misturavam “regras sociais, cultura em gotas, pitadas de religião e lugares-comuns; assuntos que vão de insetos raros ou frases românticas até liçõezinhas de moral ou truques domésticos”. Presenças marcantes na revista eram as das “estrelas” de Hollywood – atestando a já mencionada influência norte-americana no Brasil no pós-guerra –, bem como das artistas de rádio brasileiras, que contribuíam para preencher as edições da revista com ídolos daquela geração.

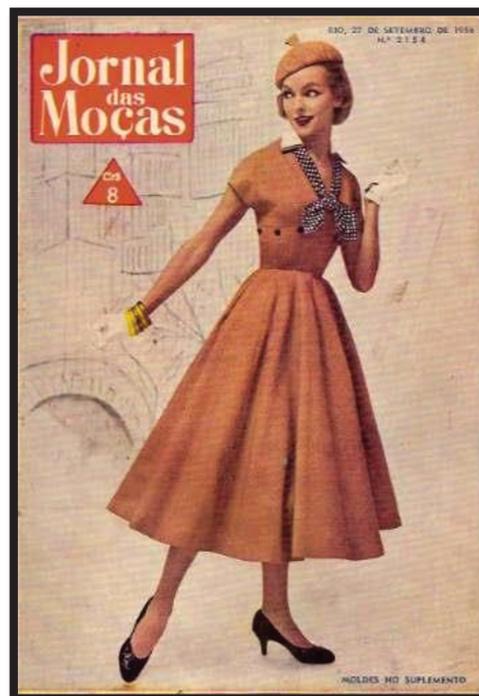


Figura 7: Capa da revista *Jornal das Moças* de setembro de 1956

É digno de nota que, além das seções específicas, que podiam variar um pouco em alguns números da revista, e dos demais gêneros anteriormente elencados, havia sempre, no *Jornal das Moças*, um número expressivo de propagandas que pretendiam vender desde refrigerante até produtos de beleza. Na sua primeira edição da década de 1950, contabilizou-se um total de trinta e uma propagandas, liderando as relacionadas a produtos de beleza e de higiene pessoal.

A estrutura do *Jornal das Moças* aqui descrita é mantida durante a década, com pequenas mudanças de nomenclatura das seções e de alterações em seu projeto gráfico, sobretudo no estilo da capa, mas que continuou apresentando a mulher em destaque. O seu conteúdo começa a apresentar alterações um pouco mais notáveis no final dos anos 1950, porém não alterando o discurso da revista (BASSANEZI, 1996).

A revista *Jornal das Moças* teve, nos “anos dourados”, uma repercussão notável na sociedade. Segundo Bassanezi (2014, p. 35), a publicação se congratulava “por ser a ‘líder das revistas femininas’, ‘100% familiar’, ‘feita para a mulher no lar e na sociedade’, ‘a revista mais útil, instrutiva e indispensável a qualquer lar’”, constituindo-se, assim, em um verdadeiro manual para muitas de suas leitoras. A revista circulou até meados dos anos 1960, permanecendo mais de 50 anos no mercado, com o prestígio de ser a revista de maior referência e tiragem nos anos 1940 e 1950.

2.1.2 Seja diferente. Seja você: a revista *Capricho*

A revista *Capricho*, nos anos 2000, já era considerada uma “cinquentona”. Passando por muitas transformações ao longo de sua história, a revista está há 65 anos em circulação¹⁹, por isso é importante reconhecer e considerar o percurso e a permanência da revista até os anos analisados nesta dissertação.

Nascida nos “anos dourados”, período discutido anteriormente, mais especificamente em 1952, pelas mãos do fundador da Editora Abril, Victor Civita, a revista figura como a primeira publicação feminina da empresa e o seu conteúdo era composto por fotonovelas – histórias românticas narradas por meio de fotos – que causavam furor entre o público feminino mais adulto, em uma época que a televisão ainda era novidade. Além do sucesso de suas fotonovelas, a revista *Capricho* inovou publicando-as integralmente em cada exemplar, garantindo um sucesso ainda maior

¹⁹ No dia 2 de abril de 2015, a revista *Capricho* anunciou o encerramento de seu formato impresso, passando a se apresentar apenas de maneira digital por meio do aplicativo *Capricho Week*. Ela passa, então, a se colocar no mercado como “uma verdadeira revista eletrônica diretamente no celular. Informação e diversão no *device* mais querido pela garota”. A revista também domina as redes sociais *Facebook* (mais de 7 milhões de seguidores), *Instagram* (mais de 3 milhões), *Twitter* (mais de 2 milhões) e *Youtube* (mais de 1 milhão de inscritos no canal). Fonte: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/capricho/plataformas/revista-digital>, acessado em 01/07/2017 por meio do arquivo *Mídia Kit da Marca*. Ressalto que os números relativos às redes sociais foram por mim computados em julho de 2017.

para a revista (SCALZO, 2004). No entanto, ela era proibida em diversos lares, assim como acontecia com outras revistas de fotonovelas do mesmo período, como por exemplo, a *Grande Hotel*, por explorar o veio sentimental, descrevendo paixões arrebatadoras ou trazendo, por vezes, cenas consideradas “picantes” (BASSANEZI, 2014, p. 36). Mesmo assim, a *Capricho* era líder em seu segmento na década de 1950, quando chegou a vender cerca de 500 mil exemplares por quinzena, estampando em suas capas o *slogan* “A maior revista da América do Sul” (SCALZO, 2004, p. 24).

Aos poucos, no entanto, as fotonovelas começaram a perder espaço para a televisão e suas telenovelas e várias revistas femininas com esse perfil deixaram de ser publicadas. Segundo Mira (1997), a *Capricho*, vendo também a sua popularidade decrescer e tentando salvar o seu espaço no mercado, passa por uma transformação radical e, em 1982, deixa de publicar fotonovelas e se apresenta como uma “revista de variedades” para jovens na faixa dos 15 aos 29 anos.

Após muitas tentativas de se desvincular da imagem de revista de fotonovela, que perdurou 30 anos, a *Capricho* investe, em 1985, no *slogan* “Miau! *Capricho* é a revista da *gatinha!*”, termo muito utilizado na época pelos garotos para referir-se às adolescentes.

A campanha publicitária criada por Washington Olivetto, veiculada em todos os meios de comunicação, e envolvendo um gasto de um bilhão de cruzeiros, conseguiu apagar da memória do público a imagem da revista de fotonovelas. Uma nova fórmula editorial vai se consolidando, com ênfase nos artigos de moda e beleza para a menina adolescente e comportamento, com matérias sobre sexo, drogas, relacionamentos. A circulação volta a crescer. Dá média de 80.000 no primeiro trimestre de 1985, e numa progressão contínua, a revista atinge 300.000 exemplares em janeiro de 1987. *Capricho* volta a brilhar, tornando-se a segunda maior revista feminina e a sexta maior revista do país, nesse período (MIRA, 1997, p. 272).

A *Capricho*, portanto, havia nascido novamente, conteúdo novo, público novo, agora de garotas entre 15 e 22 anos. No entanto, em 1989, três anos após o renascimento da revista, a mudança na direção da publicação gera uma instabilidade em relação ao perfil de sua leitora. Segundo Scalzo (2004), houve uma tentativa da revista em apostar nas leitoras mais velhas, publicando matérias sobre sexo e namoro para jovens da classe C, entre 17 e 25 anos. No final da década de

1980, acrescenta a autora, competindo com outras revistas do ramo, a *Capricho* decide delinear o seu perfil de leitora e, definitivamente, apostar exclusivamente no público feminino adolescente, da faixa etária de 12 a 18 anos, de classe A ou B. Essa definição de público fez também com que a *Capricho* se diferenciasse das outras revistas do ramo, por tratar dos assuntos de forma mais leve e discreta.

Na década de 1990, a revista passa a ouvir mais o seu público leitor e abandona o *slogan* “Revista da *gatinha*”. Em 1996, a revista passa a ser quinzenal e as modelos que figuravam nas capas são substituídas pelos ídolos das adolescentes.



Figura 8: Capa da revista *Capricho* de março de 2000

Nos anos 2000, período focalizado na pesquisa aqui descrita, a revista *Capricho* mantém a sua popularidade entre o público adolescente feminino. Ela havia passado, como já dito, por várias mudanças, que incluíam, desde questões referentes ao seu projeto gráfico, até o fato de ela ter passado a apresentar parte do seu conteúdo no meio digital²⁰. Neste período, a maioria do público da revista era de

²⁰ A revista possui o site *Capricho* (<<http://capricho.abril.com.br/>>) com conteúdos diários similares ao da versão impressa e também uma área de acesso exclusiva para os assinantes da revista.

garotas de 15 a 19 anos pertencentes às classes B (57%) e C (23%).²¹ A revista iniciou a década custando R\$ 3,50 e em 2010 seu custo girava em torno de R\$ 4,95. Em média, suas edições tinham 100 páginas.

A revista *Capricho*, nesse período, é dividida em seções. Na primeira metade da década, a revista apresenta em torno de 25 seções nomeadas de acordo com sua temática, como, por exemplo, “Assunto de amiga”; “Certo/Errado”; “Estilo”; “Sexo”; “Colírio”; “Papo-Cueca”, entre outras. A partir da segunda metade dos anos 2000, a *Capricho* sofre uma nova transformação em seu perfil e em seu projeto gráfico. Também há a alteração no número de seções da revista, que gira em torno de 30, nomeadas por suas temáticas, mas que apresentam o diferencial de estarem agrupadas em sete grandes seções: “Gente”; “Moda”; “Beleza”; “Vida Real”; “Corpo”; “Diversão” e “Comportamento”. Cada uma dessas seções apresentava temas concernentes a ela.

Nesse mesmo contexto, a revista volta a apostar, depois de 20 anos, em um subtítulo para a revista e adota o *slogan* “Seja diferente. Seja você”.

Seja diferente. Seja você. Vinte anos depois, a adolescente brasileira mudou bastante. Graças às *gatinhas*, ela conquistou mais liberdade em casa, é mais resolvida, mais tranquila com os pais. A busca dela, a sua busca, não é por mais espaço, mas por mais atitude. E só dá para ter atitude quem tem seus próprios valores. Quem tem idéias próprias, e não emprestadas, para expressar. Quem olha o mundo sem preconceito olha de um jeito novo, único e individual.

Capricho, **Pulo para 2005**, abril/2005, p. 88

A nova proposta da revista é, à primeira vista, bastante interessante por encorajar as adolescentes a considerarem suas próprias maneiras de olhar e conceber o seu entorno. No entanto, por meio de uma leitura mais atenta, é possível verificar que a busca por essa autenticidade está em muito relacionada ao consumo de diversos produtos que a revista veicula, com destaque para os “Produtos CH” (produtos da marca *Capricho*)²². A revista incentiva que a garota tenha ideias

²¹ Informações retiradas de <<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/perfil-dos-leitores>>. Acesso em: 21 jun. 2015.

²² A *Capricho* foi a revista pioneira em estender a sua marca a produtos não editoriais no mercado. Cadernos, agendas, perfumes, lingerie fazem parte dos *Produtos CH*. Atualmente, a *Capricho* é a que mais possui produtos licenciados na Editora Abril, cerca de 500 itens, todos selecionados pela

próprias, estilo próprio, autoridade sobre si mesma, no entanto, disponibiliza “tudo” o que ela necessita saber (e consumir) para efetuar as suas próprias escolhas, incluindo o consumo de produtos e serviços (FREIRE FILHO, 2007). A ênfase na autenticidade presente no discurso da revista *Capricho* no período, significa muito mais ter uma determinada “atitude” no momento de escolher o que consome como reflexo de seu modo de expressão pessoal do que uma liberdade ao construir a sua própria identidade.

A revista *Capricho* segue com esse perfil até a sua última versão impressa em 2015²³, já não sob o mesmo *slogan*, mas sem apresentar grandes mudanças, a não ser pelo aumento das possibilidades digitais.

Após a apresentação das duas revistas femininas focalizadas neste estudo, discorro, a seguir, acerca do gênero discursivo conselho presente em diferentes textos das revistas, com o intuito de fornecer subsídios para a análise do *corpus* em questão.

2.1.3. O gênero discursivo conselho nas revistas femininas

Entendendo a linguagem como uma prática social, conforme postula Fairclough (1989 *apud* ROSA, 2008), o mundo se constitui por meio do discurso, organizado e materializado nos gêneros discursivos. Nesse sentido, o discurso assume uma forma de ação, de representação e de constituição social desse mundo, refletindo na construção de identidades e relações, bem como em seu sistema de conhecimentos e crenças (ROSA, 2003).

Para Bakhtin (2003), os gêneros discursivos são tipos de enunciados relativamente estáveis, atravessados por um tema, uma construção composicional e um estilo e devem ser vistos a partir de seu processo de produção, isto é, a partir da maneira como eles se constituem. Seu ponto de partida, como aponta Fiorin (2016, p.76), é o vínculo intrínseco entre a utilização da linguagem e as atividades humanas, já que os gêneros discursivos apenas ganham sentido quando dentro de uma esfera de ação, pois servem como meios de ver e de compreender a realidade.

própria redação da revista. É a maior marca feminina *teen* do Brasil, há 18 anos no mercado. Fonte: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/licensing>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

²³ Acerca do fim da versão impressa da revista *Capricho*, vide nota de rodapé nº 19.

Portanto, se toda atividade humana se dá pelo processo de interação verbal, então ela é marcada pelo uso de gêneros do discurso.

Esses gêneros, de infinitas possibilidades, estão “agrupados”, segundo Marcuschi (2002 *apud* KÖCHE; MARINELLO, 2015), em “tipos textuais” (ou “sequências textuais”) que possibilitam a sua organização. As tipologias textuais utilizadas na construção dos gêneros são a narrativa, a descritiva, a expositiva, a argumentativa e a injuntiva, que se organizam de acordo com a natureza linguística de sua composição (tempos verbais, estilo, aspectos lexicais e sintáticos que constituem o texto). Por sua constituição heterogênea, um gênero discursivo pode apresentar uma ou mais sequências textuais, desde que alguma seja predominante (ROSA, 2003). O conselho, gênero discursivo focalizado nesta dissertação, constitui-se predominantemente de sequências injuntivas.

Rosa (2008) define o conselho como um tipo de enunciado que tem por base aconselhar, mas que também se configura por influenciar as condutas do aconselhado, já que o indivíduo pede um conselho a respeito de um “problema”, normalmente de teor particular, e solicita a seu interlocutor a indicação de como agir para resolvê-lo. Daí o predomínio da tipologia textual injuntiva na composição do conselho, já que ela se caracteriza por direcionar as práticas sociais de um indivíduo para uma direção específica, através da execução de uma atividade ou do estabelecimento de normas que regulem o seu comportamento. Verbos no imperativo, oração com verbos modais e no futuro do presente, períodos simples e curtos e o uso do pronome “você”, são alguns dos mecanismos linguísticos que podem ser utilizados, de forma implícita ou explícita, nos textos injuntivos (KÖCHE *et al.*, 2009).

Em diversas situações informais do cotidiano, o conselho está presente e geralmente é usado por interlocutores que compartilham de alguma intimidade. Nesse processo de interlocução, há uma leve assimetria, pois quem pede um conselho a alguém julga que essa pessoa sabe mais sobre o assunto, ofertando um papel de destaque ao conselheiro. Em se tratando de um discurso íntimo, o aconselhado confia na sensibilidade, boa vontade e compreensão responsiva de seu interlocutor (ROSA, 2008). Segundo essa mesma autora, há casos também em que o conselho é dado sem ter sido solicitado. Geralmente esse tipo de atitude não é vista como muito aceitável, daí a expressão popular “se conselho fosse bom, a gente

não dava, vendia”. Tal expressão é frequentemente utilizada, ou como uma forma de encerrar uma interação incômoda, ou como forma de se desculpar por oferecer um conselho não solicitado.

Nesse sentido, o conselho na mídia impressa assume uma nova função sociodiscursiva, pois a relação entre conselheiro e aconselhado já não é mais de intimidade e o conselho, de fato, não é “dado” ou “pedido”, mas sempre “vendido”. Rosa (2006) ressalta que o indivíduo que ocupa a posição de conselheiro – a revista feminina, nesse caso – predetermina o tema e o conteúdo do conselho veiculado, decidindo assim quais são as necessidades de sua aconselhada. A relação aí estabelecida se baseia, portanto, em um alto grau de assimetria, pois o conselheiro (a revista), figura de autoridade e de credibilidade, não abre espaço para o interlocutor (a leitora) e constrói, por meio de um discurso ideológico e autoritário, modelos de condutas sociais com vistas a determinar o comportamento do seu público-alvo.

É importante esclarecer a relação de intertextualidade que o conselho assume na mídia, mais especificamente na revista feminina, já que geralmente ele não atua “sozinho”, mas é assimilado, incorporado a outros gêneros discursivos ali presentes. Essa incorporação se dá de forma eventual em suas matérias²⁴, não apresentado uma estrutura fixa, podendo estar mais ou menos presente na constituição discursiva de cada uma delas. É de meu interesse, conforme já dito, verificar, de forma contrastiva, o modo como o aconselhamento está estruturado nas duas revistas selecionadas para compor o *corpus*, isto é, quais os mecanismos linguísticos utilizados em se tratando de momentos históricos tão distintos.

Considerando, segundo Fairclough (1989 *apud* ROSA, 2008), que os meios de comunicação de massa são espaços privilegiados de exercícios de poder, os posicionamentos “conselheiro” e “aconselhado” são, portanto, uma das formas de exercício desse poder²⁵. Nas palavras de Rosa,

é importante dizer que o aconselhamento, enquanto ação sociodiscursiva presente nessa diversidade de gêneros, contribui não só para a construção das relações sociais nas RFs (revistas femininas), mas também para a formação da opinião pública, na medida em que “conselheiros sociais” constroem discursivamente versões sobre como as pessoas devem pensar e agir. Logo, não

²⁴ Assim como Rosa (2008, p. 89), entendo por “matéria” qualquer texto de cunho jornalístico.

²⁵ A esse respeito, ver também Heberle, 2004.

deve causar espanto o fato de que o ato de aconselhar, enquanto elo que relaciona intertextualmente uma gama de gêneros, esteja em evidência no domínio discursivo da mídia (ROSA, 2008, p. 89).

Assim, verifica-se que o conselho vem ganhando cada vez mais espaço na mídia impressa destinada às mulheres, apresentando um grande potencial para reforçar as relações de hierarquia entre quem tem autoridade e credibilidade para aconselhar e aqueles que supostamente “precisam” ser aconselhados. Rosa (2008) aponta que o efeito do poder da mídia está na repetição de suas “fórmulas”, em que os conselhos, repetidos ou reelaborados a cada edição da revista, constroem discursivamente representações sobre como as mulheres devem pensar e agir. E seria justamente o constante reasseveramento de uma relação entre conselheiro (produtor) e aconselhada (consumidora) que contribui para a manutenção das vendas de seus exemplares, pois cria um vínculo de dependência entre a revista e a leitora. Esse vínculo ficou evidente quando buscava, nas minhas redes sociais, encontrar mulheres que pudessem disponibilizar edições da *Capricho* dos anos 2000, já que várias das mulheres com quem entrei em contato afirmaram que haviam mantido os seus exemplares da revista lidos por considerá-los uma fonte constante de consulta na adolescência, tendo acabado por guardá-las como uma recordação dessa fase de suas vidas.

Cabe notar, ainda, que o período da adolescência é fortemente marcado pela ideia de consumo, pois para chegar o mais perto possível do modelo de jovem desejável, as revistas pressupõem não somente o “consumo” de seus conselhos, mas também de diferentes produtos que prometem orientar o caminho para alcançar essa identidade almejada.

Para melhor compreendermos de quem e para quem “falam” as revistas femininas selecionadas para a pesquisa em pauta, discorro, a seguir, sobre diferente formas de compreensão do construto adolescência/juventude.

2.2 O devir-mulher: a adolescência, a juventude, a mocidade

A palavra ‘adolescência’ tem uma dupla origem etimológica e caracteriza muito bem as peculiaridades desta etapa da vida. Ela vem do latim ad (a, para) e olescer (crescer), significando a condição ou processo de crescimento, em resumo o indivíduo apto a crescer. Adolescência também deriva de adolescer, origem da palavra adoecer. Adolescente, do latim adolescere, significa adoecer,

enfermar. Temos assim, nessa dupla origem etimológica, um elemento para pensar esta etapa da vida: aptidão para crescer (não apenas no sentido físico, mas também psíquico) e para adoecer (em termos de sofrimento emocional, com as transformações biológicas e mentais que operam nesta faixa da vida).²⁶

Definir o que significa “ser jovem” no mundo ocidental é um desafio, já que esse conceito se modifica de acordo com a organização cultural de determinado grupo social em um dado momento histórico. As representações de adolescência evocam, no entanto, na grande maioria das vezes, desafio, problema, delinquência ou confusão, imagens já instaladas no imaginário social. Em linhas gerais, a juventude é quase sempre apresentada como uma “fase crítica” a ser superada o quanto antes.

Para César (2008, pg. 47), as definições sobre essa fase do desenvolvimento frequentemente estão assentadas em uma “ideia de ‘negação’”, já que os adolescentes são vistos como sujeitos que não são nem criança e nem adultos, configurando a imagem da adolescência como a “idade do retalho”: “trata-se de indivíduos grandes demais para serem ‘descartados’, e pequenos demais para serem ‘aproveitados’”. É no meio termo entre a dissolução da infância e o vislumbre do futuro da vida adulta que as gerações parecem reconhecer e vivenciar experiências semelhantes. Por meio dessa união geracional, as revistas femininas conseguem criar “grupos de identificação” em diferentes faixas etárias, principalmente nas revistas voltadas para as adolescentes. Evidência dessa identificação é o fato de que, com frequência, essas jovens se orgulham de carregá-las para todos os lugares que frequentam.

Além da dificuldade em consolidar o conceito “adolescência”, César (2008) ressalta que os teóricos também vêm empreendendo esforços na tentativa de delimitar, cronologicamente, esse período, uma tarefa igualmente difícil. Salvo para os efeitos da lei, que determinam que são jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos e adolescentes entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos, são várias as cronologias apresentadas na literatura especializada:

²⁶ Citação retirada da introdução de “A invenção da ‘adolescência’ no discurso psicopedagógico”, de Maria Rita de Assis César. (OUTERAL, J. O.: (1994) *ADOLESCER - Estudos sobre adolescência*. Artes Médicas, Porto Alegre, p.6.) A autora se refere ao Dicionário etimológico da língua portuguesa, de Antônio Geraldo da Cunha, para estabelecer um paralelo entre adolescência e adoecimento.

Dada a impossibilidade de estabelecer uma cronologia exata para a “adolescência”, os especialistas criaram subterfúgios metodológicos para melhor compreendê-la, dividindo-a em sub-etapas: a “pré-puberdade” seria a fase vigente dos doze aos catorze anos, a “puberdade” ocorreria dos catorze aos dezesseis, e a “nubilidade” apareceria dos dezesseis aos vinte anos. Muitos especialistas concordaram com essa delimitação, acrescentando que o final da “adolescência” ocorreria quando o indivíduo cessasse de crescer, já que o próprio vocábulo significava ‘crescer’, em latim. Outros teóricos ainda apresentaram um modelo um pouco mais extenso, onde a “adolescência” abarcaria as idades entre doze e vinte anos, com a “puberdade” marcando o início da fase e a “virilidade” determinando o seu final. Uma outra forma de divisão apresentava a “adolescência”, a “mocidade” e a “idade adulta”, sendo a “puberdade” o marco da eclosão dos instintos sexuais que determinariam o início do período da “adolescência.” (CÉSAR, 2008, p. 50).

Ao longo do século XX, a adolescência foi vista como um problema, um período de transitoriedade muito ligado ao divertimento e ao consumo. A partir dos anos 1950, os meios de comunicação de massa auxiliaram decisivamente na expansão e na homogeneização da ideia científica de adolescência, principalmente por meio da veiculação dos ícones juvenis no cinema e da música. A antiga figura do adolescente passou a ser também compreendida segundo a imagem do rebelde sem causa, da “juventude transviada”. É digno de nota, no entanto, que essa “rebeldia sem causa” se referia a uma minoria predominantemente masculina. Em sua grande maioria,

os jovens, particularmente os de classe média, viviam em uma cultura que, em geral, aprovava a sua vitalidade, tolerava pequena excentricidades, como comportamentos “próprios da idade”, e acreditava com otimismo que, se protegidos, disciplinados e educados corretamente seriam “o futuro promissor da nação”. Para garantir tal previsão, as instituições investiam na divulgação de valores como o respeito aos mais velhos, o amor aos estudos, além da relevância de, no futuro, se “construir um lar” por meio do matrimônio [...] Na medida do possível, comportamentos desviantes eram reprimidos (BASSANEZI, 2012, p. 484).

À parte disso, a juventude nos anos 1950 ganhava um destaque social nunca antes visto; os jovens passaram a dominar os espaços sociais.

Nas décadas seguintes, isto é, durante os anos 1960 e 1970, o cenário, se modificou, uma vez que os movimentos políticos e sociais da época deram “causas” à imagem de “rebeldia inócua” apresentada pela juventude durante os “anos dourados”. A grande bandeira levantada pelos jovens de então passou a ser,

segundo César (2008), a da “liberação sexual”, já que advogava-se o direito de vivenciar uma sexualidade “‘diferente’ daquela pautada pelos ideais que haviam orientado a sexualidade monogâmica, heterossexual e reprodutiva” (CESAR, 2008, p. 11). Tem-se, então, que, ao se considerar o fator “explosão hormonal” nas representações sobre a juventude, ainda de acordo com essa mesma autora, o adolescente passa a ser visto como sujeito potencial e preferencial da sexualidade²⁷.

