



Eis a mulher contemporânea: a Revista Claudia e a representação do feminino ¹

Vinicius FERREIRA Ribeiro Cordão²
Ana Regina RÊGO Barros Leal³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Construímos nossa identidade a partir de fragmentos da memória coletiva, da cultura, das relações interpessoais e da alteridade com o outro. A influência da mídia sobre estes mecanismos, se constituindo como uma modeladora do sujeito, e cada vez maior, desta forma analisar a *Revista Claudia* nas décadas de 1970 e 1980 vai além do simples reviver da memória do jornalismo, diz respeito a entender de que forma a mulher e representada e como esse perfil criado pela mídia influência nas práticas sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa feminina; História do Jornalismo; Representação Social; Gêneros Jornalísticos; Cultura.

Introdução

“Os textos da imprensa feminina informam, interagem, dialogam, instigam reflexões, porque são constituídos de enunciados prescritivos e normalizadores do que é considerado ideal para a vivência da feminilidade.” (sic) (XAVIER FILHA, 2007, p. 40)

O papel de modeladora da identidade atribuída às revistas femininas parte da perspectiva de analisá-las como artefatos culturais produtoras de significações e ensinamentos, formadoras de discursos que estão a naturalizar os padrões sociais vigentes. Além de compor uma rede discursiva de saber-poder-verdade esta faixa segmentada da mídia, também se constitui como dispositivo pedagógico.

Compreendemos o que seria um dispositivo segundo a concepção Foucaultiana, em que, como define Marcello (2009, p. 2) “nada mais é do que um conceito multilinear, que combina estrategicamente campos de saber, relações de poder e modos de subjetivação” em outras palavras os dispositivos para Foucault seriam semelhantes à

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, pesquisador no NUJOC- Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação- e bolsita Iniciação Científica Voluntária da referida instituição de ensino superior, email: viniciusf.c@hotmail.com

³ Jornalista. Mestre em Comunicação e Cultura ECO-UFRJ. Doutora em Comunicação UMESP-UAB-BARCELONA. Coordenadora do NUJOC- Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação- DCS-CCE-UFPI. Coordenadora do Projeto de Pesquisa Personagens e Contextos de formação do jornalismo brasileiro. Professora do Curso de Jornalismo da UFPI. Orientadora do Trabalho, email: ana.rani@uol.com.br



máquina de Raymond Rousset, “máquinas de fazer ver e de fazer falar” (DELEUZE, 1990, p. 1) as “linhas” existentes entre os campos de uma dada sociedade.

A imprensa feminina atuaria como um dispositivo pedagógico da mídia⁴, instigando e indicando por meio de seus enunciados condutas “ideais”, se firmando como lugar de transformação e constituição das experiências do que indicaria ser mulher. O discurso formado pelas revistas femininas estariam a orientar a “constituição ou a transfiguração da maneira pela qual as pessoas se descrevem, se narram, se julgam ou se controlam a si mesmas.” (LAR ROSA, 2000, p.57)

Por estas razões, analisar a *Revista Claudia* (1961), uma das mais antigas do segmento em circulação no mercado, se torna indispensável na tentativa de compreender a representatividade da mulher na mídia brasileira, buscando assim perceber de que modo a imprensa feminina recodifica os debates sociais e auxilia na construção da imagem da mulher brasileira.

O presente artigo é produto de uma pesquisa explicativa documental por meio da análise de conteúdo, qualitativa, de dez edições da *Revista Claudia*, em um recorte temporal equivalente as décadas de 1970 e 1980. Os exemplares foram escolhidos aleatoriamente, através de sorteio, e os textos selecionados, aqui analisados, foram escolhidos por sua relação temática, com assuntos relacionados à sexualidade feminina, independência, educação, mercado de trabalho, dentre outros.

Cultura e representação social

A cultura veiculada pela mídia é um dos elementos responsáveis por urdir o tecido da vida cotidiana por meio de suas imagens, sons e espetáculos, que criam uma narrativa promotora de símbolos e mitos que estão a construir uma cultura comum global.