Na condução da pesquisa realizada para esta dissertação, considerou-se, assim como apregoa César (2008), que a adolescência é uma construção social, refutando a ideia de que, a esse período, sejam inerentes características como rebeldia, inconstância, delinquência, inconsequência, isto é, que sejam naturalizados determinados problemas e supostas crises de identidade. A adolescência, como um fenômeno social, é uma instância que apresenta características próprias, mas não “naturais”. Essas características envolvem, sobretudo, a mídia, espaço em que os próprios adolescentes, por meio de práticas discursivas, se “colocam” e são “colocados” no mundo.

Beauvoir (2016) em seu capítulo dedicado à figura da jovem, aponta que essa quase sempre trilha seu caminho em direção à idade adulta à espera do Homem, aquele que deteria as chaves de sua felicidade. A busca pelo príncipe encantado, por um marido ou por um protetor, torna-se, nesse período, o seu grande empreendimento.

Enquanto busca exibir a passividade e docilidade tão requeridas para o matrimônio, a jovem tende a repelir qualquer comportamento pouco “feminino”, ao passo que o rapaz, no caminho em direção à idade adulta, se envolve, na maior parte das vezes, com o aprendizado da violência, da agressividade, e com o desenvolvimento do gosto pelo desafio e pelo poder. Tanto o *Jornal das Moças* quanto a *Capricho* têm, como a grande pauta de suas publicações, a figura do homem, do rapaz, do garoto - o Outro - em que a jovem irá se espelhar, seja em sua perseguição ao matrimônio, seja para uma efêmera conquista amorosa. É através dele que a jovem se tornará mulher.

Nesse sentido, foi possível compreender que, no *Jornal das Moças*, a adolescente é aquela que ainda não se casou, porém já teve a sua primeira

²⁷ Essa representação, que continua vigorando nas atuais interpretações acerca da adolescência, encontra ressonância, como veremos no capítulo 4 deste trabalho, nas edições da revista *Capricho* nos anos 2000, que associa claramente esse período à exacerbação da sexualidade.

menstruação e que, através dos ensinamentos da mãe, encontra-se em fase de preparativos para o matrimônio, acumulando aprendizados sobre o lar e sobre os homens, para, o quanto antes, encontrar o seu príncipe encantado. Nesse caso, a faixa etária da jovem pode chegar, em média, até os 25 anos.

Na *Capricho*, a adolescente é aquela jovem mulher que está experienciando a sua sexualidade por meio de suas conquistas amorosas. A adolescente não parece estar preocupada com o casamento ou com o namoro, mas com o resultado de seus esforços para atrair um garoto. Importa destacar que, na *Capricho*, essa fase da vida também está relacionada com o movimento de sair da casa dos pais, ou responsáveis, para viver uma vida independente. Dos anos 2000 para cá, é possível observar, no entanto, que os jovens têm se estabelecido por mais tempo na casa dos pais, por diferentes motivos, o que tem feito surgir a questão da “adolescência prolongada” e tem dificultado o estabelecimento da compreensão de quando, de fato, finda esse período.

Embora o conceito “adolescência” seja, na própria literatura especializada, alvo de debates, dada toda uma gama de variáveis que precisam ser consideradas, tanto no que diz respeito ao tempo histórico, quanto ao espaço sociocultural, ainda assim parece haver um denominador comum quando se tenta caracterizar essa fase da vida. Para a garota, essa seria a fase na vida que precederia o relacionamento sério, o casamento ou a constituição da família, o que faria dela, por fim, uma pessoa adulta.

Nesse sentido, as revistas femininas voltadas ao público adolescente desempenham um papel relevante no que diz respeito ao comportamento feminino, já que elas servem para reforçar um modelo ideal de mulher jovem, naturalizando esses comportamentos que, na maioria das vezes, sujeitam a mulher ao agrado e crivo dos homens. Assim sendo, toda e qualquer tentativa de definição da adolescência também passará pela categoria gênero, isto é, pela distinção entre a adolescência feminina e masculina. Além disso, embora haja uma identificação geracional, há que também se levar em conta que questões étnico-raciais e de classe social têm que ser consideradas quando refletimos sobre a adolescência.

2.3 Os Papéis de Gênero

Nesta seção final do capítulo, discorro sobre a noção de representação e identidade de gênero com o objetivo de refletir acerca da produção de discursos que retratam a mulher e quais papéis estão supostamente reservados a ela e são (re) produzidos pela mídia impressa feminina. Discuto também o modo como a linguagem performatiza a construção dessa imagem da jovem adolescente em revistas.

2.3.1 As noções de representação e de identidade

A noção de representação, à luz do que afirma Stuart Hall (1997), é um processo discursivo que, sendo determinado pelo contexto cultural e sócio-historicamente construído, refere-se à forma como a linguagem é utilizada para construir sentidos para o que nos cerca no mundo.

Apoiado em Foucault, Hall (1997) propõe três enfoques sobre o conceito de representação: o reflexivo, o intencional e o construtivista. O enfoque reflexivo refere-se ao verdadeiro sentido do objeto, da pessoa ou do evento, ou seja, a linguagem apenas reflete aquilo que é existente no mundo. O enfoque intencional entende a linguagem como uma manifestação do autor, como maneira de expressão de intenções individuais. E o enfoque construtivista, a qual Hall se subscreve, reconhece que o sentido não repousa nem na “coisa” em si e nem no sentido atribuído por seu falante, mas é construído socialmente pela linguagem através de sistemas representacionais. Neste caso, o autor cita dois desses sistemas - o sistema mental e a linguagem.

O sistema mental diz respeito à construção de sentido: pessoas de uma mesma cultura interpretam o mundo de maneira semelhante e compartilham esses sentidos a fim de construírem um posicionamento social. Esse sistema de representação compartilhado necessita, no entanto, ser traduzido para uma linguagem comum, composta de signos. Os signos, por sua vez, são sempre arbitrários e só podem ter sentido se possuírem códigos que traduzam os conceitos para essa linguagem. Hall (1997, p. 61) considera,

a premissa de que as coisas – objetos, pessoas, eventos do mundo – não têm em si qualquer significado estabelecido, final ou verdadeiro. Somos nós – na sociedade, nas culturas humanas – que fazemos as coisas significarem, que significamos.

Portanto, para Hall (1997) e outros teóricos que se debruçaram sobre o tema, as representações são processos discursivos situados historicamente e socialmente construídos. Importa ressaltar que, tratando-se de um sistema de significação, “incorpora todas as características de indeterminação, ambiguidade e instabilidade atribuídas à linguagem” (SILVA, 2000, p. 91). Nesse sentido, é fundamental evidenciar que, embora as representações possam ser compartilhadas em um contexto cultural por determinado grupo, isso não significa que elas se encerrem como uma interpretação única e fixa acerca da realidade. Justamente por tratar-se de um sistema de atribuição de sentido, linguístico e cultural, há diversas maneiras de olhar para esta realidade e significar o que está ao redor. Esses processos de significação e os sistemas simbólicos que posicionam o indivíduo estão estreitamente ligados a relações de poder e é, nessa relação, que as noções de representação se ligam à identidade.

É, portanto, através desses significados produzidos pelas representações que as identidades, individuais e coletivas, ganham sentido e passam a existir. Esses sistemas simbólicos, segundo Woodward (2000, p. 18), buscam fornecer possíveis respostas às questões: “Quem eu sou?”, “O que eu poderia ser?”, “Quem eu quero ser?”, construindo lugares, por meio desses sistemas de representação, dos quais o indivíduo pode se posicionar e se comunicar. A produção desses significados, no entanto, envolve relações de poder, pois “quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade” (SILVA, 2000, p. 91).

Nesse viés, o conceito de identidade tem sido amplamente discutido e criticado dentro da teoria social, já que é um conceito, segundo afirma Hall (2011, p. 8), “demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser definitivamente posto à prova”. Nos últimos anos, observa-se uma “desconstrução das perspectivas identitárias” em diferentes áreas disciplinares que caminham para negação de uma identidade unificada, sólida e permanente (HALL, 2000).

Em uma abordagem pós-moderna, a identidade tem sido vista muito mais como um processo de “identificação” ou, nas palavras de Bauman (2005), como

“algo a ser inventado e não descoberto”. Assim, Hall (2000, p. 103) aponta que “as perspectivas que teorizam o pós-modernismo têm celebrado, por sua vez, a existência de um ‘eu’ inevitavelmente performativo”, o que trouxe uma nova discussão acerca da identidade para o campo dos estudos culturais. Para Bauman (2005, p.17), o que era tido como estável na modernidade, na “pós-modernidade”, ou na era “líquido-moderna”, torna-se deslocado e moldável. Um exemplo disso são os recortes temporais escolhidos para esta dissertação, em que os anos 1950 representam uma década de modelos rígidos de comportamento, enquanto os anos 2000 fornecem modelos mais flexíveis de comportamento, pois os momentos históricos vão sendo questionados e modificados pelas décadas seguintes.

Nesse viés, a identidade de gênero, um dos aspectos da identidade, também é representada socialmente/coletivamente pela maneira como se imagina “ser homem” ou “ser mulher” na sociedade, comportamentos e papéis esperados de um indivíduo, dado o seu sexo biológico. Assim, o indivíduo se identifica e assimila papéis sociais que são construídos “fora” de sua identidade individual, mas representadas como se fossem aspirações, crenças individuais ou naturais. Bueno (2006) ressalta que há uma relação ambivalente com a identidade coletiva, sobretudo para as mulheres, que estão inseridas numa sociedade de visão e valores androcêntricos e, muitas vezes, acabam por assimilar valores e a adotar comportamentos estereotipados, mas não porque seriam “aquilo” de fato, mas porque há o peso da tradição, da cultura, da educação e da mídia nas representações sociais.

É por meio da força da representação que as revistas femininas, através do discurso, se tornam um veículo de posicionamento para as adolescentes, pois possuem o poder de representar e definir o que é ser uma jovem “normal” em determinado momento histórico, fixando, portanto, “a” identidade feminina. É importante aqui atentar para o que afirma Silva:

Normalizar significa eleger – arbitrariamente – uma identidade específica como parâmetro em relação ao qual as outras identidades são avaliadas e hierarquizadas. Normalizar significa atribuir a essa identidade todas as características positivas possíveis, em relação às quais as outras identidades só podem ser avaliadas de forma negativa. A identidade normal é “natural”, desejável, única. A força da identidade normal é tal que ela nem sequer é vista como uma identidade, mas simplesmente como a identidade (SILVA, 2000, p.83).

Nesse viés, fixar uma identidade é elegê-la como dominante dentro de um contexto sócio-histórico e cultural que pretende torná-la única e desejada por todos. É nesse sentido que analiso as duas revistas femininas a fim de verificar “como” e “quais” identidades femininas foram produzidas e veiculadas para as adolescentes. Ressalto que considero, neste texto, a identidade, não apenas de forma descritiva, mas performática, já que a ênfase está na ideia de movimento e transformação, de “tornar-se” algo (SILVA, 2000, 92).

Woodward (2000) destaca que a mídia terá um papel importante na fixação dessa identidade, pois é ela que irá dizer como devemos ocupar uma posição-sujeito-particular no mundo. Se por um lado, conforme aponta Ghilardi-Lucena (2003, p.161), a mídia tem colaborado para difundir e alimentar as conquistas femininas, por outro, ela também “cristaliza características do passado, reforçando-as, às vezes apenas revestindo-as com um ‘ar da modernidade’”. A mídia tem, portanto, um papel decisivo nas representações de feminilidades, já que materializa os discursos sociais, tornando-se uma formadora de opinião que pode legitimar as ações de seu público-alvo, produzindo identidades.

O processo de identificação, afirmado sempre pela diferença, está ligado à linguagem, já que é através do seu uso que se dá a produção da identidade. É importante compreender, portanto, a língua como um produto da performance e não anterior a ela. Pennycook (2006) afirma que a discussão sobre performatividade possibilita maneiras de repensar a linguagem e a identidade, enfatizando o poder da linguagem na construção da identidade.

Hall (2000, p. 105) propõe, em uma de suas respostas à pergunta que nomeia o seu artigo – “Quem precisa de identidade?” –, a questão da agência, entendida aqui como uma teoria da prática discursiva ou a capacidade de ação do sujeito, já que é na “tentativa de rearticular a relação entre sujeitos e práticas discursivas que a questão da identidade, ou melhor, a questão da identificação (...) volta a aparecer”. Ao tratar da linguagem, bem como de seus marcadores para a construção de uma identidade social, é necessário considerar as comunidades de prática daquele sujeito, para que não haja uma abstração excessiva do contexto de produção (ECKERT; McCONEL-GINET, 2010). Nesse sentido, Hall (2011, p. 109) afirma que

é precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas. Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente, constituída, de uma “identidade” em seu significado tradicional – isto é, uma mesmidade que tudo inclui, uma identidade sem costuras, inteiriça, sem diferenciação interna.

Portanto, essa “celebração móvel” que é a identidade na modernidade tardia, onde é transformada continuamente, possibilita ao sujeito assumir “identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (HALL, 2011, p. 13), elimina qualquer possibilidade de uma “confortadora ‘narrativa do eu’”, tornando essa concepção perturbadora e desconfortável. Bauman (2005, p. 19) afirma que, na modernidade líquida, acumulamos diferentes identidades e que o fato de estarmos sempre deslocados faz com que não estejamos em lugar algum e que as identidades estejam flutuando no ar, “algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constantemente para defender as primeiras em relação às últimas”.

No entanto, diante de um cenário de fragmentação, deslocamentos e descontinuidades, a questão da identidade está relacionada a transformações sociais, políticas, culturais que nos constroem como sujeitos multiculturais. Um dos marcadores fundamentais para a produção de identidade social, conforme já mencionado, é a questão do gênero – as identidades de gênero que constituem corpos. A seguir, discorro acerca da performatividade da linguagem e do gênero.

2.3.2 A performatividade da linguagem e do gênero

Em sua obra seminal, Austin (1962), precursor nos estudos da linguagem como ação, propõe a distinção entre dois tipos de enunciados: os constatativos e os performativos. Os enunciados constatativos são aqueles que descrevem ou relatam alguma coisa, podendo ser julgados segundo seu caráter verdadeiro ou falso. Os enunciados performativos, no entanto, são aqueles que não descrevem ou relatam

algo, por isso não são julgados, mas realizam uma ação e não apenas uma declaração, isto é, “casos e sentidos em que dizer algo é fazer algo; ou em que por dizermos, ou ao dizermos algo estamos fazendo algo” (1962, p. 29). Para que uma proposição seja considerada performativa, a sua enunciação é essencial para o resultado do que anuncia. São exemplos típicos de proposições performativas: “Eu vos declaro marido e mulher”, “Prometo que te pagarei no fim do mês”, “Declaro inaugurado este monumento”. (SILVA, 2000, p. 93).

Porém, a partir da distinção do ato performativo explícito e implícito, Austin (1962) verifica que, em alguma medida, muitos enunciados descritivos também funcionam como performativos. Dessa forma, pensar a linguagem além de um sistema, considerando, portanto, a sua performance, implica na reflexão acerca da identidade, já que a linguagem torna-se um produto da performance e, conseqüentemente, admite-se a ideia de que “as identidades são performadas e não pré-formadas” (PENNYCOOK, 2006, p.80). Silva (2000, p. 94) afirma que,

no contexto de produção de identidade, a ocorrência de uma única sentença desse tipo não teria nenhum efeito importante. É de sua repetição e, sobretudo, da *possibilidade* de sua repetição, que vem a força que um ato linguístico desse tipo tem no processo de produção de identidade.

Assim, a linguagem, não se limitando a uma descrição do mundo, mas a uma ação sobre ele, fazendo com que algo se realize, acaba por construir os sujeitos e mundos pronunciados. Nesse viés, Pennycook (2006, p. 80) define a performatividade, seguindo Butler, “como o modo pelo qual desempenhamos atos de identidades como uma série contínua de *performances* sociais e culturais em vez de expressão de uma identidade anterior”. A ideia da incessante repetição para a construção e “estabelecimento” de um signo, faz com este possa ser reconhecido como tal e, unido ao seu caráter performativo, participa do processo de produção de identidade.

Partindo dessa mesma teorização sobre linguagem e performatividade, Judith Butler (1999) faz uma releitura da noção de performance e aplica aos conceitos de gênero e sexualidade, passando a vê-los como atos performativos em constante modificação, que podem ser contestados, interrompidos e rearranjados a qualquer momento, produzindo assim, novas identidades. No sentido de repensar as

identidades de gênero e suas relações, Butler (1999) aponta para a ideia de subversão do gênero, isto é, desconstruir a obrigatoriedade da relação objetiva entre sexo, gênero e desejo através das palavras.

Essa relação objetiva, conforme considera Butler (2003), está assentada na suposta coerência entre sexo biológico, identidade de gênero e a manifestação do desejo sexual. A mulher, portanto, considerada biologicamente como fêmea, deve apresentar características ligadas ao universo feminino – comportamentos adequados para “ser uma mulher” - e se interessar sexualmente por homens. O gênero, portanto, seria uma resposta compulsória ao sexo biológico e asseguraria a estrutura binária do sexo, resultando na construção de identidades “legítimas”, pois mantém relações de coerência e continuidade entre essas três categorias em nossa sociedade.

Butler (2003), no entanto, problematiza e subverte essa ordem compulsória, considerando que o gênero não deve ser entendido como uma resposta imediata ao sexo, ou seja, ser mulher não é necessariamente o que está construído sobre o seu corpo, isto significa dizer que as feminilidades e masculinidades não estão estritamente ligadas às características sexuais específicas, mas, sim, ao modo como elas se apresentam socialmente, e são apresentadas, em determinado momento sócio-histórico (LOURO, 1997). Assim, o conceito de gênero tem por objetivo olhar o que foi socialmente construído sobre os sexos – produção do feminino e do masculino – como um processo que ocorre ao longo da vida e que faz com que haja diferentes formas de ser mulher e de ser homem na história, articuladas com a relação de classe, faixa etária, etnia, religião, etc. Esse novo olhar para o gênero, faz com que as categorias de classificação tradicionais sejam desestabilizadas, seguindo na contramão dos sentidos únicos impostos para as identidades de gênero.

Nesse viés, o gênero, como considera Butler, (1999, p. 33) é, portanto, performativo, já que se configura pela “estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos dentro de uma estrutura rígida e reguladora que se consolida, com o passar do tempo, produzindo o que aparenta ser substância, uma espécie ‘natural’ de ser”, ou seja, “algo que precisa ser constantemente reafirmado e publicamente exibido pelo desempenho repetido de ações específicas ajustadas e normas culturais (...) que definem ‘masculinidade’ e ‘feminilidade’” (CAMERON, 1998, p.132).

Em consonância com o que foi dito, Confortin (2003) aponta que a mídia veicula gênero como uma espécie de naturalização do social, fazendo distinções entre mulheres e homens como se fossem associações naturais, repetidas e revestidas de novas informações diariamente, que faz com que sejam aceitas como verdades. Um exemplo é a imagem dos homens como seres mais racionais em relação às mulheres. O discurso midiático reforça as identidades femininas e masculinas hegemônicas repetidas vezes, o que promove a eficácia e a permanência desses tipos de representações, demonstrando o quanto essas construções sociais não querem apenas tornar os gêneros diferentes, mas desiguais. Retomando Butler (1999), Silva (2000, p. 95) aponta que

a mesma repetibilidade que garante a eficácia dos atos performativos que reforçam as identidades existentes pode significar também a possibilidade da interrupção das identidades hegemônicas. A repetição pode ser interrompida. A repetição pode ser questionada e contestada. É nessa interrupção que residem as possibilidades de instauração de identidades que não representem simplesmente a reprodução das relações de poder existentes. É essa possibilidade de interromper o processo de “recorte e colagem”, de efetuar uma parada no processo de “citacionalidade” que caracteriza os atos performativos que reforçam as diferenças instauradas, que torna possível pensar na produção de novas e renovadas identidades.

Questionar o papel de mídia impressa feminina na produção de identidades de gênero corrobora também para repensar que tipos de identidades estão sendo produzidas para as mulheres e quais as relações de poder existentes em cada período histórico.

Considerando, portanto, o referencial teórico articulado neste capítulo e que servirá como base para a análise do *corpus* selecionado para esta pesquisa, é importante ressaltar, conforme afirma Bauman (2005, p. 23), que sempre que se fala em produção de identidade, fala-se em luta, “como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais” ou ainda, como sintetiza o próprio autor, “o campo de batalha é o lar natural da identidade” e de seu percurso de produção (BAUMAN, 2005, p.83).

CAPÍTULO 3 – A CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

Este capítulo está dividido em três partes. Primeiramente, discorro sobre o campo de investigação em que este trabalho se insere. Em seguida, teço algumas considerações sobre a abordagem qualitativa-interpretativista que caracteriza a pesquisa conduzida. Por fim, descrevo os procedimentos metodológicos utilizados na construção e organização do *corpus*.

3.1. Observando o Mundo Social pelo viés da Linguística Aplicada

Esta dissertação se insere em uma das vertentes da Linguística Aplicada (doravante também LA), uma área de investigação transdisciplinar (SIGNORINI; CAVALCANTI, 2004) que objetiva, sobretudo, dar visibilidade a sujeitos e temas sociais relevantes, porém marginalizados – tais como questões ligadas a construção de identidade de gênero, sexualidade e identidades raciais (MOITA LOPES, 2006).

Em seus primórdios, a LA era reconhecida como o campo de estudos que se debruçava exclusivamente sobre questões ligadas ao ensino e aprendizagem de línguas, particularmente de línguas estrangeiras. Com a ampliação das temáticas investigadas nesse campo do conhecimento, a linguagem passou a ser entendida como prática social, o que pressupõe que seus pesquisadores, ao focalizarem determinados registros, passassem a vê-los como reflexos da sociedade. Desse modo, estabeleceu-se como premissa da área que a linguagem exerce um papel fundamental na prática social, principalmente porque é por meio dela que os sujeitos constroem identidades, tanto para si próprios, quanto para os outros que os circundam. Enfatizo, no entanto, que as metas dessa corrente da LA não se resumem a uma mera descrição da vida social tal como ela se apresenta na atualidade. A expectativa, segundo Moita Lopes (2006), é produzir conhecimento para que também ela possa ser repensada, para que surjam modos alternativos de constituição da sociedade.

Importa destacar, além disso, que o modo de ver a Linguística Aplicada nesta pesquisa, denominada por Moita Lopes (2006) de “Indisciplinar”, repudia a noção de que o saber pode ou deve ser compartimentalizado, apregoando a necessidade de que o pesquisador se engaje em travessias por diferentes áreas do

conhecimento, já que “uma única disciplina ou área de investigação não pode dar conta de um mundo fluido e globalizado para alguns, localizado para outros, e contingente, complexo e contraditório para todos” (MOITA LOPES, 2006, p. 99).

A análise de aspectos da vida social contemporânea, bem como os questionamentos daí advindos, devem, segundo especialistas da área – como Signorini e Cavalcanti (2004) e Moita Lopes (2006), dentre outros – ser levadas a cabo pela perspectiva da inter/transdisciplinaridade.

Em seu movimento atual, a LA passa, assim, tanto pela reconfiguração de seus focos de estudo, quanto pelo repensar de suas bases epistemológicas. Os novos horizontes de trabalho, conforme aponta Fabrício (2006), sem desprezar os conhecimentos consagrados, nos forçam a contínuos deslocamentos que nos levam a outros ângulos de observação,

para as franjas do sistema globalizado, para as organizações invisíveis, para as periferias, para as formas de ser consideradas subalternas ou inferiores (quanto à sexualidade, à raça, à classe social etc), para o chamado terceiro mundo e para os excluídos dos benefícios do desenvolvimento (FABRÍCIO, 2006, p. 52).

Esses espaços, chamados pela autora de “excedentes”, são os que possibilitam essa reconfiguração dos objetivos do campo e das abordagens de investigação.

É essa a vertente da Linguística Aplicada com a qual me alinhei no desenvolvimento de pesquisa descrita neste trabalho, justamente pela possibilidade de focalizar a marginalização da mulher na sociedade em épocas distintas, poder olhar para o lugar de subalternidade que a mulher ainda ocupa tanto na sociedade quanto na imprensa feminina.

Tendo tecido essas considerações, discorro, a seguir, sobre o teor da pesquisa descrita nesta dissertação, bem como sobre os procedimentos utilizados para a constituição do *corpus* analisado.

3.2 A Natureza da Pesquisa

O estudo aqui discutido é de natureza qualitativa-interpretativista. Segundo Freitas (2002, p. 26-27), em pesquisas qualitativas

não se investiga em razão de resultados, mas o que se quer obter é “a compreensão dos comportamentos a partir da perspectiva dos sujeitos da investigação” (Bogdan, Biklen, 1994, p.16), correlacionada ao contexto do qual fazem parte. Assim, as questões formuladas para a pesquisa não são estabelecidas a partir da operacionalização de variáveis, mas se orientam para a compreensão dos fenômenos em toda a sua complexidade e em seu acontecer histórico. Isto é, não se cria artificialmente uma situação para ser pesquisada, mas se vai ao encontro da situação no seu acontecer, no seu processo de desenvolvimento.

Além disso, pesquisas de natureza qualitativa, de acordo com Flick (2009), se caracterizam por investigar fenômenos em que o método é escolhido a partir do objeto a ser analisado e a subjetividade do pesquisador, em sua postura reflexiva, torna-se parte do processo de produção de conhecimento. Assim como a LA contemporânea não separa a linguagem dos aspectos da vida social, a pesquisa qualitativa não desloca o pesquisador de suas vivências. Deslauriers & Kérist (2008) enfatizam o caráter pessoal desse tipo de pesquisa, na qual há um envolvimento emocional do pesquisador na escolha do seu objeto de investigação, já que essa escolha é feita a partir de seus interesses.

A orientação interpretativista da investigação possibilita, assim, considerar as vivências do pesquisador que, partindo de seu conhecimento preliminar do assunto, irá interpretar os dados coletados a partir de uma revisão bibliográfica acerca do tema, com base em certos conceitos teóricos e vislumbrando o objetivo primeiro do estudo. Sendo o objeto de pesquisa entendido como uma lacuna que precisa ser preenchida, Deslauriers & Kérist (2008) o definem como o ponto de partida e o ponto de chegada, uma vez que não objetiva um resultado final definitivo, único, mas diferentes caminhos para (re) pensar o tema investigado.

Neste sentido, a monografia de final de curso realizada na minha graduação em Letras, conforme mencionado anteriormente, suscitou em mim a motivação para contrastar a revista analisada nos anos 1950 – *Jornal das Moças* – com a *Capricho*, revista que li durante a minha adolescência nos anos 2000. Sendo mulher, muitos dos conselhos dados por essa última publicação foram incorporados ao meu processo de construção identitária e ecoaram por muito tempo nos meus comportamentos sociais. Recordo de ver a revista como uma autoridade e de sentir, em vários momentos, um descompasso entre o meu “modo de ser”, meus

comportamentos à época e o modo como as garotas eram ali representadas. Daí a motivação para, hoje, depois de uma desconstrução e reconstrução identitária possibilitada pelo feminismo, para a relevância de revisitar a *Capricho*, a partir do *Jornal das Moças*, e olhá-la sob outra ótica.

Na pesquisa qualitativa também é possível a escolha de diferentes abordagens e instrumentos para a análise dos dados, dentre elas o estudo documental ou de fontes a partir de uma perspectiva sócio-histórica, como é o caso do estudo aqui relatado. A escolha por esse tipo de abordagem justifica-se, pois, as revistas femininas em questão, veiculadas em momentos históricos distintos, permitem compreender as questões que envolvem este estudo: a representação das jovens nos anos 1950 e 2000 na imprensa feminina, já que o documento permite acrescentar a dimensão do tempo à compreensão do social (CELLARD, 2014).

O documento ou fonte, entendido aqui como texto escrito e impresso, constitui, assim, o objeto da pesquisa em pauta. Segundo Cellard (2014), as revistas pertencem ao grupo dos documentos públicos não arquivados, documentos feitos para serem distribuídos, que já os colocam em um contexto de produção específico. O documento é um instrumento que o autor em parte não domina, pois “embora tagarela, o documento permanece surdo, e o pesquisador não pode dele exigir precisões suplementares” (CELLARD, 2014, p. 296).

Após percorrer a análise primária dos materiais e fontes, conforme sugere Cellard (2014), é preciso considerar: a natureza da equipe editorial das revistas que constitui a voz, ou as vozes, que fala(m) no texto; a confiabilidade e autenticidade dos materiais; bem como a natureza e lógica interna desses e, por fim, se proceder à análise dos dados em si.

Nesse procedimento de trabalhar com fontes impressas, segundo o autor, a abordagem é tanto indutiva quanto dedutiva, já que as escolhas das pistas documentais são feitas a partir do questionamento inicial do estudo. No entanto, essas pistas, muitas vezes, nos fornecem novas descobertas, o que faz com que modifiquemos o questionamento primeiro. Nesse sentido, Cellard (2014, p. 304) afirma que

é esse encadeamento de ligações entre a problemática do pesquisador e as diversas observações extraídas de sua documentação, o que lhe possibilita formular explicações plausíveis, produzir uma interpretação coerente, e realizar uma reconstrução de

um aspecto qualquer de uma dada sociedade, neste ou naquele momento.

Portanto, ter optado pelas escolhas descritas anteriormente possibilitou o trabalho com as produções identitárias da jovem mulher, tanto dos anos 1950 quanto dos anos 2000 – questões de gênero e representação – e com a linguagem e sua performatividade – enquanto prática social – para investigar o delineamento do segundo sexo na segunda imprensa.

3.3 Folheando as páginas: um olhar para o *corpus*

No que segue, discorro sobre o modo como o *corpus* a ser analisado no próximo capítulo foi composto e organizado.

3.3.1 O processo de constituição do *corpus*

Como o trabalho com documentos se estrutura também ao longo do folhear das páginas documentais, detalho, a seguir, as quatro etapas percorridas até chegar à coletânea final de textos selecionados para análise.

Etapa I – Acessando as revistas

Todas as edições do *Jornal das Moças* estão disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira, e, em sendo assim, foi possível ter fácil acesso às 218 edições dessa revista publicadas nos anos 1950. Como isso não ocorre com a *Capricho*, o acesso a exemplares dessa revista publicados nos anos 2000 foi mais difícil e dependeu de empréstimos de mulheres que guardaram as suas revistas ou da compra de exemplares em sebos físicos e virtuais. Devido à dificuldade em encontrar edições dos anos 2000/2001 e 2008/2009 por esses meios, terminei esse processo tendo em mãos 38 exemplares da *Capricho*, todos que consegui e que me interessavam particularmente examinar. Embora esse número fosse bem menor do que o número de edições do *Jornal das Moças* do qual dispunha, ele também me fornecia material suficiente para análise.

Etapa II – (Re)conhecendo as revistas

Nessa segunda etapa, impus-me, como tarefa inicial, “folhear” as páginas das revistas a que tive acesso, de modo a (re)conhecer o seu perfil e a forma como as matérias estavam nelas organizadas. De frequência semanal e em média com 75 páginas por edição, o *Jornal das Moças* demandou maior atenção nesse sentido, não somente por ser uma revista com a qual eu ainda não tinha tanta “intimidade” se comparada à *Capricho*, mas também pelo fato de não haver uma regularidade na organização de suas seções. Eram poucas as seções fixas, como, por exemplo, a “*Carnet das Jovens*”, “Bom dia, Senhorita” e “Evangelho das Mães”, no período analisado. O que se tinha, no mais das vezes, eram matérias que focalizavam diferentes temáticas – moda, beleza, a vida no lar, receitas culinárias, testes diversos, entrevistas, etc. – sem estarem agrupadas de alguma forma. Após essa análise mais ampla, tratei de aguçar o olhar apenas para as matérias que eram voltadas para o comportamento das jovens da década de 50. Nesse processo, selecionei 77 textos para exame.

A análise dos exemplares da *Capricho* revelou, por outro lado, que, ainda que a revista apresentasse algumas mudanças ao longo da década, suas matérias estavam divididas sistematicamente em seções regulares. Chamou minha atenção o fato de que algumas dessas seções – “Assunto de amiga”, “Receita”, “Papo Cueca”, “Vida Real”, “Sexo”, “Comportamento” e “Dúvida de Garota” – focalizavam formas de conduta femininas. Optei, assim, por me deter no exame das matérias publicadas nessas seções específicas e, nesse processo, foram selecionados 112 textos. É importante esclarecer que, embora tenha adotado esse procedimento para a seleção inicial de textos da *Capricho*, procurei sempre ter em mente a revista em sua totalidade, já que muitas vezes os discursos presentes nas seções em destaque e os discursos encontrados no restante dessa publicação eram contraditórios.

Etapa III – Textos com aconselhamentos

Após esse contato inicial com as revistas, debrucei-me sobre o conjunto de matérias que havia pré-selecionado até então para realizar um segundo recorte, selecionando, dessa feita, os textos em que, de alguma forma, apareciam

aconselhamentos às jovens leitoras. Restaram-me, então, 44 textos da *Jornal das Moças* e 96 da *Capricho*.

Etapa IV – Determinando eixos temáticos

Tendo as perguntas de pesquisa em mente e algumas novas indagações trazidas pelos próprios materiais lidos, como, por exemplo, a persistência evidente da voz masculina na revista *Capricho*, passei a agrupar esses textos por eixos temáticos que me pareciam significativos quanto aos modos como feminilidades eram construídas nas duas revistas. Matérias que se debruçavam sobre temas pouco relevantes para esta investigação foram, então, descartadas. Restaram, nesta etapa, 28 textos do *Jornal das Moças* e 67 textos da *Capricho*, cujos conselhos giravam, em maior ou menor escala, em torno dos temas que seguem:

- ❖ *A “natureza” da jovem ideal*: os textos incluídos nesse eixo temático foram aqueles que tratavam, mais diretamente, do modo como as garotas deveriam idealmente agir para agradar à sociedade e, principalmente, aos homens. Vários desses textos davam destaque aos papéis sociais que se esperava que as mulheres desempenhassem nesse sentido. Esse eixo reúne um grande número de textos do *Jornal das Moças* e apenas um da *Capricho*.
- ❖ *A mulher como profissional*: muito embora essa fosse uma questão que me interessava particularmente examinar, dada a sua relevância nos processos de construção de feminilidades, foi surpreendente observar que, enquanto apenas dois textos do *Jornal das Moças* ofereciam conselhos às jovens sobre a sua inserção no mercado de trabalho – nenhum dos conselhos oferecidos nos 67 textos da *Capricho* selecionados até então abordavam essa questão. Por considerar que esse fato é significativo, optei por considerar esse eixo temático.
- ❖ *As jovens e seus relacionamentos “amorosos”*: esse eixo temático reúne conselhos, presentes em grande quantidade nas duas revistas, acerca do modo como as jovens devem se comportar durante suas tentativas de “conquistar” a atenção de rapazes, de modo a com eles estabelecer algum tipo de relacionamento, mais sério ou fugaz.

- ❖ *As opiniões dos rapazes sobre as jovens:* embora a “voz masculina” esteja subentendida em vários dos conselhos presentes nos textos do *Jornal das Moças*, é na *Capricho* que foi possível observar muitas instâncias de aconselhamento em que os rapazes falavam diretamente para as garotas, dando as suas opiniões a respeito do “universo” feminino.
- ❖ *O sexo e a sexualidade feminina:* sob a égide dessa temática foi possível reunir muitos dos conselhos presentes na revista *Capricho*. Apenas alguns poucos conselhos do *Jornal das Moças* estão voltados para essa questão.

É importante deixar claro que os eixos temáticos acima descritos, a partir dos quais os dados foram agrupados, apenas refletem uma tentativa minha de organizar o conjunto de registros que tinha à minha disposição. Como deverá ficar evidente na análise dos dados realizada no capítulo seguinte, alguns dos conselhos em questão dizem, frequentemente, respeito a mais de uma temática.

A Tabela 3, a seguir, sintetiza as etapas percorridas em relação a quantidade de revistas e textos pré-selecionadas para compor o corpus de minha pesquisa até esta etapa:

Revista	ETAPA I		ETAPA II		ETAPA III		ETAPA IV	
	Edições	Edições	Textos	Edições	Textos	Edições	Textos	
<i>Jornal das Moças</i>	218	39	77	38	44	28	28	
<i>Capricho</i>	38	38	112	37	96	34	67	

Tabela 3: Etapas do processo de pré-seleção dos dados

Etapa V – Definindo as categorias de análise e a composição final do corpus

Findo o agrupamento dos conselhos por grandes temas, procedi, em seguida, a uma releitura, ainda mais atenta, dos textos nos quais estavam inseridos. E foi nesse percurso que pude perceber que os conselhos dados às jovens nem sempre partiam das mesmas “vozes de autoridade”. Em muitos momentos, as “autoridades” que emitiam conselhos eram as próprias revistas. Em outros, no entanto, percebia-se que vozes de “especialistas” eram conclamadas para sustentar, para dar legitimidade aos conselhos dados/vendidos pelas duas publicações. E

havia, ainda, um conjunto de conselhos que partiam de uma “terceira voz”: a dos rapazes. Foi assim, e então, que determinei como categorias de análise: (i) as vozes das revistas e (ii) outras “vozes de autoridade”.

A partir da definição dessas categorias e dos eixos temáticos, voltei a examinar os textos até então pré-selecionados para verificar quais deles eram realmente pertinentes para a pesquisa. Percebi que os conselhos que apareciam em muitos deles eram pouco interessantes para as questões que buscava evidenciar ou muito parecidos com outros. Quando esse era o caso, o texto foi desconsiderado. A tabela 4 elenca a quantidade de textos e de edições das revistas efetivamente utilizados na análise dos dados, em contraste com a penúltima etapa do processo.

Revista	Edições	ETAPA IV		ETAPA FINAL	
		Edições	Textos	Edições	Textos
<i>Jornal das Moças</i>	218	28	28	12	13
<i>Capricho</i>	38	34	67	13	16

Tabela 4: Etapa final do processo de seleção dos dados

Informo que, considerando as categorias e os eixos temáticos anteriormente elencados, organizei a análise dos dados, realizada no capítulo seguinte, em duas seções e cinco subseções, tal como aparece na tabela a seguir, de forma a poder contrastar o teor dos conselhos dados pelo *Jornal das Moças* e pela *Capricho* às suas leitoras, e, assim, verificar as representações de feminilidades construídas em épocas distintas.

ANÁLISE DE DADOS	
SEÇÕES	SUBSEÇÕES
4.1 A: as vozes das revistas	4.1.1 A manutenção do eterno feminino: da moça “bem comportada” à jovem “consumista”
	4.1.2 A conquista amorosa: do flerte ao noivado, do xaveco ao namoro
	4.1.3 A sexualidade feminina: da moça “recatada” à jovem “liberada”
4.2 Outras vozes de autoridade	4.2.1 A voz do “príncipe encantado”
	4.2.2 As vozes dos especialistas

Tabela 5: Organização da análise dos dados

As tabelas a seguir trazem as matérias selecionadas por ordem em que aparecem na análise de dados no Capítulo 4. A Tabela 6 refere-se aos textos da revista *Jornal das Moças* e a Tabela 7 aos da revista *Capricho*.

REVISTA JORNAL DAS MOÇAS		
	TEXTOS	DATA
1.	Os grandes desastres – A Conquista da Simpatia	Março/1950
2.	A senhora quer ganhar grau 10? Então, siga êstes conselhos	Maio/1954
3.	Os grandes desastres – A Viga-Mestra	Fevereiro/1950
4.	Os grandes desastres – Exemplo, meninas	Fevereiro/1950
5.	Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita	Dezembro/1954
6.	Para as estudantes e adolescentes	Março/1952
7.	Bom dia, senhorita – O lar modesto	Novembro/1954
8.	A vida no lar...	Novembro/1953
9.	Meu Cantinho...	Junho/1957
10.	Ao grandes desastres – Estou, de fato, enamorada?	Janeiro/1950
11.	Flertar não é amar	Junho/1953
12.	Bom dia, senhorita – Os casais de namorados	Setembro/1954
13.	Os homens não gostam das mulheres menos esmeradas	Setembro/1956

Tabela 6: Textos da revista *Jornal das Moças* analisados

REVISTA CAPRICHÓ		
	TEXTOS	DATA
1.	Vida Real – Elas usam sutiã	Novembro/2004
2.	Assunto de amiga – A etiqueta dos torpedos	Dezembro/2004
3.	Bazar – Cheinha	Maio/2005
4.	Comportamento – Sim, você pode	Novembro/2004
5.	Reprograme seu coração	Agosto/2004
6.	Receita – Como lidar com as concorrentes	Agosto/2003
7.	Vida Real – Guia das solteiras	Agosto/2004
8.	Assunto de amiga – Infiltrado na rede	Janeiro/2005
9.	Receita – Como transformar um galinha em fiel namorado?	Maio/2004
10.	Assunto de amiga – Como mostrar que está a fim	Janeiro/2006
11.	Vida Real – Meninos, por quê?	Julho/2003
12.	Papo Cueca – Os Salva Gatas	Julho/2004
13.	Vida Real – A hora “certa” de transar	Agosto/2004
14.	Dúvida de garota – Na balada	Fevereiro/2010
15.	Entre eles – Diga a verdade: beleza põe mesa?	Outubro/2007
16.	A gente quer saber – Como é a mulher ideal para eles?	Janeiro/2006

Tabela 7: Textos da revista *Capricho* analisados

Esclareço que, no capítulo 4, faço também referência a alguns outros textos das duas revistas em questão. Muito embora esses textos não oferecessem propriamente conselhos às leitoras, eles, em alguma medida, foram úteis para dar sustentação à análise dos dados. A Tabela 8, apresentada a seguir, reúne esses textos, também na ordem em que eles são referenciados no capítulo seguinte.

TEXTOS DE APOIO – JORNAL DAS MOÇAS E CAPRICO		
	TEXTOS	DATA
1.	Jornal das Moças – A mulher que esquece – Os deveres da esposa e o seu papel de mãe	Outubro/1953
2.	Jornal das Moças - Os direitos de Eva	Outubro/1951
3.	Jornal das Moças – Emancipação da mulher	Julho/1954
4.	Capricho - Guia do bom namoro – Superdicas de quem namorou ou está namorando	Maior/2004
5.	Capricho - Papo Cueca – Infiltrado	Setembro/2003
6.	Capricho - Infiltradas, por Carla Rodrigues	Fevereiro/2005
7.	Capricho – Gente – Amigonas	Março/2005
8.	Capricho – Vida Real – Quer beijar esta boca?	Março/2005
9.	Capricho – Certo/Errado	Julho/2003

Tabela 8: Textos de apoio utilizados na análise dos dados

É, então, com base no *corpus* anteriormente descrito que, no capítulo a seguir, procedo à análise dos dados.

CAPÍTULO 4 – A MULHER IMPRESSA NAS REVISTAS

Neste capítulo, procedo à análise dos textos de aconselhamento selecionados para compor o *corpus* do estudo realizado com o intuito de tentar responder às perguntas de pesquisa explicitadas no capítulo 1 desta dissertação:

1. Quais as construções de feminilidades veiculadas nos discursos das duas revistas em questão, considerando o *corpus* analisado?
2. Os conselhos dados às jovens são equivalentes nos dois períodos e revistas focalizados? Ou eles se modificaram ao longo do tempo?

Tendo em mente os objetivos da pesquisa em questão, a releitura desses textos de aconselhamento possibilitou a organização dos dados em dois grandes blocos ou categorias de análise. No primeiro bloco, analiso excertos nos quais os aconselhamentos dados/vendidos às leitoras refletem as vozes das próprias revistas. Conselhos que fazem menção, ou reproduzem, outras vozes de autoridade são examinados no segundo bloco.

Destaco que cada uma das subseções em que se subdividem os dois blocos trará primeiramente a análise de textos do *Jornal das Moças*, para em seguida apresentar a análise de textos da *Capricho*. Optei por essa organização para que, nesse percurso, seja possível manter as revistas “lado a lado”, a fim de responder, de forma contrastiva, às perguntas desta investigação.

4.1. A “natureza feminina”: as vozes das revistas

O segundo sexo, o segundo lugar, a segunda categoria, a margem. A mulher como um elemento social que vive em um mundo androcêntrico e que tem, determinado pelo seu sexo biológico, supostamente um destino “natural” a ser seguido. Para que esse seu “destino” se cumpra, é necessário que seja preservado aquilo que é percebido como constitutivo da própria “natureza feminina”.

Os modelos de comportamentos em cada sociedade, considerados “adequados” à mulher, conforme aponta Moreno (1999), têm a particularidade de serem vistos como universais, inerentes ao ser humano, determinados biologicamente e até frutos de um mandato divino. No imaginário social brasileiro,

fortemente atravessado pela mitologia ocidental, reina a crença de que a mulher é propriedade do homem, pois teria sido criada a partir de uma de suas costelas, uma escolha divina que justificaria a superioridade masculina. Essa suposta superioridade também me parece carregada de uma espécie de defesa ou “medo”, já que a mulher, arquetipicamente, também é tida como uma figura sedutora e perigosa, em contraposição ao que se estabeleceu historicamente, da mulher enquanto sexo frágil. No entanto, discursos que apregoam essa superioridade vêm sendo repetidos século após século, atuando como “organizadores inconscientes da ação, e é esta característica que os torna mais dificilmente modificáveis” (MORENO, 1999, p. 30).

É sabido que a imprensa feminina, por meio de suas revistas, também vem atuando, em larga medida, como “organizadores inconscientes da ação” no sentido de que elas vêm transmitindo às jovens a ideologia machista que ainda parece ser dominante na sociedade. Os discursos de aconselhamento analisados a seguir prescrevem, como espero poder demonstrar, comportamentos e papéis “destinados” às jovens mulheres que, vistos como próprios da “natureza feminina”, as colocam em posições de subalternidade.

4.1.1 A manutenção do “eterno feminino”: da moça “bem comportada” à jovem “consumista”

Heberle (2004) afirma, sustentada por Giddens (2001), que há, na representação da mulher na mídia impressa, a mesma dualidade entre o local e o global presente nas práticas sociais. A ideia de “mundo da mulher” ou “universo feminino” como lugar homogêneo e consensual, reflete o discurso de que as mulheres pertenceriam a uma única aldeia global, ou seja, pertenceriam a uma única comunidade de prática. Esse consenso surge pela simulação de um envolvimento criado pela revista com o seu público-alvo para “criar um diálogo implícito, estabelecer consenso e preparar as leitoras para aconselhamentos e orientações, típicas dessas publicações” (HEBERLE, 2004, p. 97).

Em outras palavras, parece existir uma única forma de ser mulher e ela ainda está fortemente dependente da figura masculina. As revistas femininas, além

de criarem um universo só para as mulheres, também pretendem manter a ideia do “eterno feminino”, que segundo Buitoni (2009, p. 24) configura-se por ser

um chavão que tenta imobilizar, no tempo, as virtudes “clássicas” da mulher. Um chavão que corresponde bem ao senso comum de procurar qualidades quase abstratas: maternidade, beleza, suavidade, doçura e outras, num ser que é histórico. Justamente aí está a falha que desvincula a mulher de sua época e seu contexto, que a transforma num ser à parte, independente de circunstâncias concretas.

Tem-se, assim, que as revistas femininas contribuem para construir um “universo feminino”, um lugar que a mulher deve ocupar, sem a perspectiva de dali sair.

Falar em “natureza feminina” já reflete claramente os aspectos tradicionais das relações de gênero, pois essa natureza, determinada pelo sexo biológico, prediz o gênero. Portanto, não haveria outra forma de “ser” para a mulher. Nascer com uma vagina traz uma série de representações sociais do gênero feminino que devem ser seguidas à risca²⁸. A revista *Jornal das Moças*, por meio de seus conselhos, reflete essas representações femininas dominantes na sociedade, e procura, então, ordenar os comportamentos adequados à jovem para que ela siga o seu “destino de mulher”.

Por vezes, parece mais fácil inverter a lógica e pensar nos tipos de comportamento que a mulher não deve ter, como pode ser visto no excerto a seguir.

Excerto 1

(...) [se a jovem] deseja sinceramente conquistar simpatias, deve estar de posse de uma capacidade de criar, se não uma brilhante primeira impressão, pelo menos uma que lhe seja inteiramente favorável. E, como disse um destacado psicólogo: ‘não faça demasiados esforços por causar boa impressão; contente-se em não causar a má’ (...).

*Jornal das Moças, Os grandes desastres – A Conquista da Simpatia, março/1950, p. 61.*²⁹

²⁸ Ressalte-se que a figura de mulher representada nas edições aqui analisadas, tanto do *Jornal das Moças* quanto da revista *Capricho* é a da mulher cisgênero, branca e heterossexual. Destaco que o termo *cisgênero*, em oposição ao termo *transgênero*, é aqui entendido quando nos referimos ao indivíduo que se identifica, em todos os aspectos, com o gênero que lhe foi atribuído no momento de seu nascimento. Ressalto a importância política do termo *cisgênero* para esta pesquisa, já que as revistas femininas, pelo menos as analisadas neste estudo, parecem contribuir para a naturalização da *cisgeneridade* e seus privilégios. Acrescento que um entendimento mais claro dessa questão só me foi possível após a leitura de Bagali, 2014.

²⁹ Ressalto que os números das edições das revistas mencionadas na análise estão explicitados ao final das referências bibliográficas.

O excerto acima foi retirado de uma seção, não assinada, denominada “Os grandes desastres”³⁰. Os textos nela publicados davam destaque a eventuais comportamentos femininos desviantes, com o intuito de apontar para as mulheres possíveis “armadilhas” que poderiam fazê-las se distanciar de sua própria “natureza”, de comportamentos ideais.

Assim, o *Jornal das Moças*, na tentativa de fazer a jovem “se escorar nas vigas mestras da boa educação que recebeu”³¹, descreve comportamentos que fariam da jovem “uma dama perfeita”, uma mulher muito bem avaliada (“grau 10”) em todas as situações sociais, desde que seguisse à risca os conselhos da revista, que iam, desde a delicadeza necessária ao se usar uma porta giratória, até o fato de que

Excerto 2

(...) durante o namôro, a jovem não deve aceitar outra coisa senão flôres, bombons ou atenções correntes, como convites para espetáculos, chás, etc (...).

Jornal das Moças, **A senhora quer ganhar grau 10? Então, siga êstes conselhos**, maio/1954, p.14-15

Destaco que o *Jornal das Moças*, em sua totalidade, representa a jovem mulher como ingênua. O termo “jovenzinha”, utilizado frequentemente pela revista para designá-la em seus textos, além de denotar intimidade com a leitora, atribui à figura feminina um quê de infantilidade. Vai daí o tom didático da revista empregado nos dois excertos analisados anteriormente para convencer a jovem de que precisa ser simpática e “nota dez”. É a imaturidade e ingenuidade presumida dessa jovem o que faz com que ela seja vista como alguém que se deslumbra facilmente, podendo ser corrompida por maus exemplos, ou como a revista alerta, podendo tornar-se uma “jovem doidivana”³². Embora o “destino feminino” fosse uma “determinação da natureza”, a jovem precisava se inteirar, conscientemente, das regras sociais, de modo a se comportar adequadamente na sociedade. A revista se empenha em fazer sua leitora entender que não pode ultrapassar as fronteiras do “bom

³⁰ Essa era uma seção esporádica na revista e sua existência não perdurou a década inteira.

³¹ Citação retirada do *Jornal das Moças*, *Os grandes desastres – A Viga-Mestra*, fevereiro/1950, n.01809, p. 8.

³² O mesmo que “jovem leviana”, outro termo bastante recorrente na revista *Jornal das Moças* para referir-se à jovem que não agia de acordo com os comportamentos de uma “boa moça”.

comportamento”, na tentativa de regular os seus supostos impulsos sedutores, para não “quebrar a linha” (de conduta):

Excerto 3

(...) Que é linha, afinal? – pergunta-se – Ora, em Sociologia, é uma atitude equilibrada de nossa posição, nossos modos, nossos gestos e, mesmo, de nossas palavras (...).