Numa cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebidas de pedagogia cultural: contribuem para nos ensinar como

⁴ Concepção desenvolvida por Fischer(2001), baseada no pensamento de Michel Foucault. A autora descreve o dispositivo pedagógico da mídia “como um aparato discursivo (ja que nele se produzem saberes, discursos) e ao mesmo tempo não discursivos(uma vez que está em foco nesse aparato uma complexa trama de práticas, de produzir, veicular e consumir TV, rádio, revistas, jornais, numa determinada sociedade e num certo cenário social e político), a partir do qual haveria uma incitação ao discurso sobre “si mesmo” [...] tais praticas vêm acompanhadas de uma produção veiculada de saberes obre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem” (FISCHER, 2002, 155)



nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar- e o que não. (KELLNER, 2001, p.10)

Porém, antes de falarmos sobre a cultura midiática, é pertinente definirmos o que seria cultura, por meio da etimologia/genealogia do termo. Com sua raiz do latim *colere*, que significa cultivar, habitar, adorar e proteger, a palavra cultura codifica questões filosóficas fundamentais. Edward B. Tylor⁵ (1871) seguindo a perspectiva antropológica a define como, “aquele todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e aptidões adquiridos pelo homem como membro da sociedade”(In KAHN, 1975, p.29).

As interpretação, e significações do que viria a ser cultura são muitas. Tomaremos como referência nesse artigo, a perspectiva dos Estudos Culturais, em especial de Raymond Williams⁶. Para o autor o conceito de cultura liga-se à noção do conhecimento e das praticas comuns a uma *comunidade*. Nesse sentido existiria uma *cultura comum* criada por todos os membros da sociedade.

Resume-se, assim, o que foi a inspiração original de R. Williams: a idéia da cultura como um processo que envolve todos os integrantes de uma sociedade historicamente dada, cuja dinâmica depende essencialmente, por um lado, da natureza da atuação desses integrantes em suas relações de poder e de defesa de interesses e visões particulares e, por outro, da natureza dos elementos culturais por eles apropriados nessas ações, da especificidade das suas formas e conteúdos, das suas origens e conformações históricas e do modo particular como interagem entre si. (RIBEIRO, 2004, p.17)

Logo a cultura serviria como um aparelho ideológico, atuando na transmissão e conservação dos valores de uma dada sociedade, em um diálogo permanente entre o objetivo e o subjetivismo da ação social. Para Pierre Bourdieu, o indivíduo possuiria “um conjunto de conhecimentos práticos adquiridos ao longo do tempo que nos permitem perceber e agir e evoluir com naturalidade num universo social dado”

⁵ E o antropólogo considerado por muitos o pai do conceito moderno de cultura, sua principal obra e o livro *Cultura Primitiva*(1871). Apesar de sua contribuição, associando cultura a “todo um modo de vida”, Edward B. Tylor sofre muitas críticas, por fazer parte da corrente do evolucionismo social, que acreditava em uma hierarquização da cultura em que as sociedades teriam início em um estado primitivo e gradualmente tornariam-se civilizadas, tendo como modelo de civilização a sociedade européia do sec. XIX.

⁶ E considerado um dos fundadores dos Estudos Culturais juntamente com Stuart Hall, a base dos seus mais de 40 anos de produção intelectual data de 1956 com o livro *Cultura e Sociedade*(1958).



LOYOLA(2002, p.66). O indivíduo teria em seus atos uma “liberdade condicionada” pelo *habitus*⁷.

Não devemos pensar, todavia, o sujeito como homogeneizado, tendo em vista que as estruturas objetivas necessitam ser adaptadas as conjunturas vividas pelos agentes. A prática seria o local de expressar o individualismo (mediado pelo *habitus*) além de se firmar como espaço gerador das transformações da estrutura, pelos sujeitos dotados de capital simbólico.

Para R. Williams o *patrimônio comum* o qual herdamos, sobre o qual incidem as ações dos indivíduos, são transmitidos socialmente por meio da *tradição seletiva*. Os meios de comunicação seriam então um dos agentes, se não o principal, nessa transmissão dos valores que estão a construir as identidades. O jornalismo, por meio dos seus critérios de noticiabilidade, pinçaria no todo do cotidiano, fatos e pensamentos de relevância para o momento, que viriam, a *posteriori*, juntamente com os costumes e tradições formar a cultura.