Jornal das Moças, Os grandes desastres – A Viga-Mestra, fevereiro/1950, p.8

Nos três excertos apresentados até o momento, já é possível perceber a maneira incisiva pela qual o *Jornal das Moças* veicula os seus conselhos. As formas “(não) deve”, “(não) faça”, “contente-se”, incitam as garota a agir – ou não agir – da maneira como a revista acredita ser adequado. Nunca é demais lembrar que tanto verbos modalizadores, como “dever”, por exemplo, quanto o modo imperativo (“faça” e “contente-se”) estruturam os comandos da injunção, dando caráter de obrigatoriedade ao dito³³.

“E como não quebrar a linha? É simples; basta saber resolver certos casos que a fazem balançar”³⁴, afirma a revista, antes de fornecer alguns exemplos:

Excerto 4

Eis aqui alguns exemplos:

Cai em desastre, por exemplo, a dama que em uma conversação usa palavras de gíria e conta anedotas demasiado picantes.

Salva sua linha a dama que é vista em público somente em companhia de pessoas respeitáveis.

Escorrega-se em queda calamitosa e da qual quiçá não possa levantar-se, a dama que frequenta lugares suspeitos, embora não ponha em prática os métodos aí usados. (...)

Eleva-se sublimemente a dama que maneiramente sabe evitar uma discussão, embora seja a mesma realizada em bons termos (...).

Jornal das Moças, Os grandes desastres – Exemplo, meninas, fevereiro/1950, p.18

No excerto acima, faz-se, estrategicamente, uso de exemplos positivos e negativos para mostrar o que significa se comportar, ou não se comportar adequadamente. É interessante observar a linguagem utilizada nos pares “cai em desastre” *versus* “salva sua linha” e “escorrega-se em queda calamitosa e da qual

³³ O mesmo ocorre com a utilização dos verbos “precisar”, “poder” e “ter”, que, como veremos, aparecerão em outros excertos.

³⁴ *Jornal das Moças, Os grandes desastres – Exemplo, meninas, fevereiro/1950, n.01807, p.18*

quicá não possa levantar-se” *versus* “eleva-se sublimemente” para enfatizar, de forma até dramática, o quanto seria perigoso, para a jovem, “quebrar a linha”.

A revista quase sempre organiza o seu discurso de forma bastante didática, por meio de perguntas feitas por ela mesma e que são seguidas de exemplos, de listagens e de quadros explicativos. Por esse motivo, as sequências injuntivas que compõem os seus conselhos estão, quase sempre, organizadas de forma muito objetiva e clara: não se faz muitos rodeios para dizer aquilo que precisa ser dito. O excerto 5, retirado do texto “Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita”³⁵, exemplifica esse aspecto da revista. Nele, o *Jornal das Moças* oferece orientações relativas ao uso da linguagem, apregoando que a jovem deve utilizar, exclusivamente, “expressões próprias para a sua idade, os superlativos e as locuções familiares”, e deve, sobretudo, evitar

Excerto 5

(...) as palavras em gíria próprias para os meninos. Todos os seus exagêros e derivados. Não corte a palavra dos outros, não desminta ninguém, não se porte como uma criança (...).

Jornal das Moças, Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita, dezembro/1954, p.6-7

Jovens mulheres, portanto, devem fazer um uso da linguagem condizente com o que é “natural” que se espere dela, uma preocupação alinhada à manutenção do “eterno feminino”. Mais uma vez fica evidente o aspecto incisivo do *Jornal das Moças*. A revista se vale da injunção, já que ela não indica ou descreve o comportamento adequado, mas ordena que sua leitora se comporte de determinada forma. “Não corte”, “não desminta” e “não se porte” são ordens que reforçam a passividade da jovem como um valor positivo, já que, da perspectiva da revista,

Excerto 6

(...) Ihe convém a ingenuidade, a simplicidade, a timidez, os risos sem causa, a ignorância, o sentimentalismo, a espontaneidade, uma certa inconsciência (...).

Jornal das Moças, Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita, dezembro/1954, p.6-7

³⁵ Esse texto apresenta pequenos conselhos para as mulheres em relação à atitude, comportamento, vocabulário, beleza e elegância em fases diferentes da vida. Esse conselhos estão organizadas em um quadro, dividido por idades (17, 25, 32, 40 e 50 anos). Para este capítulo, selecionei os conselhos relativos à faixa dos 17 anos.

Quando se pensa na estruturação do gênero conselho, muitas vezes os verbos são os primeiros a serem observados, já que o caráter injuntivo desse gênero pretende “fazer agir”. No entanto, Rosa (2003) aponta para a importância de também atentarmos para o uso de substantivos concretos e abstratos derivados de verbos acionais que compõe as sequências injuntivas. Esses substantivos abstratos (“ingenuidade”, “simplicidade”, “timidez”, “ignorância”, “sentimentalismo”, “espontaneidade”, “inconsciência”), enunciados no excerto 6, também fazem parte desse plano do “fazer agir”, pois para alcançar essas qualidades, é necessário que a jovem siga os demais conselhos da revista, como não usar gíria, não frequentar lugares suspeitos, não desmentir ninguém, etc. Esses substantivos abstratos, repetidos nos demais textos da revista, criam uma única possibilidade de performance para o gênero feminino, pautada na imagem do “sexo frágil”. A jovem entende, portanto, que esse é caminho correto e único destinado a ela, ou seja, é essa a identidade feminina que a bem representa, é a que ela deve interiorizar ou, pelo menos, performatizar em público. Em sendo assim, não é de estranhar que várias mulheres que conheço e que foram, na década de 50, leitoras assíduas do *Jornal das Moças*, e de outras revistas femininas similares, tenham, ainda hoje e em idade avançada, muita dificuldade para assumir atitudes assertivas, dada as representações hegemônicas do feminino que as revistas voltadas a esse público buscavam legitimar.

Cabe notar que, se a jovem mulher é a consumidora “por excelência” dos conselhos dados pela *Jornal das Moças*, a ela, no entanto, é terminantemente *proibido*, nos termos da própria revista,

Excerto 7

(...) dar conselhos, parecer abusada, parecer muito sabida, ter excessiva confiança em si (...).

Jornal das Moças, **Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita**, dezembro/1954, p.6-7

Se o *Jornal das Moças* diz que é proibido realizar essas ações, novamente o conselho desliza para uma ordem expressa. A leitora deduz que, estando esse veto na revista, ele é relevante e deve ser considerado. Neste excerto, nota-se o uso dos verbos no infinitivo (“dar”, “parecer”, “ter”) que também são elementos para a construção da sequência injuntiva. No entanto, o que chama mais

a atenção é o fato de que, da perspectiva da revista, é importante que a jovem entenda que não deve deixar transparecer sua inteligência e sua autoconfiança (é proibido “parecer muito sabida” e “ter excessiva confiança em si”), atitudes que comprometeriam a sua “boa” imagem.

Esses conselhos, bem como outros presentes em excertos anteriores – “não desminta ninguém” (excerto 5) ou “evite risos sem causa” (excerto 6) –, reforçam representações de que a mulher seria, “naturalmente”, submissa e infantil e, sobretudo, contribuem para o seu silenciamento. Tem-se, assim como afirma Beauvoir (2016), que seria a passividade o que caracterizaria essencialmente a mulher, um traço desenvolvido desde tenra idade, regulado e cobrado pela escola e pela sociedade.

Moreno (1999) ressalta o impacto que a linguagem tem nos primeiros anos de vida de uma menina. Antes de se encaminhar para a escola, ela tem ciência de que há uma maneira diferente de referir o sexo feminino e o sexo masculino, tanto dos seres humanos (meninas/meninos) quanto dos animais (gatas/gatos, por exemplo). No entanto, essa balança da equidade linguística é completamente desequilibrada pela instituição escolar que utiliza uma forma comum – a masculina – para denominar ambos os sexos em sala de aula. “Meninos” ou “alunos” é quase sempre o modo utilizado para referir a um grupo de estudantes dentro de um mesmo espaço, o que reforça o modelo linguístico androcêntrico. Considero que daí, amparada na reflexão de Moreno (1999), desde muito cedo, a menina já vê escapar a sua oportunidade de pertencimento na própria língua o que, conseqüentemente, dificulta a construção de uma identidade positiva para si mesma.

Se, como aponta Hall (2011), é por meio da linguagem que se constroem identidades, o *Jornal das Moças* é muito hábil em fazer as jovens entenderem, por meio de seus conselhos, a conveniência de manterem atitudes passivas e de permanecerem silentes. No entanto, paga-se um preço alto por essa passividade e esse silenciamento, como argumenta Beauvoir (2016, p. 25), “pois quanto menos exercer a sua liberdade para compreender, apreender e descobrir o mundo que a cerca, menos encontrará nele recursos, menos ousará afirmar-se como sujeito”.

Ainda em relação ao excerto 7, cabe observar que, nele, o *Jornal das Moças* afirma que a jovem não deve “parecer” muito sabida e nem “parecer” muito abusada. Também nesse conselho, a revista apregoa que ela deve performatizar

vários comportamentos supostamente adequados para parecer algo que ela não é que também não teria a possibilidade de ser, o que ressalta a maneira como a revista veicula uma imagem de mulher como sendo alguém incapaz de ter conhecimentos ou de se posicionar socialmente.

Atuando como uma amiga-conselheira, a função do *Jornal das Moças* é “produzir” uma jovem mulher que, dentro dos padrões da sociedade brasileira à época, seja desejável para o matrimônio. Para que isso ocorra, é preciso que ela reflita bem, antes de agir, sobre como

Excerto 8

(...) sentar-se bem numa mesa, sôbre o braço de uma poltrona (atenção com a poltrona!), subir nas árvores, saber enrubescer, manifestar os seus temôres, andar de motocicleta.

Jornal das Moças, Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita, dezembro/1954, p.6-7

Importa destacar que, nesse conselho, interessa reforçar que a jovem precisa manter uma atitude e uma aparência frágil perante a sociedade; é preciso, então, que ela saiba como se mostrar envergonhada e medrosa em público. “Saber enrubescer” é o que chamou a atenção neste excerto, já que “corar”, um ato involuntário, precisa, do ponto de vista da revista, ser “aprendido”, “treinado” pela garota.

Para a moça ser considerada “casadoura”, ela deve, além disso, evitar

Excerto 9

(...) empoar-se em público, oferecer cigarros, sentar-se numa cadeira se houver grandes personagens em pé, sair sozinha com um rapaz, andar atrás de namorados, beber álcool. E por todos os modos tentar envelhecer.

Jornal das Moças, Cinco conselhos úteis para uma harmonia perfeita, dezembro/1954, p.6-7

Nesse excerto, a revista novamente reforça a passividade feminina como um atributo positivo que não pode ser ignorado: por meio de verbos no infinitivo, que dão o aspecto de lista à sequência injuntiva, os comportamentos elencados soam como tarefas a serem cumpridas uma a uma. A revista não abre espaço para qualquer discussão ou questionamento acerca da pertinência desses aconselhamentos. E isso não poderia ser diferente, já que, segundo Buitoni (2009),

o fato de conselhos dados por revistas femininas estarem organizados em seqüências injuntivas tem por função diminuir “a faixa de liberdade da leitora”:

Numa linguagem muito próxima da publicitária, os textos dirigidos à mulher são verdadeira comunicação persuasiva, aconselhando-a a todo momento sobre o que fazer. [...] Das grandes receitas às pequenas, tudo traz ingredientes e modo de fazer. Como se vestir, como preparar sopa de cebolas, como agarrar seu homem, como conseguir emprego, como ser boa mãe, tudo é receita. Onde a opção? Onde a discussão? (BUITONI, 1986, p.75).

Embora o *Jornal das Moças* tome para si a responsabilidade de orientar as jovens a seguirem adequadamente as regras sociais, essa orientação caberia, de sua perspectiva, também aos adultos com as quais as moças convivem, particularmente à figura materna. Nesse sentido, a revista é enfática ao afirmar que alguns comportamentos devem ser iniciados sempre na esfera doméstica:

Excerto 10

(...) Relativamente ao problema de beber há uma regra única e rara: não deve a moça tomar nunca e por nenhum motivo seu primeiro coquetel em público ou com estranhos. Dê a jovem êsse salto sobre os bons costumes dentro de seu lar, frente a seus parentes, e vá ela fazendo êsse treino aí até que, habilitada, possa praticar em público êsse ato tão agressivo às boas normas e tão largamente permitido e bem usado pela sociedade hodierna que se diz bem aprimorada.

Jornal das Moças, Os grandes desastres – A Viga-Mestra, fevereiro/1950, p.8

Ressalto que a revista assume aqui um tom bastante didático para “ensinar” a jovem como ela deve se comportar em relação ao consumo de bebida alcoólica (algo a ser, de qualquer maneira, evitado, de acordo com o conselho expresso no excerto 9). Quando a revista enfatiza, no excerto 10, que “há uma regra única e rara” no que se refere ao primeiro contato da jovem com esse tipo de bebida, ela faz ecoar a voz reguladora do seu discurso, travestida de amiga-conselheira, mas que repete de maneira incisiva e exaustiva suas prescrições, para que a jovem não cogite sequer a possibilidade de “sair da linha”. Chama atenção nesse excerto, o fato do conselho ser dado na terceira pessoa, talvez porque o *Jornal das Moças* também fosse voltado para a família, sobretudo para as mães que tinham responsabilidade por zelar pelo comportamento de suas filhas.

Os cuidados da jovem com sua aparência física é um tema recorrente nos textos do *Jornal das Moças*. Os dois excertos a seguir foram retirados de uma matéria voltada para jovens estudantes.

Excerto 11

(...) O ideal de tôda jovem que está ainda tirando algum curso é ser bela e atraente. O essencial, porém, é conservar a sua naturalidade e as belas qualidades com que a natureza a dotou. Você pensou que isso é muito fácil? Não, não é nada fácil. Para que uma jovem pareça sempre fresca, limpa e atraente, mesmo conservando sua beleza natural, é necessário uma série de trabalhos que, no princípio, parecerão torturantes, mas que depois, com a prática e com um bom sistema, passará a fazer parte dos seus hábitos.

Jornal das Moças, Para as estudantes e adolescentes, março/1952, p.10

A revista explicita que a jovem tem por obrigação conservar as “belas qualidades que a natureza a dotou”, parecendo “sempre fresca, limpa e atraente”, mesmo que isso seja penoso. É curioso que, muito embora ela argumente que o essencial é que a estudante conserve “sua beleza natural”, também afirma, contraditoriamente, que, para tanto, a jovem deve realizar rituais “torturantes” para manter a sua feminilidade. Esses rituais envolvem certos cuidados, listados, em seguida, por meio de formas verbais imperativas:

Excerto 12

Tome seu banho.
 Aplique desodorante.
 Escove os dentes duas vêzes, depois das refeições.
 Lave o rosto com um sabonete neutro, pela manhã, quando voltar do colégio, e, à noite, antes de deitar-se.
 Penteie-se pelo menos três vêzes ao dia, para que a sua aparência não seja a de uma moça desleixada.
 Escove seus cabelos em tôdas as direções, para que fiquem bem limpos e brilhantes.
 Uma vez por semana, aplique um bom xampu nutritivo.
 (...)

Jornal das Moças, Para as estudantes e adolescentes, março/1952, p.10

Além de evitar parecer desleixada, a revista insiste que a moça deve investir muito para ter cabelos “brilhantes” e cuidar de sua higiene pessoal. Esses conselhos fazem sentido quando se considera o que ressalta Sant’Anna (2014, p. 90):

para ser considerada bela e arrumar marido, era preciso ser limpa, cheirosa, prestimosa e, ainda, conhecedora das novidades disponíveis no mercado dos produtos de higiene. Os sabonetes coloridos da marca *Lifeboy*, *Lever*, *Palmolive* e *Gessy* foram inúmeras vezes ilustrados pelas revistas das décadas de 1940 e 1950. Artistas de sucesso apareciam na propaganda confirmando a ideia de que a limpeza corporal era **‘a principal madrinha dos casamentos duradouros’** (grifo meu).

Não há, portanto, que se ter qualquer ilusão, pois a preocupação do *Jornal das Moças* em fazer com que as jovens se façam belas e atraentes tem por intuito salvaguardar um dos papéis tradicionalmente atribuídos à mulher: o papel de esposa. Tornar-se e manter-se desejável para o homem é, assim, um modo de assegurar que ela conseguirá atingir a “meta” de todas as mulheres na década de 50: o matrimônio. É via casamento que elas podem, segundo essa revista, desempenhar os três papéis a que, inexoravelmente, foram destinadas: os papéis de esposa, de mãe e de “rainha do lar” (CORAZZA, 2014). Em sendo assim, a moça não deve economizar esforços para “conseguir um marido” e para fazê-lo feliz:

Excerto 13

(...) Você que ainda é jovem, que procura um príncipe encantado deve estar preparada para conquistá-lo através de suas maneiras, porém, depois de encontrá-lo, deve usar de todos os seus conhecimentos e recursos para conseguir mantê-lo feliz ao seu lado (...).

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – O lar modesto, novembro/1954, p.63

Observo que o pressuposto no qual o conselho acima está assentado é que o que “deve” afligir a jovem é, não apenas não conseguir encontrar um “príncipe encantado” disposto a com ela se casar, mas, ainda pior, encontrá-lo e não conseguir “segurá-lo”. No excerto a seguir, o *Jornal das Moças* explicita o que é preciso, em sua opinião, ser feito para que a moça consiga escapar desse “destino trágico”:

Excerto 14

(...) Quem tem a obrigação de alegrar o lar, geralmente, é a mulher.
 (...) Uma palavra amável ao despedir-se do esposo, do namorado ou noivo, um sorriso alegre, uma carícia, é sempre um rãio de esperança na alma, por mais difíceis que sejam os problemas que se apresentem.

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – O lar modesto, novembro/1954, p.63

Novamente, comportamentos afáveis incondicionais, como doçura e amabilidade, são representados como características essenciais para uma mulher, “por mais difíceis que sejam os problemas que se apresentem”. São essas as “qualidades” que vão garantir que ela possa devidamente exercer os seus papéis de esposa e mãe, já que

Excerto 15

(...) quando em um lar falta a assistência e o carinho da espôsa e da mãe – adverte o Dr. Bolton – o marido não vai ficar em casa. Sai, também, em busca de diversões, deixando abandonadas as maiores vítimas desse modo de vida: os filhos.

Jornal das Moças, A mulher que esquece - Os deveres da espôsa e o seu papel de mãe, outubro/1953, p.98

A culpa atribuída à mulher, subentendida nesse conselho, certamente terá um efeito significativo na jovem leitora da revista, principalmente quando se considera que, para o *Jornal das Moças*, a maternidade é um “direito divino” garantido apenas às mulheres, como atesta o excerto a seguir:

Excerto 16

(...) Um consôlo, entretanto, resta à mulher. Possui o maior de todos os direitos, aquele que nenhum homem será capaz e conseguir, seja qual fôr a sua profissão, sua posição ou sua riqueza. Até mesmo os acadêmicos que lhe impedem a entrada na Academia [de Letras] não o podem nunca conseguir, porque é um direito seu, unicamente seu, um direito sagrado, divino, grande, magnânimo, qual seja o direito de ser mãe.

Jornal das Moças, Os direitos de Eva, outubro/1951, p.11.

Temos então que, embora a mulher não tenha, como se afirma literalmente nesse trecho, o direito de entrar em uma Academia de Letras, o direito a maternidade lhe é assegurado. E ela não pode não fazer jus indevido a esse direito que a natureza, por obra divina, lhe concedeu: ela tem que se comportar, no ambiente doméstico, de modo sempre carinhoso e afável – independentemente da situação –, ou será responsável por fazer de seus filhos vítimas de abandono paterno.

É digno de nota que o *Jornal das Moças*, em nenhum dos textos examinados, culpabiliza o homem por quaisquer infortúnios domésticos. O fato de ele abandonar a família e sair “em busca de diversões” (excerto 15) não é recriminado pela revista, já que essa sua atitude é resultado da incapacidade da

mulher de manter a estabilidade familiar, uma responsabilidade feminina vista como precípua:

Excerto 17

(...) De si depende o futuro da família. É pela espôsa que o homem luta e faz sacrifícios. É pelo amor à espôsa e aos filhos que o homem muitas vezes comêta coisas que normalmente pareciam absurdas. Aprenda, e lute ao lado de quem se dedica ao trabalho para dar-lhe o máximo, na harmonia do lar.

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – O lar modesto, novembro/1954, p.63

Cumpre notar que à medida em que a revista vai construindo representações de feminilidade, paralelamente, ela também vai produzindo masculinidades. Esse conselho dado às “senhoritas” – em sequência injuntiva composta pelas formas verbais imperativas “aprenda” e “lute” – segue colocando a figura feminina em posição de quem deve apoiar incondicionalmente o homem, mesmo quando ele pratica ações “absurdas”. Observe-se, além disso que, no excerto acima, o exercício profissional masculino é considerado um ato de abnegação, um “sacrifício” que o homem faz por amor “à esposa e aos filhos”. E o que o *Jornal das Moças* tem a dizer sobre a profissionalização da mulher?

Excerto 18

A mulher vem procurando a emancipação por todos os meios ao seu alcance, sendo alguns atentatórios à sua feminilidade. Ela não quis resignar-se ao papel passivo e optou por lançar-se em busca de aventuras nas ocupações antes só destinadas ao sexo forte, procurando assim, penetrar no campo da luta para suprir as necessidades materiais da vida.

(...) E’ evidente que as mulheres, ao igualar-se com os homens, se elevaram com respeito à sua condição social, porém, perderam bastante em sua feminilidade.

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – Emancipação da mulher, julho/1954, p.62

A profissionalização é vista como um ato feminino de rebeldia – “Ela não quis resignar-se ao (seu) papel passivo” –, como uma aventura inconsequente, como uma ação que a descaracterizaria, pois, ao entrar no mercado de trabalho (reduto do “sexo forte”), ao emancipar-se, ela perde a “feminilidade”, atributo que lhe seria inerente e que, neste trecho, a revista equaciona, de forma muito explícita, à passividade.

Mas, se na década de 50, as atividades profissionais da mulher são vistas com suspeição, o que é que se espera dela, segundo o *Jornal das Moças*, no que se refere a sua capacidade de trabalho? A resposta a essa pergunta pode ser encontrada no excerto abaixo:

Excerto 19

Tôda dona de casa deve ser uma verdadeira enciclopédia de conhecimentos domésticos, se, de fato, quer honrar sua grande missão no lar, defendendo, outrossim, o orçamento familiar das investidas dos exploradores das necessidades alheias. E assim se explica a procedência de nossos conselhos no sentido de colaborar com as grandes heroínas da vida doméstica.

Jornal das Moças, A vida no lar...novembro/1953, p.69

O trecho acima foi retirado da introdução de um texto no qual a revista fornece, às suas leitoras, um conjunto de conselhos referentes a atividades domésticas: como remover manchas de quadros, como limpar vasilhas térmicas, como lavar luvas etc... Mais do que analisar o modo como cada um desses conselhos é estruturado, importa, aqui, atentar para o modo como, na introdução desse texto, o *Jornal das Moças* justifica a própria inserção desses conselhos na revista: a vocação natural da mulher é o trabalho doméstico. É removendo manchas, limpando e lavando apetrechos em sua própria casa que ela faz bom uso de sua força de trabalho, que ela se torna uma heroína e honra sua missão. Essa representação é reiterada continuamente pela revista ao longo da década:

Excerto 20

A nosso ver, a profissão de dona de casa é a mais honrosa que u'a mulher possa escolher, por isso que é uma das mais adequadas a tôdas aquelas que se propõem construir um lar, especialmente um lar com filhos (...).
Sòmente compreendendo a necessidade que tem de servir à hora e a tempo as pessoas da família que delas dependam, conseguirá uma dona de casa criar e manter a união e a harmonia (...).

Jornal das Moças, Meu Cantinho...junho/1957, p.20

Ser “dona de casa”, nesse trecho, é a “profissão” que cabe à mulher, ainda que ela não receba qualquer remuneração por esse tipo de trabalho, o que parece não ser uma questão para a revista, já que o que de fato importa, do seu ponto de vista, é que a mulher entenda que é sua obrigação estar “à serviço” de

todos da família o tempo inteiro, de modo a “manter a união e a harmonia” no lar. Mulheres que não seguem à risca essa orientação da revista, são fortemente por ela desqualificadas:

Excerto 21

(...) A mulher de hoje é um ser estranho. Quer, em tudo, imitar o homem. Usa calças compridas, fuma em casa e em público, entra sòzinha num bar ou restaurante, e acha que está fazendo bonito quando ordena ao garçon: “Traga um uísque duplo”. Julga ela que assim procedendo estará reafirmando sua independência e que é livre da influência do marido.

Jornal das Moças, A mulher que esquece - Os deveres da espôsa e o seu papel de mãe, outubro/1953, p.98

Lugar de mulher é o lar, não o bar! Observe-se que mulheres que ousam sair do reduto que lhes cabe, que se atrevem a “abandonar” os grilhões que as prendem às tarefas domésticas, mesmo que momentaneamente, são qualificadas como ingênuas por julgarem que “assim procedendo” podem escapar do jugo masculino.

Antes de me voltar à análise do modo *Capricho* de perceber as “regras” sociais de conduta de gênero ditadas pelo *Jornal das Moças* apontadas até aqui, gostaria de destacar que a representação de que ao homem caberia exercer uma profissão remunerada fora de casa, enquanto que as tarefas domésticas seriam exclusivamente destinadas às mulheres, persiste nos tempos atuais.