Temos como objetivo neste estudo compreender uma das dinâmicas culturais, definida a partir do acervo documental que foi registrado pela sociedade nas décadas de 70 e 80, em particular na Revista Claudia para em dialogo com a análise social da cultura possamos perceber a representação da mulher nestas décadas.

Elas (as práticas culturais) se referem às classificações, divisões e delimitações que organizam a apreensão do mundo social como categorias fundamentais de percepção e de apreciação do real. Variáveis constante às classes sociais ou aos meios intelectuais, elas são produzidas pelas disposições estáveis e partilhadas, próprias do grupo. São estes esquemas intelectuais incorporados que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro se torna inteligível e o espaço decifrado. (sic.) (CHARTIER,1999, p.17)

Para João Carlos Cattelan (2008) a representação seria a forma como o sujeito é visto social e historicamente. Uma representação social é uma visão de mundo, uma versão do mundo real, feito a partir de um ponto de vista dentro da sociedade.

Ao representar a figura feminina, constrói-se, projeta-se e estabiliza-se a identidade social, em processos definidos histórico e culturalmente. As práticas sociais de representação vigentes de uma certa época se cristalizam em formas textuais.É possível associar as representações às ordens de discurso a que estão genealogicamente relacionadas e, também,

⁷ Conceito fundamental para a teoria do sociólogo, o *habitus* é o “social incorporado” (BOURDIEU, 1990,p.25)

a outros discursos que circulam na sociedade.(TEIXEIRA; VALÉRIO, 2008, p. 8)

Os discursos, por sua vez, provem da base cultural no qual estão inseridos, logo ao analisarmos a *Revista Claudia* estaremos compreendendo como um determinado grupo social, em um dado recorte temporal e conjuntural, representa o mundo e suas transformações ligadas aos papéis dos gêneros.

Revistas: um mercado segmentado

O primeiro periódico classificado como revista⁸ remota de 1663 em Hamburgo na Alemanha e se chamava *Erbauliche Monaths-Unterredungen-* traduzindo *Edificantes Discussões Mensais-* a nova linguagem e o conteúdo monotemático, agradou o público e rapidamente a nova plataforma se espalhou pela Europa, em 1665 surgiam a francesa *Jornal dos Sábios* e a inglesa *Transformações Filosóficas* seguidas pela italiana *Jornal dos Literatos* em 1668.

Nestes primeiros anos as revistas estavam ainda muito próximas de outro gênero, os livros, se diferenciando principalmente por seu conteúdo de variedades. A revista como conhecemos atualmente para Scalzo surge somente em 1731, com a *The Gentleman's Magazine* do livreiro britânico Edward Cave.

Todas essas publicações, mesmo não utilizando o termo “revistas” no nome (isso só aconteceria em 1704, na Inglaterra) e parecendo-se demais com os livros, deixam clara a missão do novo tipo de publicação que surgia: destinar-se a públicos específicos e aprofundar os assuntos- mais que os jornais, menos que os livros.(SCALZO, 2009, p.19)

O periódico inglês *The Ladies Mercury*(1693), publicada pelo livreiro londrino John Dunton, é considerada o marco das revistas femininas, que surgem somente 20 anos após lançamento da Alemã *Erbauliche Monaths-Unterredungem* e trazem consigo uma inovação em seu estilo de publicação, a segmentação por mercado de leitor.

Podemos perceber então que as mulheres já no último decênio do século XVII,se constituíam como um nicho mercadológico⁹ a ser atendido por uma imprensa segmentada, reflexo sintomático de uma sociedade patriarcal que não concebia a mulher

⁸ Como aponta Werneck(2000) o termo revista foi utilizado pela primeira vez por Daniel Defoe, o autor de Robison Crusoe, ao lançar em Londres a magazine A Weekly Review of the Affairs of France.

⁹ Expressão utilizada em áreas como a publicidade para designar “grupos de consumidores cujas necessidades não são totalmente atendidas” (KOTLER, 2000, p.279) pela produção “massiva”.



como pertencente a esfera pública, por conseqüência não tendo representatividade na imprensa tradicional que ainda estava muito atrelada aos meandros políticos.

O sucesso da *The Ladies Mercury* fez com que a imprensa feminina se espalhasse rapidamente pela Europa, chegando em 1770 a Itália com a *Toilette*, e em seguida em outros países como Alemanha, *Akademie de Grazien* e *Journal fur Deutsche Frauen*, Austria, *Die Elegante*, e França, em 1758, após quase setenta anos da publicação inglesa.