É claro que, atualmente, a sociedade vem se estruturando de maneira diferente daquela dos “anos dourados”. A inserção mais contundente da mulher no mercado de trabalho, uma necessidade para equilibrar o orçamento familiar, vem levando muitos casais a desenvolverem novos acordos, que envolvem a divisão das tarefas domésticas. No entanto, é comum ouvir, ainda hoje, expressões como “ele é um bom marido; ajuda em casa e com os filhos”, em que o homem é elogiado e enaltecido, como se ele fosse um “super-homem” por realizar tarefas que absolutamente não lhe competiriam. Isso acontece exatamente porque os papéis de gênero tradicionais ainda estão muito arraigados em nossa sociedade. Em sendo assim, um homem que cuida da casa e dos filhos é supostamente um homem que, além de desempenhar o seu papel de “grande provedor”, ainda está se sacrificando pela sua esposa, e não porque, numa ordem simples e lógica, ele também habita a casa e é pai das crianças.

No que segue, dedico-me a examinar os modos como a revista *Capricho*, assumindo para si a figura de “autoridade”, constrói representações de feminilidades nos conselhos que oferece às suas jovens leitoras.

A primeira coisa que chama a atenção é que, diferentemente do que é enfatizado no *Jornal das Moças*, nenhum dos conselhos observados na *Capricho* diz respeito aos papéis entendidos como “naturalmente” destinados à mulher – esposa, mãe e dona de casa –, o que não deixa de ser louvável³⁶.

Entretanto, o exame inicial do *corpus* também evidenciou a não existência, nessa revista, de conselhos explícitos destinados a orientar as jovens sobre sua (futura) vida profissional. Percebe-se em todos os exemplares da *Capricho* da década de 2000 um silenciamento no que se refere a essa temática, o que é significativo, já que o silêncio, como insiste Orlandi (1995), não quer dizer falta, ausência de significado. Ao contrário: o silêncio significa em si mesmo. Por que, então, é de se perguntar, essa publicação não buscava oferecer subsídios para que as jovens refletissem sobre as complexas questões envolvidas na escolha de carreiras profissionais e na sua inserção no mercado de trabalho? Afinal, isso era esperado, já que a profissionalização da mulher se constituiu em um dos mais importantes itens de pauta do movimento feminista iniciado no final da década de 60. Para esse movimento, a emancipação da mulher passava também pelo entendimento de que o seu “reino” não tinha que se resumir, necessariamente, ao lar, ao ambiente doméstico. Ora, se a profissionalização feminina não era uma questão para a *Capricho*, de acordo com o *corpus* que selecionei, o que havia nesse *corpus* de indicativo sobre o modo como a revista lidava, nos anos 2000, com os anseios por emancipação feminina, a bandeira de luta do movimento feminista instaurada já há décadas?

O slogan – “Seja diferente. Seja Você” –, introduzido pela revista em 2005, sugere, de imediato, uma adesão aos ideais desse movimento. Essa adesão, no entanto, é, do meu ponto de vista, e na melhor das hipóteses, apenas muito parcial. Embora a revista não enalteça a figura da “dona de casa”, por exemplo, os dados analisados revelaram que ela se posiciona, no mais das vezes, de forma

³⁶ Ressalte-se que em uma das edições da *Capricho* examinadas a revista até faz uma rápida menção ao casamento e à constituição familiar, mas apenas como algo a ser contemplado, pela jovem em um futuro muito distante.

muito contraditória com relação a esses ideais, como espero ser capaz de demonstra a seguir.

Esperava encontrar nas páginas da revista *Capricho* várias matérias que, em sintonia com o bordão “Seja diferente. Seja Você”, trouxessem reflexões sobre a emancipação feminina, já que nesse “Seja Você” está implícito que as mulheres não precisam se sujeitar ao que dela é esperado pela sociedade. No entanto, também considero o slogan uma forma de imposição, já que o uso do imperativo ordena que a leitora seja uma adolescente “diferente”, ou seja, um convite para performatizar uma outra forma de ser mulher. A única matéria encontrada nas 38 edições analisadas que aborda explicitamente a questão da emancipação feminina foi uma reportagem acerca do movimento feminista intitulada “Elas usam sutiã”, presente na seção “Vida Real” assinada por Bárbara Semerene. Embora não utilize a injunção, a matéria diz muito sobre o posicionamento da *Capricho* no que tange ao feminismo e, por isso, optei por utilizá-la para análise.

Nos anos 2000, o movimento das *Riot Girls*³⁷, encarado com uma nova onda do feminismo, ganhou espaço no cenário adolescente brasileiro. A matéria “Elas não usam sutiã” reúne sete garotas representantes da “nova e velha guarda do feminismo” para debater a luta pelos direitos das mulheres. Na abertura desse texto, a *Capricho* afirma:

Excerto 22

Sim, as feministas ainda existem. Só que, agora, frequentam shows hardcore e não queimam mais sutiã. (...) Elas são antifunk, [...] antiplástica, antichapinha, enfim, antipadrão de beleza. [...] São as novas, novíssimas feministas do país. Meninas que usam blogs e fotologs para discutir a opressão das mulheres, que montam bandas hardcore com letras de protesto e que são conhecidas pela denominação de riot girls (ou riot grrrls, as garotas encrenqueiras).

Capricho, *Vida Real - Elas usam sutiã*, novembro/2004, p. 80-81

³⁷ *Riot grrrl* (ou *riot girl*) é um movimento, originário dos anos 1970, que focaliza fanzines, festivais e bandas de *hardcore punk rock* e feminismo. A intenção do movimento é informar as mulheres de seus direitos e incentivá-las a reivindicá-los. Segundo as afirmações propostas pelo *Manifesto das Riot Girls*, escrito por Kathleen Hanna em meados dos anos 1990, uma *riot girl* é uma “garota assertiva, resoluta, com engajamento político em questões feministas. Os vários “rs” do Grrrl (...) lembram um som gutural que remete (...) às garotas raivosas”. Essas informações foram retiradas de: <http://www.modadesubculturas.com.br/2016/05/-historia-do-movimento-riot-grrrl-punk-feminismo.html>. Acesso em: 20 jan. 2017.

O termo “riot”, em inglês, pode ser entendido, em português, tanto como equivalente aos termos “desordem”, “alvoroço”, “arruaça”, quanto aos termos “insurreição”, “rebeldia”, “revolta”³⁸. É interessante observar que, na última linha do excerto acima, a *Capricho* opta por traduzir à expressão “riot girls”, não de “garotas que se insurgem, que se rebelam contra o *status quo*”, o que seria uma tradução plausível, mas, sim, por “garotas encrenqueiras”. O que precede essa definição de “riot girls” explica a tradução feita pela revista e a representação construída sobre elas. Essas garotas são, nos termos da própria revista, “encrenqueiras” – leia-se “um problema” – porque são “antiplástica, antichapinha, enfim, antipadrão de beleza”. Não deve ser esse o perfil da “garota *Capricho*”, da perspectiva da revista: elas são donas demais de si mesmas. E, de fato, as contestatórias “riot girls” não “compram” o ideal de feminilidade preconizado pela *Capricho*, como atesta excerto a seguir:

Excerto 23

“Já existem mais de 100 bandas feministas de hardcore no país”, diz Lúcia Almeida, 18 anos, dona do site hardgirls.com, sobre banda riot. Você já deve ter ouvido falar de algumas delas: *Dominatrix*, *Sündae*, *Hidra*, *Lava* e *Keep on riot*.

Capricho, *Vida Real - Elas usam sutiã*, novembro/2004, p. 80-81

O enunciado “Você já deve ter ouvido falar”, que aparece ao final do excerto, é indicativo de que a jovem, que é responsável por um *site* que focaliza “bandas feministas de hardcore no país”, ao conceder a entrevista à Bárbara Semerene, repórter responsável pela matéria, tem consciência de que ela, a entrevistada, e a *Capricho*, não compartilham dos mesmos ideais de feminilidade, no que ela tem razão. O enunciado “feministas ainda existem (...) e não queimam mais sutiã”, em tom de deboche ao movimento – o sutiã como símbolo de uma luta ultrapassada ou fracassada - bem como o próprio título da matéria - “Elas usam sutiã” –, indiciam que as feministas fazem parte de um grupo de mulheres que pensa e age de modo oposto ao que a revista propõe como modelo para as jovens. Em outras palavras, a revista diz para que a leitora não seja feminista, que a adesão a esse movimento a tornaria uma garota “encrenqueira”. A afirmação de uma

³⁸ Ver sentidos possíveis do termo “riot” disponibilizados, pelo dicionário on-line *Linguee*, em <http://www.linguee.com.br/portugues-ingles/search?source=auto&query=riot>. Acesso em: 20 jul. 2017.

identidade feminina produzida, implica, sempre, na exclusão de outra completamente contrária. Silva (2000, p. 82) considera que

afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre “nós” e “eles”. Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirma e reafirmam relações de poder (...). Os pronomes “nós” e “eles não são, aqui, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições-sujeito fortemente marcadas por relações de poder.

É bem verdade que a *Capricho* traz algumas matérias com artistas que carregam imagens de “ídolos rebeldes”, como, por exemplo, Avril Lavigne, cantora canadense e ícone dos anos 2000. É interessante observar, no entanto, que revista se refere a ela como a “princesinha do *pop punk*”. A utilização do termo “princesinha” serve para “esvaziar” o caráter contestatório que acompanha a imagem da cantora e de seu estilo musical. A revista deixa claro ter predileção por cantoras *pop* internacionais, como Britney Spears e Christina Aguilera, e brasileiras, como Pitty e Wanessa Camargo, cujos perfis se adequam mais ao modelo de referência que ela preconiza para suas leitoras e que difere do modelo adotado pelas *riot girls*:

Excerto 24

Britney Spears é um exemplo bom para as mulheres?

“A Britney representa um ideal de beleza e comportamento fabricado pela indústria americana”, acredita Elisa. E padrão de beleza é tudo o que as *riot* odeiam. (Elisa Gargiulo, vocalista da banda feminista de hardcore Dominatrix).

Capricho, Vida Real - Elas usam sutiã, novembro/2004, p. 80-81

A fala dessa outra entrevistada, Elisa Gargiulo, vai na contramão das representações de feminilidade ideal construídas pela *Capricho*. O único motivo pelo qual a revista “chama” jovens feministas como ela para expressarem seus pontos de vista, que se opõem à adoção de padrões idealizados “de beleza e comportamento” por serem construtos socialmente “fabricados pela indústria”, é para justamente desautorizar suas opiniões: afinal essas são apenas opiniões de “garotas encrenqueiras”, de “rebeldes sem causa”.

Esse posicionamento da *Capricho* é necessário, já que ela tem por meta induzir suas leitoras ao consumo e, para tanto, é fundamental que haja um ideal de beleza e comportamento que possam ser alcançados com os produtos que anuncia. Além de ser a revista *teen* mais vendida no período, não se pode esquecer que a *Capricho* também dá nome a uma linha variada de produtos femininos – os “Produtos CH” –, cuja venda é certamente de seu interesse.

Embora a *Capricho* empreendesse uma campanha de autenticidade da garota no período, em que “ser você” significa “ter estilo próprio”, “ser único”, Freire Filho (2007. p. 138) aponta que esse “estilo de vida, neste caso, refletiria a sensibilidade (ou a ‘atitude’) revelada na escolha de certas mercadorias e padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como modo de expressão pessoal”.

A *Capricho*, segundo esse mesmo autor em texto de 2006, se apropriou de algumas das conquistas do movimento feminista, justamente, para proclamar o desinteresse pelo movimento – fato também atestado na análise dos excertos 22, 23, e 24 feita anteriormente –, enfatizando em seu discurso as escolhas individuais proporcionadas pelo engajamento fabricado pela indústria do consumo, com uma roupagem de liberdade e conquista pessoal:

As eventuais experiências de empoderamento e de agenciamento são contidas num nível individual, não contribuindo para mudanças sociais significativas – a não ser a potencial ampliação do mercado juvenil de produtos e serviços com a marca registrada da autenticidade (FREIRE FILHO, 2006, p. 109).

Essa aparente liberdade e autonomia individual - sob o *slogan* “Seja diferente. Seja você” - conforme afirma Freire Filho (2006, p. 110), “são centrais no discurso do neoliberalismo e da cultura de consumo, fazendo com que os indivíduos pareçam empoderados ao consumir”, traduzindo anseios individuais em poderosos processos de regulação e controle. Segundo o autor, a *Capricho* tenta evidenciar a imagem de uma “nova adolescente” em sintonia como os tempos pós-feministas, mas acaba caindo em contradição, pois ao mesmo tempo que aconselha a jovem a ser “autêntica”, oferece às suas leitoras listas de conselhos sobre como agir, pensar, ou ter uma aparência física dessa ou daquela maneira. O trecho a seguir, é paradigmático de como esses conselhos são, em muitos dos casos, estruturados:

Excerto 25

1. Responder rapidamente uma mensagem não é sinal de “estar super a fim de alguém” e sim de “ser uma pessoa totalmente conectada”. Não se iluda – e não iluda.
2. Não responder mensagens é feio. Custa? Quer dizer, se é de um mala que a persegue, não é feio.
3. Mas...responder uma mensagem fofa com outra mensagem fofa é dar corda.
4. Capriche nas mensagens – mas de um jeito que pareça ter sido escrita em dois minutos. É a mesma coisa que se arrumar para parecer desarrumada.

Capricho, Assunto de amiga – A etiqueta dos torpedos, dezembro/2004, p. 83

Importa chamar a atenção para o último conselho dessa lista, no qual se pode observar o caráter injuntivo do enunciado, estabelecido pelo uso do verbo no modo imperativo: “Capriche nas mensagens – mas de um jeito que pareça ter sido escrita em dois minutos. É a mesma coisa que se arrumar para parecer desarrumada”. A orientação dada, portanto, não é que a jovem seja ela mesma – o que importa é só parecer ser ela mesma. Não se trata de ser autêntica, mas de agir como se fosse. O ensinamento dado aqui pela revista é como ser falsamente autêntica, convincentemente *fake*.

Assim como fez o *Jornal das Moças* na década de 1950, a *Capricho* continua, nos anos 2000, enfatizando a questão da importância da beleza física feminina, do cuidado com a aparência, com o corpo a mulher. Além das incontáveis propagandas de produtos e serviços destinados a garantir essa condição, os próprios títulos e subtítulos de algumas das matérias veiculados por essa revista no período são significativos nesse sentido. Na tabela abaixo, elenco apenas alguns deles à guisa de exemplo:

	TÍTULO	SUBTÍTULO	DATA
1.	“Férias: 10, Gorduras: Zero”	Quatro garotas adeptas da fórmula “férias = malhação” dão dicas para você voltar às aulas em forma e no maior pique.	Dezembro/2004
2.	“A dieta amiga”	Letícia Flores, da Galera ³⁹ , é a prova de como a turma pode fazer a gente evoluir. Depois de mudar os hábitos alimentares para emagrecer, uma amiga contagiou a turma, que passou a comer de forma mais saudável.	Abril/2004
3.	“Bumbum durinho”	4 exercícios para entrar em forma em casa	Abril/2004
4.	“Curvas na medida”	Uma boa e uma má notícia – na verdade, realista. A boa: é possível enrijecer, diminuir, modelar seu corpo bem lá, onde a calça de cintura baixa parece sacanear você. A realista: <u>respeite os limites do seu corpo e tenha força de vontade.</u>	Mai/2004
5.	“Menino-menina”	Se jogue no guarda-roupa dos amigos e dê seu toque feminino. É o jogo dos opostos da moda. Aprenda as regras.	Julho/2004
6.	“Pêlo sim, pêlo não”	Bom não é, mas cabeluda não dá pra ficar. Escolha o método de depilação mais conveniente a você	Março/2005
7.	“Guerra à barriga”	A nova modinha para definir a barriga são as injeções de alcachofra. Mas os médicos ainda não recomendam.	Novembro/2004
8.	“É do babado!”	A microssaia sai de cena e deixa seu legado sexy para as mínis com volume. Mas ingênuas e femininas.	Abril/2005
9.	“Tudo lilás”	Um make moderno – sem ser extravagante e à prova de meninos.	Abril/2005
10.	“Sem erro!”	Saiba as mancadadas que você dá na hora de cuidar dos cabelos – e aprenda a deixá-los lindos da maneira certa	Setembro/2010

Tabela 9: Títulos e subtítulos de algumas matérias da *Capricho* que tematizam a beleza feminina e a “boa forma”

Os títulos e subtítulos das matérias acima elencadas, são todos eles muitos sugestivos da forma como a “tirania da beleza e do corpo perfeito” pautam, ideologicamente, a *Capricho*. É preciso que a jovem mulher faça investimentos de toda sorte para “consertar” seu corpo, para ter uma aparência “perfeita”, para se adequar aos padrões vigentes – quer esse seja, de fato, o seu desejo, ou não. Um exemplo é a questão da depilação. Muitas das mulheres que conheço gostam de se depilar, enquanto outras, preferem não fazê-lo. Depilar-se, ou não, deveria ser uma opção da mulher. Para a *Capricho*, no entanto, não há alternativa, como se depreende do subtítulo da matéria intitulada “Pêlo sim, pelo, não”: “Bom não é, mas cabeluda não dá pra ficar. Escolha o método de depilação mais conveniente a você”.

Também é interessante observar que a revista, por vezes, faz uso do diminutivo, não para infantilizar sua leitora, mas como eufemismo para atenuar o

³⁹ Referência à “Galera Capricho”, grupo de meninas escolhido pela revista para atuar como representantes da marca CH e consultoras da redação por um ano, como uma ligação mais efetiva entre as leitoras e a revista. Essas informações foram retiradas de: <<https://capricho.abril.com.br/vida-real/o-que-e-como-participar-tire-todas-as-suas-duvidas-sobre-galera-capricho/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

caráter impositivo de seus conselhos àquelas que não correspondem aos ideais de beleza por ela veiculados:

Excerto 26

Adaptar tendências ao dia-a-dia nunca é fácil. Principalmente quando a gente está um pouquinho acima do peso, fora de forma...Mas existem algumas regrinhas básicas, que devem ser adequadas ao se estilo:

1. invista em looks monocromáticos
2. Use decote “V” ou transpassados
3. Use brincos para destacar o rosto e deixe o colo livre
4. Use mangas $\frac{3}{4}$ ou dobre a manga comprida da jaqueta
5. Evite cintos grossos.
6. Use calças retas e saias evasês
7. Escolha roupas com tecidos firmes e evite estampas
8. Tons escuros emagrecem
9. Os sapatos plataforma dão mais base para o seu corpo.
10. Camisas estruturadas são bem-vindas.

Capricho, Bazar - Cheinha, maio/2005, p. 40.

Os conselhos acima são dirigidos às jovens cujos corpos que não estão dentro dos padrões de magreza pré-estabelecidos como desejáveis: elas são moças “cheinhas”, “um pouquinho acima do peso”. Mas, isso pode não ser um problema se elas cumprirem as dez “regrinhas” listadas pela revista: “Evite cintos grossos”, “Use calças retas e saias evasês” etc. O que temos aqui, novamente, é que, para a *Capricho*, a questão não é a garota ser autêntica, a despeito do seu bordão (“Seja Você”): o que importa realmente é ela parecer sê-lo.

A linguagem informal e mais “descolada” empregada pela *Capricho* para veicular seus conselhos pode sugerir que essa revista tem um discurso menos autoritário do que o *Jornal das Moças*. Isso, entretanto, não corresponde ao que os dados aqui analisados dizem. Isso, entretanto, não corresponde ao que os dados aqui analisados dizem. Ocorre que o discurso da *Capricho* é construído de forma a fazer com que a revista pareça mais colaborar com as garotas do que ser uma reguladora explícita de conduta, papel claramente assumido pelo *Jornal das Moças*. A *Capricho* se aproxima tanto da leitora para criar essa identificação com ela, que o tom impositivo da linguagem parece não existir. Porém, é justamente nesse tipo de linguagem que residem as “armadilhas linguísticas”, “para apanhar despreparado o espírito das mulheres” (BUITONI, 2009, p. 192):

quando o tom impositivo prefere usar o pretexto de uma conversa amigável, então a função conativa é a escolhida. À semelhança das receitas de culinária, que mandam misturar ovos e farinha, sempre no imperativo, as matérias de moda, beleza, decoração etc. não passam de receituário que usam o mesmo modo verbal, dando as diretrizes para ser bonita, bem vestida e morar bem. Tudo vira receita de como se deve fazer para ser o modelo de mulher apresentado

Os excertos que venho discutindo revelam que *ambas* as revistas, e não apenas o *Jornal das Moças*, operam por meio de “receitas de comportamento” bastante severas.

No que segue, focalizo o modo como essas “receitas” se caracterizam quando o tema diz respeito à vida sentimental das mulheres na juventude.

4.1.2 A conquista amorosa: do flerte ao noivado, do *xaveco* ao namoro

Não é de se espantar que a maior parte dos textos encontrados nas leituras das duas revistas aqui focalizadas tematizam a conquista amorosa: esses textos objetivam ensinar a jovem a “fisgar” o seu “príncipe encantado”. O grande diferencial é que o *Jornal das Moças* entende que a jovem deve fazer uma escolha acertada, uma escolha para o casamento, já que, nos “anos dourados”, não era aceitável que a mulher se separasse do marido ou viesse a se casar mais de uma vez. A revista *Capricho*, no entanto, focaliza a conquista amorosa em seus conselhos às jovens como um passo para se chegar, no máximo, ao namoro.

É sabido que a conquista amorosa nos anos 1950 não se fazia apenas com os diretamente envolvidos no processo, mas estava cercada de regras sociais e da vigilância da família. Utilizo para discutir essa questão, três matérias do *Jornal das Moças* que abordam o assunto: “Os grandes desastres – Estou, de fato, enamorada?”, “Flertar não é amar” e “Bom dia, senhorita – Os casais de namorados”.

Um dos primeiros passos para estabelecimento de qualquer envolvimento amoroso nos “anos dourados” é saber se a jovem estava, de fato, apaixonada, já que, nesse período, existia o ideal do “amor romântico” e a possibilidade de escolha do cônjuge, claro que sem exceder os limites de autoridade paterna.

Valendo-se do discurso de autoridade de sociólogos e psicólogos que, segundo ela, afirmam existir alguns sintomas que confirmam esse estado, a revista se apresenta à leitora quase que como um “consultório sentimental”.

Excerto 27

(...) Quando se separa do homem de seus sonhos o tem sempre presente em tudo o que vê e faz? Se ocorre algo divertido, fica com vontade de contar a êle? Na hora do crepúsculo, vendo o “por do sol” sente vontade de vê-lo ao seu lado admirando também o quadro da natureza? Escreve-lhe cartas dizendo: “Tu e eu devemos voltar algum dia aqui para ver isto junto.” (...) Se pode responder “sim” a tôdas estas perguntas com sinceridade, é bem provável que você esteja verdadeiramente enamorada.

Jornal das Moças, Os grandes desastres – Estou, de fato, enamorada?, janeiro/1950, p.68

As perguntas reproduzidas acima têm por função ajudar a jovem a saber se ela está, ou não, apaixonada, pois isso é, segundo o *Jornal das Moças*, importante para garantir um futuro matrimônio duradouro, mas também para “diminuir a margem de erro” na própria escolha do pretendente, já que também não ficava bem para uma moça “desmanchar” namoros e noivados.

O *Jornal das Moças* faz uma distinção muito clara entre o amor e a paixão. O amor é considerado um sentimento legítimo, pois é por meio dele que a jovem se encaminha para o casamento, assegurando os valores da família e a harmonia da união conjugal. A paixão, por outro lado, é entendida pela revista como um sentimento efêmero e reprovável; o seu caráter físico e erótico, resulta em desrespeito à moral e à ordem (BASSANEZI, 2014). Daí a necessidade de a jovem saber se está de fato “enamorada” de um rapaz ou apenas atraída fisicamente por ele.

A revista também distingue o amor do flerte. Ao iniciar a análise dos textos, pressupus que o “flerte” dos anos 1950 equivaleria à “paquera” dos anos 2000, mas eu estava enganada. O flerte, para a revista *Jornal das Moças*, era uma atitude perigosa, pois poderia desvalorizar a mulher perante os homens. No texto “Flertar não é amar”, assinado por Françoise Perret, a autora, que considera que flertar significa ter uma “aventura coquete” com qualquer pessoa, faz um alerta à jovem:

Excerto 28

Geralmente, a moça flerta para se distrair e, com isso, mancha o idioma do amor. Gostam de sentir-se perturbadas e de perturbar o coração dos homens; depois vem o cansaço e buscam sempre novos “partenaires”. Estas criaturas não pensam em amor, mas jogam com uma ilusão, um divertimento leve, que encobre uma sensualidade disfarçada. Tenha cuidado, minha amiga, não sirva de assunto para uma conversa frívola entre rapazes.

Jornal das Moças, Flertar não é amar, junho/1953, p. 18

O flerte é uma atitude reprovável, não apenas por ser visto como um ato inconsequente, uma “distração”, mas também porque evidencia a existência do desejo feminino, algo que nem em sua forma mais “encoberta”, disfarçada deveria vir a público socialmente. O flerte, assim como a paixão, “mancha” a honra da garota e pode destruir o sonho do casamento, já que a jovem se tornaria “assunto” na conversa dos rapazes:

Excerto 29

-Vais sair com fulana? Ah! Muito bem, ela é bonita e abraça muito bem.
 - Também estás interessado nela?
 - Eu? Não! Apenas um flerte agradável; isto é tudo. Ela não é uma moça com quem a gente se case...

Jornal das Moças, Flertar não é amar, junho/1953, p. 18

A voz dos rapazes aqui reafirma a distinção clássica entre “mulher para divertimento” e “mulher para casamento”. Note-se que, mais uma vez, o *Jornal das Moças*, coloca a jovem na posição de quem não pode ter um “flerte agradável”, não pode se divertir; apenas o homem tem o direito de fazê-lo.

Mas, à jovem se não é permitido flertar, como então ela deveria proceder para conquistar um rapaz que pudesse se tornar seu marido? A revista enfatiza que, em se sabendo com qual homem se desejava namorar, a mulher deveria dele se aproximar, de modo a chamar sua atenção, mas sempre com atitudes muito recatadas.