Os Estados Unidos, em 1741, publicou a primeira revista do continente americano, a *American Magazine* com uma estrutura semelhante a das publicações contemporâneas. Se por um lado, na mídia tradicional as revistas apresentavam avanço, o segmento feminino só teve visibilidade no sec. XIX com o lançamento de revistas como *Harpers Bazaar* (1867) e *Vougue* (1892) que ainda estão no mercado editorial, como também de revista já fora de circulação como *Ladies Home Journal* (1883) e *Gody's Lady's Book* (1837) que chegou a atingir em 1860, 160.000 assinantes.

No Brasil a primeira revista que se tem registro data de 1812, na província da Bahia, *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, com apenas dois números o periódico é considerado o marco fundador do segmento no país, porém, o primeiro veículo a se rotular como revista segundo o aponta Werneck (2000), seria a *Revista Semanário dos Trabalhadores Legislativos da Câmara dos Senhores Deputados*, em 1828 no Rio de Janeiro.

Na Bahia, no ano de 1812, surgiu a primeira revista não oficial do país lançada pelo jornal *Idade d' Ouro do Brasil*. A publicação tinha como título: *As Variedades ou Ensaios de Literatura*. Ambos, o jornal e a revista foram criados na tipografia de Manuel Antonio da Silva Serva, publicados sobre a proteção do Conde dos Arcos. Os redatores eram Diogo Soares da Silva de Bivar e o Padre Ignácio José de Macedo. A linha editorial era conservadora e, portanto, defendia o absolutismo monárquico português. (MOURA, 2011, p. 3)

As primeiras revistas brasileiras eram publicações eruditas e não noticiosas, que não refletiam os acontecimentos da vida social, desta maneira eram consumidas por uma pequena parcela da sociedade. Somente a partir de 1860 as publicações passam a oferecer notícias de interesse social e incorporar ilustrações e fotografias o que atrai o leitor para o segmento.



O meio revista se segmenta no Brasil em 1827, com o lançamento de *O Propagador das Ciências Médicas*, lançada pela Academia de Medicina do Rio de Janeiro, e com o surgimento da imprensa feminina por meio do *Espelho Diamantino - Periódico de Política, Literatura, Bellas Artes, Theatro e Modas dedicado às senhoras brasileiras*¹⁰, também no Rio de Janeiro pelo francês Pierre Plancher.

Vale ressaltar a diferença entre, *imprensa feminina* e *feminista*. Segundo Buitoni (1990) a *imprensa feminina* e caracteriza pelo seu público alvo, as mulheres, enquanto a *imprensa feminista* embora tenha o mesmo direcionamento se baseia na defesa dos direitos das mulheres.

Durante quase meio século os discursos e a representação da mulher na imprensa esteve relacionado à literatura, à beleza e à moda, voltada para atender as necessidades e acima de tudo entreter a mulher enquanto mãe e esposa.

O século XIX foi acompanhado de mudanças na estrutura de nossa sociedade, processo deflagrado principalmente a partir da vinda da família real para o Brasil(...) A existência da corte passou a influir na vida da mulher do Rio de Janeiro, exigindo-lhe mais participação. O Rio estava deixando do caráter provinciano para se tornar uma capital em contato com o mundo. Dentro deste contexto a moda assume grande importância para a mulher que morava nas cidades. As tendências européias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora, depois, com a publicação aqui, de jornais e revistas que reproduziam as gravuras de moda. A necessidade estava criada, havia, portanto, um mercado.