Não bastava, no entanto, que a jovem conquistasse a atenção do jovem eleito para ser o seu “príncipe encantado” para que ela pudesse se ver livre dos cerceamentos sociais. Ela continuaria tendo que tomar muitos cuidados em relação às regras sociais voltadas, não apenas para o namoro, mas também para o noivado,

etapa em que o jovem casal assumia publicamente o compromisso de “contrair núpcias”. Os dois excertos abaixo dizem respeito a tais regras:

Excerto 30

E' comum ver-se casais de namorados entrelaçados pela cintura, não só nos bairros como nos centros mais populosos, e, embora estejamos já acostumados a mudanças radicais dos costumes, ficamos chocados com êsses novos hábitos que depõem contra os jovens de ambos os sexos.

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – Os casais de namorados, setembro/1954, p. 61.

Excerto 31

Tratando-se de um homem bom, as manifestações afetuosas podem ser uma prova de seu carinho, mas, ainda assim, a mulher não deve deixa-lo chegar a tais extremos de confiança.

(...) Assim, não se deve proceder inconvenientemente – não só pelo que os outros dizem – mas sim por sua própria causa, pois é prejudicial para a mulher essa maneira de ir pela rua com seu namorado ou noivo.

Se ambos se amam tudo será melhor, caso contrário, ela sofrerá as consequências de seus atos deselegantes e de falso modernismo.

Jornal das Moças, Bom dia, senhorita – Os casais de namorados, setembro/1954, p. 61

A sociedade estava, de fato, passando, na década de 50, por muitas transformações sociais, por “mudanças radicais de costumes”: como descrito no excerto 30, os namorados começavam a demonstrar fisicamente o afeto que nutriam uns pelos outros em público, atitude mal vista pelo *Jornal das Moças*, pois depunha “contra os jovens de ambos os sexos”. É curioso observar, no entanto, que os dois conselhos emitidos pela revista no excerto 31 – “(...) a mulher não *deve* deixa-lo chegar a tais extremos de confiança” e “Assim, não se *deve* proceder inconvenientemente (...)” – são dirigidos apenas à “jovem senhorita” a quem o texto é destinado. A relação de causa e efeito – se não x, então y – presente no enunciado “Se ambos se amam tudo será melhor, caso contrário, ela sofrerá as consequências de seus atos deselegantes e de falso modernismo”, reforça o caráter injuntivo do texto e contribui para que garota aja da forma como a revista está indicando⁴⁰. Afinal, se andar abraçados em público significa que tanto a moça,

⁴⁰ Como explica Rosa (2003), a utilização de orações condicionais faz com que o conselho assuma um caráter de comando obrigatório no texto injuntivo, já que se não cumprido, o objetivo ultimo também não é atingido.

quanto seu namorado ou noivo, serão mal avaliados pela sociedade, só ela será vítima dos desdobramentos, das consequências negativas desse ato.

A conquista amorosa é, também para a revista *Capricho*, um tema importante. Mas há uma diferença significativa entre o modo como essa revista lida com o estágio inicial do processo de sedução: enquanto o *Jornal das Moças* recrimina o flerte, a *Capricho* incentiva o “xaveco”, a paquera.

Um ponto interessante evidenciado nos textos da *Capricho* é o modo como ela parece valorizar atitudes assertivas da mulher, que eram, em contrapartida, desaconselhadas, repreendidas pelo *Jornal das Moças*:

Excerto 32

Ah, se você pudesse dar o primeiro passo...Espere aí, você pode! Tomar a iniciativa demonstra segurança e maturidade: só uma garota bem resolvida banca o risco de ouvir um “não” sem deixar isso abalar a sua autoestima. E não tem nada a ver com ser oferecida – basta saber a hora de passar a vez para o garoto. Quer saber como? Comece investindo na sua autoconfiança!

Capricho, Comportamento – Sim, você pode, abril/2010, p. 85.

À primeira vista é elogiável a posição da revista, mas o que se verificou é que essa confiança em si mesma, para a revista, é uma qualidade a serviço da figura masculina. Não foram encontrados no *corpus* investigado evidências de conselhos sobre autoestima e autoconfiança feminina que não tivessem por finalidade agradar o garoto, corresponder às suas expectativas.

A *Capricho* se preocupa em fornecer, às suas leitoras, orientações para que elas consigam conquistar os garotos:

Excerto 33

Você está mesmo disposta a namorar, certo? Quer descobrir o que está afastando os caras legais de você? Veja o check-list dos pequenos detalhes que fazem a diferença na hora de conquistar um menino

Capricho, Reprograme seu coração, agosto/2004, p.78

Se no *Jornal das Moças* a preocupação na hora da conquista era com o comportamento da jovem, embora a aparência física também contasse, na *Capricho*, a questão do visual feminino é fundamental para o sucesso na conquista. No texto do qual o excerto 33 foi retirado, a revista incentiva a garota a convidar suas amigas para ajudá-la a fazer uma avaliação de seus pertences:

Excerto 34

(...)
 Olhem juntas o guarda-roupas, o kit de maquiagem, os acessórios, tudo. Atualize-os.
 (...) Discutam o que valoriza e prejudica o seu tipo físico e quais são os seus pontos fortes (como os olhos, seios, bumbum, pernas e boca)

Capricho, **Reprograme seu coração**, agosto/2004, p.78

Vê-se aqui, novamente, o esforço da revista em levar a jovem a consumir, materializado pela forma imperativa empregada do verbo “atualizar”. Se tudo o que a jovem possui – roupas, kit de maquiagem, acessórios etc. – não estiver absolutamente de acordo com as “últimas tendências” da moda é essencial que ela vá às compras. Sem que ela faça isso, sugere a revista, ela provavelmente não conseguirá valorizar as partes do seu corpo, condição vista como necessária para a conquista amorosa.

Num segundo plano, a *Capricho* também aconselha a jovem a rever o modo como “xaveca”:

Excerto 35

(...) da próxima vez que for conversar com um gatinho na balada, tente ser mais você mesma e agir com mais naturalidade. Veja outros detalhes que podem estar derrubando a sua abordagem.

- Será que você não é do tipo que fala demais quando nervosa? Evite fazer isso na tentativa de disfarçar insegurança. Isso pode intimidar o menino. “Garotos não gostam de quem tem o discurso pronto”, atesta o psicólogo Orlando DeMarco.
- Em vez de ficar provando para o cara o quanto você tem opinião formada sobre tudo, parta para os elogios. (...)
- Evite criticar ou chamar a atenção para os pontos fracos do garoto – principalmente na frente dos amigos dele. Você também não sairia correndo?
- Não é legal falar demais, mas também ficar muda por pura timidez desanima qualquer um.
- A melhor abordagem é a criativa. Nada de repetir a mesma ladainha que sua amiga usou. Seja autêntica.

Capricho, **Reprograme seu coração**, agosto/2004, p.78

Nesse excerto a revista propõe, de maneira bastante enfática, que a garota, ao tentar atrair a atenção de um rapaz, seja “autêntica”, que ela busque ser mais ela “mesma e agir com mais naturalidade”. No entanto, a *Capricho*, nesses mesmo excerto, dita regras a serem seguidas, o que contrária a sua primeira proposição: “seja autêntica”, mas não seja tímida, não tenha “opinião formada sobre tudo”, não fale demais. Ressalte-se que para que essa última orientação não seja

contestada, a revista chama a voz de um psicólogo, Orlando DeMarco, de forma a legitimar o seu conselho.

Os conselhos da *Capricho* voltados para a conquista amorosa dizem respeito ao estabelecimento, tanto de relações fugazes com um “ficante”, quanto de relações estáveis com um namorado. Namorar “de verdade” para a *Capricho*, é namorar “sério”, o que ocorre quando a garota está disposta a, de fato, se comprometer com um garoto. Em uma de suas edições, a revista oferece à leitora o “Guia do bom namoro – Superdicas de quem namorou ou está namorando”. Esse guia, publicado na seção “Receita” (em caráter “especial”), contém cinco páginas de “dicas”, número considerável, pois a seção, tem, costumeiramente, apenas uma página. São 35 “dicas” comentadas, ou pela própria revista, ou por garotos e garotas que namoram ou já passaram por essa experiência e que, por isso, são conclamados a opinar sobre elas. Essas “dicas” estão organizadas por tópicos e algumas delas se constituem em conselhos interessantes para as garotas, como, por exemplo, “não abra mão das suas qualidades”, “deixe seus valores claros”, “cuidado com caras possessivos que querem abafar sua personalidade”.

Em matéria publicada na seção “Receita”, as jovens são ensinadas a lidar com as “concorrentes”, ou seja, com garotas que podem ameaçar a estabilidade do seu namoro. A questão da rivalidade entre garotas, situação observada desde a infância nas pequenas competições diárias, ganha força com a chegada da adolescência, pois agora é o “homem” que está em jogo. Assim como no *Jornal das Moças*, na *Capricho* as representações de feminilidades também se pautam pela constituição da mulher como “mulher para o homem” (FISCHER, 1996, p. 218). Em sendo assim, a revista enfatiza que é necessário saber “segurar” o parceiro escolhido, principalmente quando uma (possível) rival entra no jogo amoroso. E o que é interessante que a garota faça quando esse é o caso?

Excerto 36

Respire fundo, não fique emburrada com ele, deixe a garota sem graça, não pegue tanto no pé.

Capricho, Receita – como lidar com as concorrentes, agosto/2003, p. 38

Típico dos conselhos dados pela *Capricho* na seção “Receita”, bem como em várias outras, também esse se caracteriza pelo seu caráter injuntivo, pelo tom de

obrigatoriedade dos comandos ordenados (ROSA, 2003), materializado pelos verbos no modo imperativo: “respire”, “não fique”, “deixe”, “não pegue”. E de modo a contribuir para que os conselhos dessa seção sejam “eficazes”, a revista frequentemente insere nos textos nela contidos outras vozes de autoridade. No caso do texto de onde o excerto 36 foi retirado, a revista insere, como forma de legitimar o conselho nele contido, os seguintes enunciados: “leitoras da *Capricho* que já passaram por isso contam como reagiram” e “psicólogos dão dicas espertas”.

Os conselhos da *Capricho* não se dirigem única e exclusivamente a garotas que estejam namorando. Na mesma edição da revista de 2004 em que aparece o “Guia do bom namoro – Superdicas de quem namorou ou está namorando”, a revista também apresenta, na seção “Vida Real”, o “Guia das Solteiras – dez coisas para fazer antes de namorar sério”. Vejamos o que é dito na introdução desse último guia:

Excerto 37

Namorar é bom, mas também dá trabalho. Sem falar que um namorado pode “impedir” a gente de fazer muuuuitas coisas que, aparentemente, não rimam com compromisso. Meninas que perceberam as vantagens de estar livre, leve e solta fizeram um check-list de dez coisas que pretendem fazer antes que um namorado apareça para dificultar tudo. Corra aí!

Capricho, **Vida Real – Guia das solteiras**, agosto/2004, p. 96

Embora a *Capricho* aponte, nesse trecho, vantagens em se estar “solteira”⁴¹ – dá menos trabalho para a garota, ela não corre o risco de ter um garoto dificultando a sua vida, ou impedindo que ela faça o que deseja fazer –, ainda assim a revista orienta a jovem a “correr” para usufruir dessas vantagens, já que o surgimento de um namorado é visto como algo inevitável. Se, para o *Jornal das Moças*, o destino “natural” da mulher era o matrimônio, para a *Capricho* esse destino parece ser o namoro.

No que segue, reproduzo uma lista, elaborada pela revista, com as dez “coisas” que a jovem “solteira” deve fazer antes que um namorado apareça em sua vida:

⁴¹ Saliente-se que o sentido do termo “solteira” nessa matéria, bem como em outras da *Capricho*, refere, não a mulher que não é casada, mas a jovem que não tem namorado.

Excerto 38

- 1 - Fazer escolhas profissionais.
- 2 – Sair muito para dançar sem dar satisfação.
- 3 – Passar no vestibular para medicina.
- 4 – Ficar com meu melhor amigo.
- 5 – Estudar no exterior.
- 6 – Ter vários rolos.
- 7 – Vestir o que quiser.
- 8 – Curtir o Carnaval de Salvador.
- 9 – Me dedicar à dança.
- 10 – Morar com amigas.

Capricho, **Vida Real – Guia das solteiras**, agosto/2004, p. 96

Em tese, nenhuma das ações acima deveria ter relação direta com o ato de estar ou não namorando, mas é assim que elas são apresentadas pela revista, que entende que a jovem, ao relacionar-se com um garoto, perde, invariavelmente, a sua autonomia e passa a viver de acordo com a permissão, ou não permissão, que o garoto lhe dá para agir. A ingerência masculina na vida da mulher é, de certa forma, autorizada pela *Capricho*. Por meio de uma sequência injuntiva composta por verbos no infinitivo e organizada em lista, a jovem é aconselhada a agir como bem entende enquanto é tempo.

Saliente-se que, assim como o casamento nos anos 1950 significava a negação última da individualidade da mulher, o namoro, na *Capricho*, é representado como sendo impedimento para que ela, não só faça coisas que lhe dão prazer (“vestir o que quiser”, “morar com a amiga”, “curtir o Carnaval de Salvador” etc), mas também faça planos de vida, como “fazer escolhas profissionais” ou “estudar no exterior”⁴².

Em sintonia com o que foi anteriormente dito, na seção “Assunto de amiga”, a revista propõe uma espécie de teste para a garota descobrir se o seu namorado é ou não um “cara” machista.

⁴² É importante sublinhar aqui que nos textos da *Capricho* considerado para análise, apenas o que se refere ao excerto 37 faz alguma menção à vida profissional ou estudantil da mulher.

Excerto 39

- 1 – Ele reclama da sua roupa e diz que está curta. E faz chantagem: se você não mudar, ele não vai sair.
- 2 – Ele costuma dizer que meninas que saem muito com outros garotos são galinhas. E que garotos que saem com outras meninas são garanhões.
- 3 – Ele fica irritado se você diz que acha os garotos da Malhação gatos! Mas ele adora falar da Daniella Cicarelli.
- 4 – Ele dá em cima de meninas na sua frente. E, por causa dessa atitude, ele se acha. Cruzes!
- 5 – Ele fica patrulhando as suas atitudes. Mas adora ter atitudes ridículas com os amigos ogros dele.

Capricho, Assunto de amiga – Infiltrado na rede, janeiro/2005, n.957, p. 79.

A revista propõe que a garota descubra se o namorado dela tem atitudes machistas, mas, de fato, não questiona esse tipo de comportamento masculino, o que serve para reforçar o ideário social de que “os homens são assim mesmo”, de que é uma natureza “instintiva” que os fazem agir desse jeito. “Cruzes!”, no item 4, é a única manifestação negativa da revista, mas ela parece se referir muito mais ao fato de que o namorado “se acha”, ou seja, se gaba de dar “em cima de meninas” na frente da namorada, do que desse seu comportamento em si. Como esse teste não é acompanhado de qualquer orientação à jovem de como proceder, caso ela conclua, ao seu término, que o namorado é machista, o teste acaba funcionando, nesse caso, como instrumento útil para se constatar um fato “natural”.

Em outro texto, a *Capricho* fornece conselhos sobre como transformar “homens mulherengos”, uma representação de masculinidade também naturalizada pela sociedade, em “fiéis namorados”. Em uma de suas “dicas”, a revista faz o seguinte alerta:

Excerto 40

- 7 – Você perde pontos se já tiver ficado com algum amigo dele. Os caras galinhas tendem a ser supermachistas. Por gostarem de desafios, preferem as que têm fama de difícil.

Capricho, Receita – Como transformar um galinha em fiel namorado?, maio/2004, p. 63

Mais uma vez o perfil do namorado, ou possível namorado, como um homem machista é abordado pela revista, mas esse tipo de comportamento masculino não é colocado em discussão. Ao contrário, ela endossa o machismo, ao

orientar a garota a ser “difícil”, caso contrário ela “perde pontos” junto ao seu namorado, que quanto mais infiel for, mais machista será. Talvez o próprio entendimento acerca do machismo esteja equivocado na *Capricho* que, por vezes, parece entender machismo como sinônimo de virilidade. A “natureza” da mulher seria, portanto, agradar a qualquer custo o homem, é atender aos seus anseios, mesmo quando ele, nos termos da própria revista, é “galinha” e “supermachista”.

No que segue, teço algumas considerações sobre o modo como a questão da sexualidade feminina é focalizada nas duas revistas.

4.1.3 A sexualidade feminina: da moça “recatada” à jovem “liberada”

A revista *Jornal das Moças* não aborda abertamente questões relativas à vida sexual das jovens em suas páginas, pois o assunto “sexo” estava, nos anos 1950, como observa Bassanezi (2014), exclusivamente ligado à preparação para o casamento e a maternidade. Esse é o motivo pelo qual há, nas edições dessa revista publicadas no período, apenas duas seções voltadas para essa temática, a saber: “Educando para o lar” e “Preparação para as noivas”. Essas duas seções, que não fazem parte do *corpus* dessa pesquisa, pois estão voltadas para as mães, faziam parte das seções maiores e regulares da revista, intituladas “Evangélicos das mães” e “Falando às mães”, o que demonstra que a revista pressupunha, em primeiro lugar, que a prática sexual tinha como fim exclusivo a reprodução e, em segundo, que seria de inteira responsabilidade materna a tarefa de preparar suas filhas para o casamento, ou, em outras palavras, vigiar e proteger a sua virgindade.

Conforme também elucida Bassanezi (2014), o *Jornal das Moças* não discutia a prática sexual enquanto alvo da curiosidade ou da satisfação pessoal das jovens, mas buscava atuar como um pequeno manual de informações “decentes” a serem lidas e repassadas, com algum filtro, pelas mães às suas filhas. A desinformação em relação ao seu próprio corpo somada à moral religiosa, despertava sentimentos ao mesmo tempo de culpa, nojo e vergonha, já que “dificultar o conhecimento a respeito do corpo é uma das formas de evitar que as mulheres possam expressar, sem tantos medos, a sua sexualidade” (BASSANEZI, 2014, p. 128).

No *corpus* aqui analisado, há uma única menção explícita feita à expressão do desejo feminino, como vimos, no excerto 28, reproduzido novamente abaixo, em que a moça que ouse ser sensual, mesmo que de forma muito velada, é alvo de crítica por parte da revista.

Excerto 28

Geralmente, a moça flerta para se distrair e, com isso, mancha o idioma do amor. Gostam de sentir-se perturbadas e de perturbar o coração dos homens; depois vem o cansaço e buscam sempre novos “partenaires”. Estas criaturas não pensam em amor, mas jogam com uma ilusão, um divertimento leve, que encobre uma sensualidade disfarçada. Tenha cuidado, minha amiga, não sirva de assunto para uma conversa frívola entre rapazes.

Jornal das Moças, Flertar não é amar, junho/1953, p. 18

No mais das vezes, o que se tem são conselhos do *Jornal das Moças* para que as jovens mantenham atitudes recatadas, comedidas, não se deixando abraçar em público ou exibindo rubor em suas faces para demonstrar timidez, por exemplo, de modo a se manterem como “objeto” valorizado no mercado matrimonial.

A maioria das jovens dos anos 2000, ao contrário das moças dos anos 1950, parece ser muito mais livre, pelo menos em alguns contextos⁴³, de cerceamentos à expressão da sua sexualidade. Quando esse é o caso, ela pode demonstrar que está “a fim” de um garoto por quem se sente atraída, por exemplo, ou até mesmo estar disposta a manter relações sexuais com ele antes do casamento, sem, teoricamente, sofrer o peso de um julgamento social negativo por esses motivos.

No que segue, reproduzo um conselho retirado de um texto, intitulado “Quero Mais! Como mostrar que está a fim”, da seção “Assunto de amiga”, assinada por Giovana Gonzales e publicado em 2006. Nele, a jovem é orientada pela *Capricho* a como proceder para seduzir um rapaz, de modo a satisfazer seu próprio desejo.

⁴³ A maior ou menor liberdade da jovem brasileira depende, evidentemente, da conjuntura social e familiar na qual ela está inserida.

Excerto 41

(...) use modelitos ousados quando estiver com ele, invente programas a sós (...), crie situações para amassos, beije o cara em lugares inusitados, tenha camisinhas.

Capricho, Assunto de amiga: Quero Mais! – Como mostrar que está a fim, janeiro/2006, p.86

Esse excerto deixa transparecer um movimento completamente contrário à representação de feminilidade identificada no *Jornal das Moças*. A jovem que lê a revista *Capricho* é impelida a ficar a sós com o garoto para ter a oportunidade de fazer sexo com ele, com a recomendação “tenha camisinhas”. A revista, portanto, incentiva a jovem a tomar a iniciativa quando o assunto é sexo, algo nem remotamente aventado pelo *Jornal das Moças*. Mas, ao mesmo tempo que estimula a prática sexual, a *Capricho* recomenda cautela às jovens: a garota não deve ter pressa em se relacionar sexualmente com um garoto, pois, como adverte a revista,

Excerto 42

(...) se você ficar encanada do tipo ‘preciso dar para este garoto já’, vai estragar os bons momentos que tem com ele.

Capricho, Assunto de amiga: Quero Mais! – Como mostrar que está a fim, janeiro/2006, p.86

Como forma de assegurar que a jovem leve em consideração esse seu conselho, a revista se vale de três recursos linguísticos: (i) de formas verbais imperativas (“use”, “invente”, “crie”, “beije”, “tenha”) (ii) do emprego da conjunção condicional “se” para estabelecer uma relação de causa e efeito (“se você fizer ficar encanada (...) vai estragar os bons momentos que tem com ele”) e (iii) de um léxico muito particular (‘preciso dar para este garoto já’), próximo do linguajar descontraído utilizado por jovens.

Importa aqui examinar mais detidamente o uso do enunciado ‘preciso dar para este garoto já’, que parece “reproduzir” a fala de uma jovem. Por meio desse recurso, a revista procura se aproximar da sua jovem leitora, posicionando-a como livre sexualmente. Ocorre que uma análise mais aprofundada da expressão “dar para o garoto” sugere que o sentido desse enunciado não indica, de fato, que as jovens de hoje estejam “livres” para exercerem sua sexualidade. Note-se que, embora seja comum ouvirmos “Ela deu para ele” para nos referimos ao fato de uma mulher ter tido uma relação sexual com um homem, o oposto – “Ele deu para ela” –

não é um enunciado utilizado quando se quer afirmar que um homem teve uma relação sexual com uma mulher. Temos então que quem “dá” no ato sexual é sempre a mulher, nunca o homem. Considerando que o verbo “dar” significa “oferecer”, “conceder” é de se perguntar, então, o que é que a garota “oferece” ao garoto? Uma interpretação possível é que ela oferece, concede, dá o seu corpo ao rapaz para que ele o “utilize” no ato sexual. Convenhamos que, se essa for uma interpretação plausível, o enunciado ‘preciso dar para este garoto já’, longe de indicar liberação sexual, evoca passividade, falta de assertividade da mulher.

O excerto abaixo expressa a posição ambígua da *Capricho* no que tange ao comportamento sexual feminino.

Excerto 43

(...) a virgindade não é uma maldição da qual tenhamos que nos livrar. E, às vezes, ele está a fim, mas não sabe como fazer. Principalmente porque deve ter um pensamento machista de que ele, como homem, tem que ‘saber fazer’. É melhor não pressioná-lo.

Capricho, **Assunto de amiga: Quero Mais! – Como mostrar que está a fim**, janeiro/2006, p.86

Ao mesmo tempo em que a revista, algumas vezes, incentiva sua leitora a expressar abertamente o seu desejo sexual, como vimos no excerto 41, ela, no mesmo texto, quase que se retrata do conselho que havia dado anteriormente. Observe-se que, aqui, aquele comportamento sexualmente assertivo que ela havia recomendado (“use modelitos ousados quando estiver com ele, crie situações para amassos, beije o cara em lugares inusitados”) tem que estar condicionado ao desejo masculino (“É melhor não pressioná-lo”). A preocupação da revista no excerto 43 é levar a jovem a entender que ela não pode ferir o orgulho masculino, que ela tem que respeitar o pensamento machista de que é o homem quem deve ter *know-how* em relação ao sexo.

Fischer (1996, p. 225) faz uma interessante observação sobre essas idas e recuos da revista:

Adentrar as páginas da *Capricho* pode provocar uma sensação ambígua. De um lado, a experimentação de supor que ali, quem sabe, talvez se fale uma “verdade necessária”, de que a menina de fato possa servir-se daquelas informações para conduzir melhor sua vida, de que, enfim, a sociedade esteja encontrando um lugar eficaz de educação sexual dos mais jovens (...). De outro lado, a sensação oposta, ou pelo menos crítica e estranhada, de que se fala de corpo, erotismo e sexo excessivamente, num movimento duplo de intensa

incitação e escusa, como se sempre tudo estivesse a ser dito sobre a mulher menina, sobre os segredos desse corpo na relação com o homem.

Na *Capricho* há uma seção, denominada “Sexo”, inicialmente assinada pela sexóloga Laura Muller, na qual a revista procura abordar questões ligadas à vida sexual de suas leitoras. Foi possível observar que, nas edições publicadas na primeira metade da década, a grande preocupação da *Capricho*, nessa seção, era com a gravidez na adolescência. Várias matérias que trazem informações sobre métodos contraceptivos e doenças sexualmente transmissíveis (DSTs) também são recorrentes nesse período.

A *Capricho*, nos anos 2000, mantém a sua campanha iniciada nos anos 1980 – “Camisinha, tem que usar!” – com a participação de artistas famosos, sobretudo dos atores das novelas veiculadas pela Rede Globo, conforme demonstram as imagens a seguir:



Figuras 9 e 10: Atores integram a campanha “Camisinha, tem que usar!” (Revista *Capricho*, *Sexo*, ed. 947-agosto/2004 e ed. 957-janeiro/2005)

Muito embora essa campanha seja admirável, o fato é que como as matérias dessa seção focalizavam apenas o aspecto da prevenção, o sexo acaba sendo percebido como algo “perigoso”.

É só a partir da segunda metade dos anos 2000 que a *Capricho* diversifica os temas abordados em sua seção “Sexo”, passando a abordar assuntos que de fato, dificilmente são discutidos na escola ou na família. Temas como medo da dor na primeira transa, tempo que deve durar uma relação sexual, sexo oral,

entre outros, são trazidos pela revista. A *Capricho* passa, além disso, a dar espaço para as garotas falarem, reproduzindo conversas, em formatos de *chats*, de garotas debatendo os diferentes temas. O que ocorre é que, porque a revista não interfere, as dúvidas e questões levantadas pelas garotas não são sanadas. Esses debates parecem ser um espaço no qual se compartilham angústias. É só mais para o final da década, que a seção passa a trazer resultados de enquetes realizadas com as próprias leitoras da revista e, em meio aos resultados, há a voz do especialista, que serve como uma amarração dos diversos resultados sobre o assunto focalizado.

Ainda no tocante ao tratamento dado pela *Capricho* no que concerne à temática focalizada nesta subseção do trabalho, verificou-se que algumas das propagandas veiculadas pela revista, como a que segue, buscam vender produtos ligados à sexualidade feminina. Temos, então, que essa sexualidade é também colocada a serviço do consumo.



Figura 11: Propaganda da lingerie *Nova Marcyn Capricho*, maio/2004

Embora o sexo seja tema nas revistas femininas desde os anos 1970, há, ainda, muito pouco espaço na imprensa feminina para problematizações acerca de identidades sexuais não hegemônicas. É evidente que na época em que o *Jornal das Moças* circulava, não era possível abordar temas tabus como homo ou bissexualidade. Contudo, era esperado que as edições da revista *Capricho* na

década de 2000 selecionadas já considerassem as diferentes possibilidades de expressão da sexualidade humana em seus textos. Verificou-se, no entanto, que, pelo menos no *corpus* analisado, não é isso que ocorre: em todos os conselhos publicados nas edições examinadas, o sexo oposto é colocado como o objeto de desejo da jovem mulher e, em assim sendo, o que é focalizado nas matérias são as práticas heterossexuais.

Apenas duas matérias que abordam essa questão foram encontradas, ambas na edição da *Capricho* de março de 2005: uma intitulada “Amignonas” (seção “Gente”) e outra, “Quer beijar esta boca?” (seção “Vida Real”). Embora em nenhuma dessas matérias ofereçam conselhos às leitoras, vou tecer abaixo algumas considerações sobre o conteúdo da primeira delas.

Nesta primeira matéria – “Amignonas” - a *Capricho* reproduz o conteúdo de uma entrevista realizada com duas atrizes (Mylla Christie e Bárbara Borges) que interpretaram um casal homossexual na novela “Senhora do Destino”, veiculada pela rede Globo de televisão. Chama a atenção nessa matéria, o fato de ambas as atrizes concordarem acerca da justificativa para a boa aceitação do público da relação homossexual presente na novela. Segundo Mylla Christie, essa aceitação deveu-se ao fato de as duas personagens se amarem “de uma forma delicada, sensível”: “a relação delas”, completa a atriz, “nunca foi sexualizada”.

A revista não faz qualquer comentário a respeito dessa justificativa. Talvez porque, quando atentamos para os adjetivos nela utilizados para qualificar as personagens lésbicas da novela – mulheres capazes de serem delicadas, sensível, assexuadas em suas relações – percebe-se que essas adjetivações correspondem a arquétipos de feminilidades que, de fato, não representam ameaças ao *status quo*. Muito pelo contrário, elas vão exatamente ao encontro do que se espera sejam os comportamentos femininos.

4.2 Outras Vozes de Autoridade

Uma análise preliminar dos dados, durante o processo de definição do *corpus* utilizado na pesquisa que interessava aqui relatar, levou-me a perceber que mais de uma “voz de autoridade” estavam presentes nos conselhos e orientações

presentes no *Jornal das Moças* e na *Capricho*. Além da voz poderosa das próprias revistas, também se faziam notar a presença, particularmente na *Capricho*, de vozes de rapazes e de “especialistas”. Ainda que algumas dessas vozes já tenham sido pontuadas na análise de alguns excertos, no que segue, discorro sobre os efeitos dessas outras vozes de autoridade.

4.2.1 A voz do “príncipe encantado”

A *Capricho* é uma revista de múltiplas vozes, sendo que o que predomina nos textos por ela publicados é a sua própria voz. No entanto, embora haja espaço para que as garotas por vezes também “falem”, é para as vozes dos garotos que a revista concede um espaço maior.

No *Jornal das Moças* isso ocorre: a leitora não encontra a voz explícita do homem. Mas é perceptível que a voz da revista tem tom e timbre masculino, mesmo quando as matérias não são assinadas. As próprias escolhas para compor o conselho, as listagens, as perguntas parecem deixar entrever que a voz masculina está ali, mas camuflada, na voz da revista. O homem é uma espécie de “eminência parda” nos textos. A matéria intitulada “Os homens não gostam das mulheres menos esmeradas”, publicada em 1956, parece-me exemplar nesse sentido.

Nesse texto, o *Jornal das Moças* afirma ter ouvido a opinião de homens acerca de atos praticados por suas esposas. As leitoras são informadas que “os defeitos mais insuportáveis que os homens detestam são: o mau gênio e o excesso de limpeza”. A revista então as convida para fazerem um teste que lhes permitam avaliar se o seu comportamento está adequado. O texto, assinado por Françoise Perret, traz a seguinte introdução:

Excerto 44

(...) Para uns, é a mania meticulosa de limpeza das mulheres que os torna irritáveis e insuportáveis. Dão tentação ao homem de sacudir o jugo matrimonial e ir algures, à procura da liberdade e da fantasia nas pausas de um celibato provisório.

Para outros, tudo pelo contrário, é a negligência da mulher que faz do lar um lugar intolerável. Escutando uns e outros, nós estabelecemos aqui êste teste dos defeitos que os homens não gostam. Por meio dêste, temos o tipo completo da maníaca e da desordenada.

Faça uma pequena cruz diante dos atos que lhe são familiares. Depois, as coisas que costuma fazer, assinale com duas cruces. E assim por diante. De vinte cinco a trinta, atenção...isto pode se tornar inquietante. Tenha cuidado em não completar quarenta cruces, porque assim perderá seu marido...

Jornal das Moças, Os homens não gostam das mulheres menos esmeradas, setembro/1956, p.14-16

Embora o conselho que aparece ao final do trecho (“Tenha cuidado em não completar quarenta cruces, porque assim perderá seu marido”) seja emitido pela própria revista, as leitoras certamente percebem que é o homem quem fala através dessa voz.

O mesmo ocorre em muitos dos textos publicados pela *Capricho* nos anos 2000. Contudo, como já dito, a voz masculina está explicitamente presente em vários outros textos publicados por essa revista no período. Isso é particularmente perceptível na seção “Papo Cueca”, assinada por Bárbara Semerene, que se caracteriza por tratar de assuntos “de homem”.

Em um dos textos que compõe essa seção, encontramos o relato de um “infiltrado” da revista, isto é, um garoto que, por ela convidado, se dispôs a ficar escondido na cabine do banheiro de uma “balada” ouvindo o que os meninos conversavam, para satisfazer a curiosidade das leitoras.

O excerto abaixo se refere a um caso por ele narrado no qual um rapaz que sai uma noite de carro com os amigos reproduz a conversa que eles tiveram dentro do carro, na ida e na volta da festa:

Excerto 45**Ida, 23h.**

(...) K: Ah, é uma vaca que eu conheci numa dessas baladas. Achei que estivesse séria a parada, mas ela faz muito doce.

Espião: Não vimos muita mina de qualidade na rua nessa noite, o jeito foi zoar as feias. Zoar é mais divertido do que xavecar.

M: Chuta que é macumba!

R: Filhote de demônio!

Volta, 4h.

(...) K: Vamos lá voltar pela rua Augusta para zoar as prostitutas?

Todos: Vamo aí!

K: Quanto é, cachorra?

M: Sai pra lá, vagabunda.

(...)

Capricho, Papo Cueca – Infiltrado, setembro/2003, p. 73.

Chamou minha atenção o fato de que, embora as construções de feminilidades que aparecem nessas vozes masculinas sejam extremamente problemáticas, isto não é discutido pela revista. O fato de as mulheres serem xingadas ao longo da interação (“vaca”, “cachorra” vagabunda”) parece ser entendida como uma constatação da realidade. É quase como se entendesse que a garota que não for considerada pelos rapazes uma “mina de qualidade”, merece ser xingada e “zoada”. Mas, o fato de os garotos verem como uma “brincadeira” “zoar” as prostitutas da rua Augusta, corroboram para naturalizar as atitudes machistas que muitos deles têm com as namoradas, por exemplo.

Em outro texto, há uma jovem “repórter infiltrada” da *Capricho* que também faz um relato do que ouviu em uma roda de quatro meninos cariocas que conversavam na praia. Relato um tanto quanto violento e irresponsável:

Excerto 46

(...)

- Aí, outro dia, no ronheibã [banheiro ao contrário - faz parte da gíria carioca inverter as sílabas das palavras] da boate, tava com a mulé, maior banheiro de vestiário vazio, eu com a mulé, bum, joguei ela lá dentro. Entrei com a mulé pra dentro do vestiário de 20 cabines, joguei a mulé pra uma cabine e aí, pá! Foi direto, sem capa [sem camisinha]! É, aquele dia foi legal! Mas tava muito bêbado, tava amarradão na situação (...)

Capricho, Infiltradas, por Carla Rodrigues, fevereiro/2005, n.960, p. 81.

Esse é mais um trecho no qual a *Capricho* cede espaço a uma voz masculina violenta sem contestá-la. Ao assim proceder, a revista naturaliza

comportamentos sexuais violentos que colaboram com a cultura do estupro. O fato de, nessa narrativa, o jovem não ter usado camisinha durante o ato sexual porque estava bêbado, não é problematizado pela revista. É como se ela, personificada numa figura feminina, não pudesse fazer frente ao menino, ao macho, ao dominante.

Em sua tentativa de tentar ajudar as suas leitoras a “decifram” os garotos, a *Capricho* lhes oferece um oportunidade para que elas entendam os motivos pelos quais os meninos traem e, para tanto, ela faz uma série de perguntas a quatro meninos que já traíram as suas namoradas na matéria intitulada “Meninos, por quê?”. O que segue é parte do depoimento de um deles:

Excerto 47

(...) Depois disso, comecei a chifrar sempre. Acho que é porque eu e minha ex não tínhamos muito a ver. Durou três anos por comodismo. Eu achava que não ia arrumar uma menina certinha que nem ela, boa para ser mãe dos meus filhos.

Capricho, Vida Real – Meninos, por quê?, julho/2003, p.42-43

Nessa sua fala, o garoto afirma que deseja, para namorar, uma menina “certinha”, uma menina que possa vir a ser uma boa mãe para os seus filhos. Porém, ele quer se divertir com as “garotas fáceis”. Na justificativa oferecida pelo rapaz sobre o fato de trair, encontramos uma perfeita reprodução do cenário dos anos 1950 descrito pelo *Jornal das Moças*: os homens querem namorar “moças bem comportadas” para manter estabilidade de sua futura família.

Não é novidade que a revista corrobora para que atitudes machistas sejam vistas como naturais para o menino e, portanto, quando dá voz aos garotos, essas falas, que mais parecem fazer parte do discurso dos “anos dourados”, são recorrentes.

O excerto abaixo, refere-se a uma entrevista feita pela *Capricho* na qual alguns rapazes discorrem sobre o que ocorre nas “baladas”.

Excerto 48

(...) “A média de cada um é oito [“ficadas”] por balada. “As meninas se divertem e entram na onda. Algumas pedem o ‘pacote completo’: só beijam um de nós se as amigas também puderem beijar”, conta Germano. Se eles namorariam uma garota assim? “Sem problemas. A única restrição para namorar é com as que topam transar antes de um mês saindo com a gente. Essas não se dão valor”, explica.

Capricho, Papo Cueca – Os Salva-Gatas, julho/2004, p.86

Continua sendo reforçado pela revista, via voz masculina, a ideia de que a jovem mulher que se “resguarda”, aquela que demora mais para ter a primeira transa com o garoto, é uma garota que se pode namorar, com quem se pode em ter uma relação mais “séria”. Embora a jovem dos anos 2000 tenha atingido uma liberdade sexual maior do que a jovem dos anos 1950, ainda há uma diferença brutal entre a prática sexual dos homens e das mulheres. O garoto pode transar com quantas quiser – isso não implica que as garotas não os considerarão na hora de escolher um namorado. Mas, o contrário não é verdadeiro.

Reproduzo a seguir um quadro presente em uma matéria da *Capricho* intitulada “A hora ‘certa’ de transar”. Nessa matéria, a revista descreve os resultados de uma pesquisa que fez junto aos garotos para saber qual, de sua perspectiva, seria o limite de tempo a ser observado por uma garota para ter uma relação sexual com um rapaz.

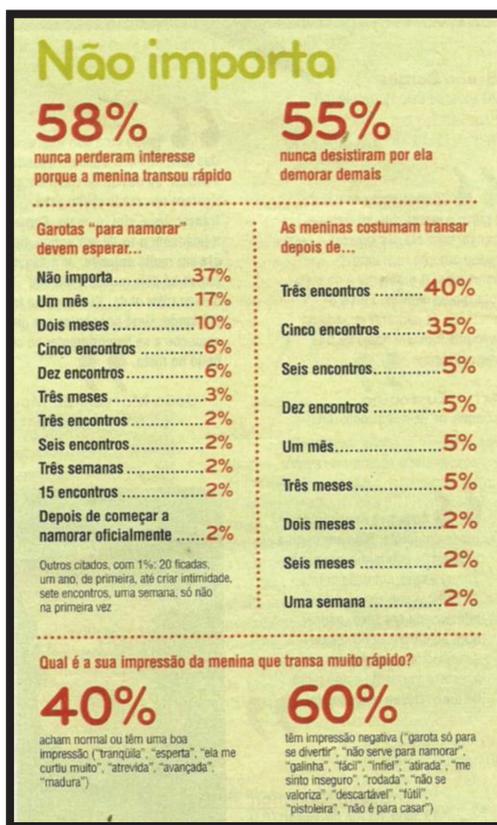


Figura 12: Revista *Capricho*, quadro da seção *Vida Real - A hora 'certa' de transar*, agosto/2004, p. 85-87

Apesar do título do quadro ser “Não importa”, o que sugere que a revista teria a intenção de desmistificar a ideia de que para os rapazes o tempo que se leva para transar é irrelevante, as porcentagens que nele aparecem indicam que 60% dos garotos têm uma imagem negativa da garota que “transa rápido” demais. Na sequência, a revista traz a opiniões de alguns garotos sobre o tema da matéria:

Excerto 49

“Já aconteceu mais de uma vez de eu perder o interesse de namorar com a garota que transa rápido. Só a procuro outras vezes para transar. Teve uma que reclamou comigo: ‘Mas você só me procura para isso!’. Quase falei: ‘Ué, mas você só serve para isso’. Mas me segurei e fiquei calado” (Guilherme Álvares, 17 anos).

“Acho que depende da idade da garota. Mas em geral a impressão que tenho quando a garota transa antes do quinto encontro é que ela só está interessada em sexo (...)” (Bruno Sigleman, 18 anos).

“(...) Hoje em dia penso que se a menina transa rápido comigo, só significa que ela sentiu tesão por mim. O resto é tudo prejulgamento meu. Amizade masculina influencia muito a nossa cabeça. Mas com a experiência você vai destruindo os preconceitos, deixando de ser machista” (Bruno Borges, 20 anos) (grifos meus)

A opinião dos meninos, conforme já dito, é fundamental para a revista, e isso fica mais evidente ainda quando se trata de sexo. Então, exceto pelo terceiro jovem que conseguiu reconstruir sua representação acerca das “regras” que as jovens deveriam acatar, assim como nos anos 1950, os outros garotos apenas prosseguem reforçando a representação de que há uma diferença entre a “garota para namorar” e a “garota para transar”. Da perspectiva desses jovens, a garota não pode transar apenas para satisfazer seu desejo sexual; o seu comportamento deve ser sempre orientado pelo ideal romântico, ela deve sempre querer algo “mais sério” com o garoto. Uma mulher fazer sexo sem sentir “amor” pelo homem, é algo visto como imperdoável.

Observei, com a leitura da *Capricho* que, ao longo dos anos, o espaço cedido aos garotos pela revista vai se ampliando, tanto que, na segunda metade da década 2000, as seções “Entre eles” e “Dúvida de garota” passam a integrar a publicação. A seção “Dúvida de garota” se caracteriza por apresentar perguntas enviadas pelas leitoras acerca de um determinado tema que são, então, respondidas por algum jovem ao qual a *Capricho* atribui o *status* de garoto “colírio”⁴⁴. Dessa maneira, o garoto é colocado na posição de aconselhador.

Excerto 50

Quer saber como arrasar sem pagar mico? Aprenda com o Dudu Surita, do blog Vida de Garoto.

Tudo bem usar roupa curta? E maquiagem forte? Que tipo de coisa queima o filme? (Cris G., 15 anos).

O importante é você se sentir bem e estar feliz consigo mesma. Nada exagerado fica tão bom, mas, se você souber usar maquiagem forte, tudo bem! O que pega realmente mal para uma garota é perder a noção. O comportamento nessa hora conta muito.

Frequento sempre os mesmos lugares e, por isso, fico com medo de beijar vários meninos e acabar levando fama. Os caras se importam com isso? (M.S., 17 anos)

Óbvio que sim! Por isso, para se valorizar, é muito importante escolher a pessoa certa.”

Capricho, Dúvida de garota – Na balada, fevereiro/2010, p.64

Os meninos são colocados na posição de *experts*, de quem pode “ensinar” a maneira “correta” de agir, porque são “autoridades” no assunto. Mais uma vez, tem-se aqui construída a representação de que a garota deve ser

⁴⁴ “Colírio” é o termo designado, com frequência, pela revista para referir garotos considerados muito bonitos, muito atraente. É bastante significativo apontar que nas edições por mim analisadas, todos os “colírios” são garotos brancos.

“autêntica” e se “dar valor”. A ideia da *Capricho* em estruturar uma “nova adolescente”, autêntica e em sintonia com os tempos pós-feministas, faz com que, até nas vozes dos garotos, apareça, ainda que de maneira mascarada, as regras de conduta e de regulação social. A revista empreende um esforço ao tentar criar uma identificação geracional, um sentido de pertencimento, dizendo que todas as jovens compartilham das mesmas questões, no entanto, ela mescla a isso a ideia da autenticidade, originalidade, cada jovem é única e deve agir da forma que lhe apraz.

Freire Filho (2007, p. 144) aponta que

a revista escamoteia seus efeitos homogeneizantes (isto é, seu comprometimento com formas padronizadas de feminilidade, com normas genericamente determinadas de juventude e deseabilidade heterossexual; seu reforço de doutrinas e modos de *ser/aparecer* extremamente rigorosos) com apelos individualizantes destinados a ratificar que as práticas apregoadas não estão primordialmente ligadas à conformidade com expectativas alheias, mas, sim, a motivações intrínsecas e projetos pessoais da adolescente (como ganho de auto-estima)

Essa constante homogeneização que a revista “esconde” em seu discurso também se estende ao fato de ela não fazer distinção de classes ao construir representações de mulher, como se o comportamento feminino fosse uniforme, independente da classe social a que a leitora pertence. A revista representa sua leitora como sendo a jovem branca, heterossexual, e, predominantemente, da classe B ou C.

Quando a revista abre espaço para o homem, ela deixa com que ele seja o “rei” do “universo feminino”, pois é ele quem aconselha a garota: tudo o que ele diz (e a revista não comenta) deve ser entendido como a “verdade”. É claro que é prudente ressaltar, conforme dito no início deste trabalho, que esses aconselhamentos não implicam necessariamente com o fato de que as leitoras irão concordar com o que foi dito; elas podem até desconsiderar por completo os conselhos apresentados.

Em um dos textos da seção “Entre eles”, a revista traz um diálogo entre três garotos de, em média 20 anos, sobre a beleza feminina. Eles aparecem segurando bonecas *Barbie*:



Figura 13: Revista *Capricho*, imagem da seção *Entre eles*, outubro/2007, p. 76

Toda a discussão dos rapazes sobre a beleza feminina está fundamentada em um ideal de corpo magro, assim, como o da boneca *Barbie*. A “tirania da magreza”, portanto, também aparece nas vozes dos “príncipes encantados”:

Excerto 51

(...) **André:** (...) A menina tem que se manter o mais bonita possível para agradar o namorado. (...) Realmente o que mais importa, à primeira vista, é a aparência.

(...) Beleza é um conjunto de sorriso, olhar, postura, vestir-se bem, inteligência e, claro, o tipo físico. Acredito que, em 90% dos casos de meninas fora do peso, o motivo é puro desleixo. Mas elas sempre põem a culpa na genética.

Capricho, Entre eles- Diga a verdade: beleza põe mesa?, outubro/2007, p.76

Vejam que o tipo físico representado como “bonito” é o da mulher magra; aquela que não se encaixa nesse padrão estético é considerada desleixada, tem que procurar “uma academia”, tem que “malhar”. Então, os garotos detêm o conhecimento sobre o que é ideal em uma mulher, como ela deve agir para “agradar o namorado”. A figura masculina, tanto na *Capricho* quanto no *Jornal das Moças*, é colocada como superior na revista. Arrisco dizer que, segundo os dados analisados, na revista *Capricho* isso é ainda mais grave, pois os meninos comandam seções ou surgem a todo momento em *boxes* nas páginas com suas opiniões e julgamentos.

A figura 14 foi retirada de uma seção da *Capricho* intitulada “Certo/Errado”. Nessa seção, a revista mostra *looks* de diferentes mulheres e avalia se elas erraram ou acertaram a se vestir. Observo que no canto direito da imagem aparece um rapaz convidado pela *Capricho* para também avaliar a vestimenta das garotas.



Figura 14: Revista *Capricho*, seção *Certo/Errado*, julho/2003, p.80-81

Vê-se, assim, que a revista considera necessário que a jovem entenda que ela deve sempre passar pelo “olhar masculino” para ter o seu pensamento, a sua atitude, o seu jeito, a sua beleza, a sua roupa, aprovados, para, então, seguir adiante.

Como demonstrado, a construção de representações de uma mulher perfeita, idealizada se mantém, ela não ficou lá nos anos 1950. A figura 15, publicada pela *Capricho*, em 2006, na seção “A gente quer saber – Como é a mulher ideal para eles?”, reitera esse meu argumento. Essa figura diria respeito aos resultados de uma “pesquisa” que a revista alega ter sido feita junto “a homens no mundo todo”. Essa informação, por si só, já predispõe a jovem leitora a pensar que o que ela vai encontrar na matéria tem total credibilidade. Na matéria aparecem

listadas as características, elencadas por ordem de importância, que esses homens esperam encontrar na mulher ideal. A voz masculina, desta feita em discurso indireto, é a voz representada no texto. Ressalto que os substantivos e os verbos no imperativo compõem a sequência injuntiva da lista, reproduzida a seguir:

A gente quer saber...

Como é a mulher ideal para eles?

Veja a lista de características que tem a mulher ideal, por ordem de “importância”, segundo pesquisas realizadas com homens no mundo todo:

- Toma a **iniciativa** de seduzir o cara
- **Bem-humorada**
- **Sensual**
- **Sensível**
- **Carinhosa**
- Anda e fala **delicadamente**
- Tem **firmeza de caráter**
- **Inteligente**
- **Sociável**
- **Charmosa**
- **Bonita**
- **Amiga**

- É **flexível** e tem facilidade para contornar conflitos
- **Fala** o que pensa
- É capaz de **manter os gastos** dentro de patamares que não o leve à falência
- **Vibra** tanto com uma singela rosa quanto com um colar de diamantes
- Vendo-o doente, **não se afasta**
- É mãe, pai e chefe de família **sem perder a feminilidade**
- Quando ele está indisposto, lhe faz uma **massagem**
- Sempre diz que ele é o **melhor namorado** e o homem mais viril do mundo
- **Romântica**
- Não fica cheia de **cobranças**
- Consegue ser **criança, mãe e amante** ao mesmo tempo
- Sabe se **organizar e dividir o tempo** para o namoro, a família, os estudos, o trabalho e os amigos

Figura 15: Revista *Capricho*, *A gente quer saber – Como é a mulher ideal para eles?*, janeiro/2006, p.91

É notável que a revista elenca características voltadas para a “delicadeza” e “fragilidade” supostamente próprias do sexo feminino (“sensível”, “carinhosa”, “anda e fala delicadamente”, “amiga”), portanto basta a garota “colocar em prática” esses comportamentos, performatizando essa identidade que a revista e os homens a consideraram uma mulher “ideal”. Chamo a atenção para três proposições incluídas nessa lista:

Excerto 52

- “É capaz de manter os gastos dentro de patamares que não o leve à falência.”
- (...)
- É mãe, pai e chefe de família sem perder a feminilidade.
- (...)
- Sempre diz que é o melhor namorado e o homem mais viril do mundo.

Capricho, A gente quer saber – Como é a mulher ideal para eles? janeiro/2006, p.91

Não seria de se estranhar se essas três características, se excluído o trecho “pai e chefe de família” presente na segunda delas, aparecessem em alguma matéria do *Jornal das Moças* publicada na década de 1950. Mas, elas aparecem, décadas depois, na *Capricho*, que continua caracterizando o homem como o provedor do lar e, em contrapartida, também a mulher como “esbanjadora”, como alguém que gasta o dinheiro ganho com muito esforço pelo marido.

Outra representação, também enfatizada pelo *Jornal das Moças* e encontrada nessa lista, é a de que a mulher “pode” ser o que ela quiser, desde que não perca a sua “feminilidade” e que a virilidade do seu companheiro deve ser sempre enaltecida.

Tendo analisado o modo como as vozes masculinas presentes no discurso da revista *Capricho* contribuem para a construção de representações de feminilidades (e de masculinidades, em consequência), passo ao subitem seguinte.

4.2.2 As vozes dos especialistas

O exame de todas as edições das revistas *Jornal das Moças* e *Capricho* selecionadas para compor o *corpus* da pesquisa realizada revelou que o discurso de autoridade nelas presente é, com frequência, asseverado por peritos em assuntos relacionados à adolescência – psicólogos, terapeutas comportamentais, sexólogos, especialistas em relacionamentos, autores de livros para adolescentes –, que assumem o lugar de fala nos textos. Essas vozes, explicitadas em vários dos conselhos analisados nas subseções anteriores, dão credibilidade ao que é veiculado e reforçam o fato de que

o conselho, nas revistas femininas, pode (também) ser compreendido como uma prática social de uso da linguagem produzido por “autoridades sociais” (jornalistas, psicólogos, consultores, dentre

outros contratados pela revista) que, em face das ideologias que representam, agem no sentido de normalizar, difundir ou apontar orientações de comportamento aos grupos sociais aos quais se dirigem, contribuindo para a reprodução ou a mudança social. Elege-se um “problema” a ser resolvido, e aconselham-se os leitores, prováveis pessoas que estejam enfrentando a situação-problema, dando-lhes comandos sobre o como agir ou pensar para que essa situação seja resolvida. (ROSA, 2007, p. 6)

Foi possível observar que, por vezes, as revistas recorriam, nesses conselhos, não a vozes de estudiosos específicos, mas a campos especializados do conhecimento para balizar suas posições: no lugar de reproduzir a fala de um sociólogo no excerto 3, por exemplo, o *Jornal das Moças* faz, metonimicamente, menção à “Sociologia”, tomando, assim, essa área por seus integrantes. Observou-se, além disso, que em uma instância (Figura 13), a *Capricho* recorreu ao termo “pesquisas”, isto é, à produção científica produzida por especialistas de um modo geral, para emprestar veracidade às qualidades femininas que os homens esperariam da mulher ideal. Tendo feito essas ressalvas, elenco, a seguir, as vozes de especialistas “ouvidas” nos conselhos analisados:

As Vozes de Especialistas		
Jornal das Moças	Excerto 1	<i>E, como disse um destacado psicólogo: ‘não faça demasiados esforços para causar boa impressão’...</i>
	Excerto 3	<i>Que é linha, afinal? (...) Ora, na Sociologia, é uma atitude equilibrada de nossas posições...</i>
	Excerto 15	<i>adverte o Dr. Bolton – o marido não vai ficar em casa</i>
	Excerto 27	<i>Valendo-se do discurso de autoridade de sociólogos e psicólogos que, segundo ela, afirmam existir alguns sintomas que confirmam esse estado, a revista se apresenta à leitora quase que como um “consultório sentimental”.</i>
Capricho	Excerto 36	<i>(...) E dão dicas espertas.</i>
	Excerto 35	<i>Garotos não gostam de quem tem o discurso pronto”, atesta o psicólogo Orlando DeMarco.</i>
	Figura 15	<i>Veja a lista de características que tem a mulher ideal (...) segundo pesquisas realizadas com homens no mundo todo:</i>

Tabela 10: Vozes de especialistas presentes nos excertos analisados

As vozes acima reunidas foram, portanto, outras das vozes emprestadas pelas duas revistas em pauta para “fazer valer” as sequências injuntivas dos conselhos por elas veiculados, contribuindo, assim, para a expectativa de que essas orientações seriam acatadas, sem questionamentos, por suas jovens leitoras brasileiras.

Em síntese, ao ler as duas revistas, busquei, nesta seção, examiná-las com atenção, para verificar em que medida elas se aproximam nas possíveis produções de feminilidades ali impressas. Igualmente, busquei olhar para a linguagem que fatalmente faz com que elas sejam reconhecidas no seu tempo, e tentar observar os mecanismos linguísticos que compunham aqueles conselhos, bem como saber de onde vinham as vozes dos aconselhadores.

Assim, espero ter conseguido ilustrar como a linguagem tem um papel fundamental nas construções/produções de feminilidades (e também de masculinidades) e como ela pode ser “manuseada” e utilizada de acordo com o objetivo que se propõe. Ainda, ressaltar como a mídia impressa, representada aqui pelas revistas femininas, possui um papel poderoso na formação identitária das jovens e na manutenção da “estabilidade” social vigente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, como explicitado anteriormente, minha intenção foi apresentar e discutir os resultados de uma investigação que teve por principal objetivo analisar, comparativamente, as produções de feminilidades veiculadas por duas revistas femininas brasileiras em épocas distintas: o *Jornal das Moças*, na década de 1950, e *Capricho*, nos anos 2000. Dado o importante papel da imprensa feminina na constituição identitária de mulheres (BUITONI, 1986, 2009; HEBERLE, 2004; FREIRE E LEAL, 2015, dentre outros), e considerando as especificidades desses dois momentos históricos bastante distintos, debruicei-me diante das revistas, nesses mais de dois anos de pesquisa, a fim de verificar, mais especificamente, de que modo os aconselhamentos dirigidos às jovens em suas páginas contribuíam para a disseminação, ou refutação, de certos ideais de feminilidade.

Dito de outra forma, procurei averiguar, por meio da análise dos conselhos presentes em ambas as revistas, se – e em caso afirmativo, em que medida –, a construção de performances de gênero, nos anos 2000, ainda estava embasada na imagem de um feminino como o “segundo sexo”, como o “sexo frágil” reiteradas em publicações dos “anos dourados”, inclusive no *Jornal das Moças*, fato já apontado na literatura especializada e em estudo que realizei durante a minha Graduação em Letras. Foram justamente as inquietações surgidas durante esse estudo, bem como os desconfortos por mim experienciados durante o processo de construção de minha própria feminilidade na adolescência, que despertaram meu interesse por investigar as questões acima descritas.

A pesquisa realizada justifica-se uma vez que a análise comparativa de revistas femininas publicadas em diferentes épocas pode contribuir para um melhor entendimento do percurso de construção de identidades femininas e de relações de gênero ao longo do tempo e das relações de poder imbricadas nesse processo.

A análise de dados empreendida no capítulo 4 desta dissertação confirmou as minhas hipóteses iniciais de que os conselhos presentes nas edições da *Capricho* examinadas, embora passado cerca de meio século da publicação daqueles propagados pelo *Jornal das Moças*, continuavam, em larga escala, tentando assegurar a continuidade de certas representações hegemônicas de

feminilidade e de relações tradicionalmente assimétricas de gênero. No entanto, convém ressaltar que há nessa manutenção uma espécie de máscara, angustiante, diga-se de passagem, com novos conselhos que exigem novas performances para agradar o homem moderno.

A percepção de que o uso estratégico de diferentes recursos linguísticos – como, por exemplo, de certas escolhas lexicais e de determinados tempos verbais – na estruturação das sequências injuntivas dos conselhos veiculados se constituía em potentes “armadilhas” linguísticas, foi essencial para compreender como as revistas se valem da injunção para impor papéis masculinos e femininos, naturalizado e reforçando relações não equânimes de gênero. Destaque-se que a figura masculina é sempre colocada em posição de superioridade em ambas as publicações, embora o fato de a *Capricho* trazer explicitamente a voz masculina em seus conselhos contribui para tornar esse posicionamento nela ainda mais evidente.

Foi possível observar que a grande preocupação do *Jornal das Moças* era aconselhar a jovem a ser uma moça “bem comportada”, a não “sair da linha”, a fim de que ela conseguisse cumprir o “destino” que lhe foi “naturalmente” reservado: ser mãe, esposa e dona de casa. A revista desempenha o papel de controladora da conduta feminina utilizando, em seus conselhos, exemplos, por vezes dramáticos, para manter as garotas que os leem sob controle, já que a revista pressupõe que todas elas sejam “jovenzinhas” ingênuas, pouco sagazes.

O discurso da *Capricho* (“Seja diferente, seja você!”), por sua vez, sugere, à primeira vista, que a revista considera e incentiva a singularidade e a autenticidade da sua jovem leitora, apostando que ela esteja pronta para o seu próprio empoderamento e autonomia. Um exame mais acurado dos seus conselhos a essa jovem, no entanto, revela que eles nem sempre coadunam com os objetivos declarados da publicação. Representando-se como a melhor amiga da leitora, a *Capricho*, com frequência, procura incitar, de forma bastante impositiva, a jovem a se comportar de certas maneiras e não de outras, a buscar e manter uma determinada aparência física e não outra, a indistintamente consumir os diversos produtos que anuncia, exatamente o mesmo que tentava fazer o *Jornal das Moças*.

Assim, foi possível perceber que o gênero conselho veiculado nas publicações da mídia impressa e/ou digitalizada aqui focalizadas estabelece uma relação altamente assimétrica entre elas e o público a que se destinam: enquanto as

revistas assumem o papel de “conselheira”, de promotora de bens de consumo, às leitoras cabe o papel passivo de “aconselhadas”, de meras consumidoras.

As boas novas é que os dados analisados indicaram que a *Capricho* não insiste mais, como fazia o *Jornal das Moças*, no asseveramento da representação de que os únicos papéis femininos legítimos envolveriam, necessariamente, o casamento, a maternidade e as tarefas domésticas. Mas, se isso é louvável, não há como também não apontar que “agradar” aos homens, corresponder aos seus anseios, continua transparecendo, com muito vigor, nos seus conselhos, assim como ocorria nos ensinamentos do *Jornal das Moças*. Como a construção de identidades sociais se dá via linguagem, ao repetir os “mesmos” discursos ao longo de suas edições, as revistas femininas contribuem enormemente para reforçar a manutenção de representações de identidades e papéis femininos já cristalizadas na sociedade, no lugar de promover a sua desestabilização e sua reformulação quando necessário. Se é certo que muitas conquistas femininas conseguiram se firmar nas últimas décadas, também é preciso admitir que nós mulheres ainda temos um longo caminho a percorrer para garantir nossa emancipação social.

Neste sentido, considero o interesse desse estudo para o campo aplicado dos estudos da língua(gem), pois quero crer que ele tenha trazido evidências de o quanto a mulher vem sendo impelida, pelas revistas femininas, a seguir regras sociais que a mantém em posição de subalternidade, lugar que ela vem sistematicamente ocupando ao longo da história. Essa percepção certamente permitiu com que eu reconhecesse a importância que esse tipo de publicação teve no meu próprio processo de (des)construção de minha identidade enquanto mulher.

Assim, entendendo a Linguística Aplicada como “lugar de ensaio da esperança”, conforme apregoa Moita Lopes (2006, p. 104), minha expectativa é que as reflexões possibilitadas pela análise dos dados aqui descrita, contribuam para que outras pessoas, particularmente professoras/es de língua portuguesa, compreendendo a importância da mídia impressa/digitalizada na constituição da vida social contemporânea, possam pensar em maneiras de promover outras sociabilidades junto às novas gerações, nas quais as relações de gênero sejam mais justas.

Para tanto, é importante considerar, entre outros fatores, que revistas femininas e suas vozes de “autoridade” se caracterizam, não por dar, mas por

vender seus conselhos a jovens em formato de comportamentos ideais a serem por elas prontamente seguidos. Como espero ter evidenciado, o preço a ser pago pelas mulheres que decidem acatar esses conselhos é quase sempre muito alto. Com essas considerações finais, fecho as revistas e dou por encerrada esta dissertação.

Campinas, agosto de 2017.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUSTIN, John Langshaw. **Quando dizer é fazer**. - Trad. Danilo Marcondes de Souza Filho. Porto Alegre: Editora: Artes Médica, 1990.

BAGALI, Beatriz. **O que é cisgênero?** Transfeminismo: feminismo interseccional relacionado às questões trans, 2014. Disponível em <<http://transfeminismo.com/o-que-e-cisgenero/>>. Acesso em 20 mar. 2017.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In.: **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. pp. 227-326.

BASSANEZI, Carla **Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relações homem-mulher (1945-1964)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

BASSANEZI, Carla. A Era dos Modelos Rígidos. In: BASSANEZI, Carla,; PEDRO, Joana Maria (Org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, pp. 469-512.

BASSANEZI, Carla. **Mulheres dos Anos Dourados**. São Paulo: Contexto, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista à Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: J. Zahar Editor, 2005.

BEAUVOIR, Simone de. A jovem. In: BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo – A experiência vivida**. Vol 2. 3 ed. Rio de Janeiro: Gallimard, 2016, pp. 75-122.

BLOMMAERT, Jan. **A Sociolinguistics of Globalization**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

BOTELHO, André. Uma *Sociedade em Movimento* e sua *Intelligentsia*: Apresentação. In: BOTELHO, A.; BASTOS, E.R.; VILLAS BÔAS, G (Orgs.). **O moderno em questão. A década de 1950 no Brasil**. Rio de Janeiro: Topbooks, 2008, pp.15-23.

BRASIL. Secretaria da Educação Fundamental. **Referenciais para Formação de Professores**. Brasília: MEC/SEF, 1999.

BRUSCHINI, Cristina.; LOMBARDI, Maria Rosa; MERCADO, Cristiano Miglioranza; RICOLDI, Arlene. Trabalho, Renda e Políticas Sociais: avanços e desafios. In: PITANGUY, Jacqueline; BARSTED, Leila Linhares (coords.) **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Rio de Janeiro: CEPia; Brasília: ONU Mulheres, 2011, p. 90-136.

BUENO, Cléria Maria Lôbo Bittar. O papel das representações sociais e da educação para o desenvolvimento da identidade de gênero. In: **Revista Brasileira de Desenvolvimento e Crescimento Humano**. Vol. 16, pp. 92-103, 2006.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel. A Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero. Feminismo e subversão da identidade** – Trad. Renato Aguiar. 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

CAMERON, Deborah. Desempenhando identidade de gênero: conversa entre rapazes e construção da masculinidade heterossexual (1998). In: OSTERMANN, A.C.; FONTANA, B. (orgs.). **Linguagem, Gênero e Sexualidade: clássicos traduzidos**. São Paulo: Parábola, 2010, p.129-149.

CAVALCANTI, Marilda do Couto e MAHER, Terezinha de Jesus M. **Diferentes Diferenças: desafios interculturais na sala de aula**. Brasília: MEC/CEFIEL/IEL/Unicamp, 2009 (51 pgs).

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014, pp. 295-316.

CESAR, Maria Rita de Assis. **A invenção da adolescência no discurso psicopedagógico**. São Paulo: UNESP, 2008.

CONFORTIN, Helena. Discurso e Gênero: a mulher em foco. In: GHILARDI-LUCENA, M. (Org.). **Representações do Feminino**. Campinas: Átomo, 2003, p. 107-123.

CORAZZA, Bruna Ximenes. Carnet das Jovens: o caráter injuntivo do Jornal das Moças na construção da identidade feminina nos anos 1950. In: **Revista Língua, Literatura e Ensino**, Vol 9, pp. 67-84, 2014.

COSTA, Ana Alice Alcântara. O Movimento Feminista no Brasil: Dinâmicas de uma Intervenção Política. **Revista Gênero**, vol. 5, n. 2, p. 1-20, 2005.

DAWN, Currie. **Girl Talk: Adolescent Magazines and Their Readers**. Toronto, University of Toronto Press, 1999.

DESLAURIERS, Jean-Pierre e KÉRISIT, Michèle. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al. (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, pp.127-153.

ECKERT, Penelope.; McCONNEL-GINET, Sally. Comunidades e práticas: lugar onde co-habitam linguagem, gênero e poder. In: OSTERMANN, A.C.; FONTANA, B. (orgs.). **Linguagem, Gênero e Sexualidade: clássicos traduzidos**. São Paulo: Parábola, 2010, pp. 93-107.

FABRÍCIO, Branca Falabella. Linguística aplicada como espaço de “desaprendizagem”. Redescrições em curso. In: MOITA LOPES, L. P. (org.). **Por uma Linguística Aplicada INdisciplinar**. São Paulo: Parábola, 2006a, pp. 45-65.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Contexto, 2016.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREITAS, Maria Teresa de Assunção. A abordagem sócio-histórica como orientadora da pesquisa qualitativa. **Cadernos de Pesquisa**, s/v, n.116, p. 21-39, Jul/2002. Disponível em: <<http://publicacoes.fcc.org.br/ojs/index.php/cp/article/view/555/555>>. Acesso em 14 ago. 2016.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil. Os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FREIRE FILHO, João; LEAL, Tatiane. “Mas por que, afinal, as mulheres não sorriem?": jornalismo e as razões da (in) felicidade feminina. In: **Ciberlegenda. Emoção, mídia e cultura**. Vol 33, 2015, pp. 8-20.

FREIRE FILHO, João. Em cartaz, as garotas superpoderosas: a construção discursiva da adolescência feminina na revista Capricho. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, n. 8, pp. 102-111, 2006. Disponível em:<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3142/2952> . Acesso em 25 out. 2016.

GHILARDI-LUCENA, Maria Inês. As representações do feminino na publicidade. In: GHILARDI-LUCENA, M. (Org.). **Representações do Feminino**. Campinas: Átomo, 2003, p. 159-177.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade?. In: SILVA T. T. (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. 15ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000, v. 1, pp. 103-133.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart (org.) **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997, pp. 13-74.

HEBERLE, Viviane Maria. Revistas para mulheres no século XXI: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de ideias? **Revista Linguagem em (Dis)curso**. Vol. 4, pp. 85-112, número especial, Tubarão – SC, 2004.

HERINGER, Rosana. Diversidade Racial e Relações de Gênero no Brasil Contemporâneo. In: PUGLIA, Júnia (coord.) **O Progresso das Mulheres no Brasil**. Brasília, UNIFEM, 2006, pp.140-165.

KÖCHE, Vanilda Salton; MARINELLO, Adiane Fogali; BOFF, Odete Maria Benetti. Os Gêneros Textuais e a Tipologia Injuntiva. **Caderno Seminal Digital**. Vol 11, n. 11, pp. 5-24. Rio de Janeiro – RJ, 2009. Disponível em <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/cadernoseminal/article/viewFile/9821/7699>>. Acesso em **28 jun. 2017**.

KÖCHE, Vanilda Salton; MARINELLO, Adiane Fogali. **Gêneros Textuais. Práticas de Leitura Escrita e Análise Linguística**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação. Uma perspectiva pós-estruturalista**. 6ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em Revista. In: BASSANEZI, Carla,; PEDRO, Joana Maria (Org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, pp. 447-468.

MARCUSCHI, Luiz António. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A.; MACHADO, A.R.; BEZERRA, M. A. (orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, pp. 19-36.

MEDEIROS FILHO, João Quintino de. Moda e gênero: o vestuário sexualizado no New Look de Christian Dior (anos 1950). **Mneme – Revista de Humanidades**. Vol 16 – Dossiê História do Corpo, n. 37, pp. 10-36 Caicó – RN, 2015. Disponível em <<https://periodicos.ufrn.br/mneme/article/view/8174/6194>>. Acesso em 02/07/2017.

MELO, Hildete Pereira de; DI SABBATO, Alberto. Trabalhadoras Domésticas: eterna ocupação feminina – até quando?. In: PITANGUY, Jacqueline; BARSTED, Leila Linhares (coords.) **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Rio de Janeiro: CEPia; Brasília: ONU Mulheres, 2011, pp. 179-185.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revista: o caso da Editora Abril**. Tese (Doutorado em Sociologia). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP, 1997, (366 pgs)

MOITA LOPES, Luiz Paulo. Uma linguística aplicada mestiça e ideológica: interrogando o campo como linguista aplicado. In: MOITA LOPES, L. P. (org.). **Por uma Linguística Aplicada INdisciplinar**. São Paulo: Parábola, 2006a, pp. 13-43.

MORENO, MONTSERRAT. **Como se ensina a ser menina. O sexismo na escola**. – Trad. Ana Venite Fuzzato. São Paulo: Moderna; Campinas: Editora Unicamp, 1999.

ORLANDI, Eni de Lourdes Pucchinelli. **As Formas do Silêncio** – no Movimento dos Sentidos. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

PENNYCOOK, Alastair. Uma Linguística Aplicada Transgressiva. In: MOITA LOPES, L.P. **Por uma Linguística Aplicada Indisciplinar**. São Paulo: Parábola Editorial, 2006, pp. 67-84.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PIOVESAN, Flávia. Direitos Humanos, Cíveis e Políticos: a conquista da cidadania feminina. In: PITANGUY, Jacqueline; BARSTED, Leila Linhares (coords.) **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Rio de Janeiro: CEPia; Brasília: ONU Mulheres, 2011, pp. 58-89.

PITANGUY, Jacqueline; MIRANDA, Dayse. As Mulheres e os Direitos Humanos. In: PUGLIA, Júnia. (coord.). **O Progresso das Mulheres no Brasil**. Brasília, UNIFEM, 2006, pp.14-31.

RIFIOTIS, Theophilos. Violência, Justiça e Direitos Humanos: reflexões sobre a judicialização das relações sociais no campo da "violência de gênero". In: **Cadernos Pagu**, n. 45, dez., pp.-261-295, 2015.

ROSA, Adriana Letícia Torres. **A Sequência Injuntiva Passo a Passo**. 144f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal de Pernambuco, Recife-PE, 2003.

ROSA, Adriana Letícia Torres da. O funcionamento discursivo do conselho de auto-ajuda: aspectos do seu contexto de circulação. **Anais do Evento PG Letras 30 Anos da UFPE**, v.1, n.1, pp. 82-91, 2006. Disponível em <<http://www.pgletras.com.br/Anais-30-Anos/Docs/Artigos/2.%20Pesq%20em%20andamento%20Ling%C3%BC%C3%ADstica/2.1%20Adriana%20Let%C3%ADcia%20Torres.pdf>>. Acesso em 12 jan. 2017.

ROSA, Adriana Letícia Torres da. **Faces do Funcionamento Intertextual do Conselho**. 253f. Tese (Doutorado em Linguística). Centro de Artes e Comunicação – Universidade Federal de Pernambuco, Recife-PE, 2008.

SANT'ANNA, Benedita de Cássia Lima. Periódicos oficiais brasileiros e imprensa de língua portuguesa em Londres. **Revista Ecos**, v.9, n.2, pp.53-72, 2010. Disponível em <<http://periodicos.unemat.br/index.php/ecos/article/view/936/924>>. Acesso em 15 dez. 2016.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da Beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SENKEVICS, Adriano. Mulheres e Feminismo no Brasil: um panorama da ditadura à atualidade. **Ensaio de Gênero**, 2013. Disponível em: <https://ensaiosdegenero.wordpress.com/2013/07/11/mulheres-e-feminismo-no-brasil-um-resumo-da-ditadura-a-atualidade/>. Acesso em 23 mai. 2017.

SIGNORINI, Inês.; CAVALCANTI, Marilda do Couto. (orgs.). **Linguística aplicada e transdisciplinaridade: questões e perspectivas**. Campinas: Mercado de Letras, 2004.

SILVA, Tomaz.Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA T. T. (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. 15º ed. Petrópolis: Vozes, 2000, v. 1, pp. 73-102 .

TAVARES, Rebecca Reichmann. Igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres. In: PITANGUY, Jacqueline; BARSTED, Leila Linhares (coords.). **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Rio de Janeiro: CEPia; Brasília: ONU Mulheres, 2011, pp. 7-14.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA T. T. (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. 1º ed. Petrópolis: Vozes, 2000, v. 1, pp. 7-72.

REVISTAS REFERIDAS POR ORDEM DE DATA

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 00001, maio/1914.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01803, janeiro/1950.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01806, janeiro/1950.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01807, fevereiro/1950.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01809, fevereiro/1950.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01815, março/1950.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01896, outubro/1951.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01918, março/1952.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01919, março/1952.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01983, junho/1953.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 01999, outubro/1953

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02004, novembro/1953.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02030, março/1954.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02039, julho/1954.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02050, setembro/1954.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02062, dezembro/1954.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02151, setembro/1956.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 02191, junho/1957.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 831, março/2000.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 917, junho/2003.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 919, julho/2003.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 920, agosto/2003.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 923, setembro/2003.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 935, março/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 938, abril/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 940, maio/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 944, julho/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 947, agosto/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 954, novembro/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 956, dezembro/2004.

CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n. 957, janeiro/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 960, fevereiro/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 961, março/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 966, abril/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 965, maio/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 969, junho/2005.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 984, janeiro/2006.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 986, fevereiro/2006.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1030, outubro/2007.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.1090, fevereiro/2010.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1094, abril/2010.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1106, setembro/2010.

SITES VISITADOS

<<http://revistacult.uol.com.br/home/2013/11/o-percurso-da-performatividade/>>. Acesso em: 30 jun. 2015.

<<http://revistacult.uol.com.br/home/2013/11/uma-sequencia-de-atos/>>. Acesso em: 30 jun. 2015.

<<https://ensaiosdegenero.wordpress.com/2012/05/01/o-conceito-de-genero-por-judith-butler-a-questao-da-performatividade/>>. Acesso em: 01 jul. 2015.

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104026X2005000100012&script=sci_arttext>. Acesso em 01 jul. 2015.

<<http://www.propagandashistoricas.com.br>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

<<http://www.revistacapitolina.com.br/we-can-do-it-mulheres-na-forca-de-trabalho/>>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<<http://periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/viewFile/16646/9505>>. Acesso em: 14 mai. 2016.

<<http://modahistorica.blogspot.com.br/2013/05/1947-o-new-look-dior.html>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

<http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2017.

<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/perfil-dos-leitores_>. Acesso em: 21 jun. 2015.

<<http://capricho.abril.com.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2015.

<<https://www.facebook.com/capricho>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<<https://www.youtube.com/user/Capricho>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<<https://twitter.com/capricho>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<<https://capricho.abril.com.br/vida-real/o-que-e-como-participar-tire-todas-as-suas-duvidas-sobre-galera-capricho/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.