Buitoni (1981) esclarece que por meio da imprensa feminina conseguimos perceber uma tentativa das mulheres de estabelecerem uma forma de autonomia, porém, existiram entraves simbólicos e materiais que restringiriam a atuação social da mulher. A autora utiliza como exemplo fragmentos do artigo *O eterno feminino* publicada na *Revista Ilustrada*, em 1886, “[...] em que se diz que sua esfera de ação profissional deve ser ampliada, mas não muito. E que a mulher não deve se intrometer em lutas políticas” (REVISTA ILLUSTRADA apud BUITONI, 1981, p. 18)

Foi somente a partir de 1963 que o jornalismo feminino ganhou uma nova abordagem no Brasil, e essas mudanças se devem à jornalista e psicóloga Carmem Silva, colunista da revista *Claudia*, mas que também colaborou em outros periódicos

¹⁰ Como aponta Fonseca (1941 apud Abreu, 2008, p.148) *O Espelho Diamantino* foi lançado por Pierre Plancher, tratava-se de um periódico quinzenal que teve 14 números lançados e como sua epígrafe indica seu conteúdo estava ligado a moda, artes e literatura. A conjuntura político social do ano de seu lançamento e marcado por outra vitória feminina, a criação da primeira lei que estendia as mulheres o direito de alfabetização.



como a *Revista Cruzeiro*. Por meio de sua coluna *A arte de ser mulher* quebrou *tabus* e mostrou a insatisfação da dona de casa, chamando-a como aponta Buitoni (1981) de *pequena rainha triste*.

Imprensa feminina: jornalismo ou publicidade?

O simples folhear de uma revista feminina contemporânea como *Claudia*, *Nova*, *Capricho* torna perceptível as diferenças entre a publicação e os veículos jornalísticos tradicionais, como o jornal. A escrita formal, a busca pelo objetivismo e pela imparcialidade, por meio de técnicas como *lide*, tão presentes no jornal impresso dão lugar a uma linguagem coloquial e pessoal, que simula um diálogo entre a revista e sua leitora.

O que é tido como regra para o jornal diário, pode não se adequar quando se trata da imprensa feminina. As diferenças de produção e recepção entre os meios são sem dúvida uma das razões para o distanciamento editorial, enquanto o jornal tem como produto a informação, e uma temporalidade firmada no presente, voltada para a cobertura dos fatos do dia com o intuito de satisfazer as necessidades de um público heterogêneo; a imprensa feminina trabalha com um público já definido (até mesmo em faixa etária e nível de renda), abordando temáticas voltadas ao dia-a-dia da mulher, em uma narrativa que não necessita de laços temporais, “as editorias presentes nesse tipo de veículo de comunicação, como por exemplo, moda, beleza, culinária, decoração [...] podem até aceitar ligações com o factual, mas não são por ele determinadas.” (TEIXEIRA; VALÉRIO, 2008, p.3)

Questionamo-nos então se esta outra forma de narrar a realidade, presente nas revistas femininas poderia ser considerada jornalismo.

Dentre os muitos aspectos característicos aos processos jornalísticos, os quais podem servir como norteadores para entender o trabalho da imprensa, um ponto nos parece fundamental: a percepção de que o jornalismo não é feito apenas de conteúdo exclusivamente informativos (TEMER, 2007, p. 59) considerados objetivos (LAGE, 2001, p.34), que não expõem interpretações, percepções ou julgamentos dos repórteres. Sem dúvida, a base do jornalismo, como já alertava Luiz Beltrão (1980, p. 13), em seus primeiros ensaios acadêmicos, está na informação. Mas isso não quer dizer que ela esgota as demais possibilidades dessa atividade. Ao contrário, subsidia outras formas de expressão construídas jornalisticamente. (ASSIS, 2011, p. 2-3)



Compartilhando a mesma perspectiva, de que o jornalismo não está restrito somente ao noticioso factual, José Marques de Melo estabelece em sua vasta obra sobre o estudo dos gêneros¹¹ jornalísticos, uma evolução nos modos de organização das mensagens na imprensa. Para o autor:

O jornalismo opinativo coexistiu com o jornalismo informativo, competitivamente, durante todo o século XX. Na passagem para o século XXI, apareceram outros gêneros: interpretativo, diversional e utilitário, disputando espaço com os gêneros precedentes. (MARQUES DE MELO, 2009, p. 3)

Como sugere a pesquisadora portuguesa Daniela Bertocchi (2005) a Teoria dos Gêneros Jornalísticos é composta por categorias mutáveis, que surgem com as demandas do leitor em uma sociedade em constante transformação. Logo cada gênero seria reflexo das dinâmicas sociais de seu tempo.

As classificações de espécies, ainda que sofram alterações com o tempo, são importantes porque as espécies de textos que englobam e os critérios em que se apóia são reflexões de todo o sistema de valores do jornalismo e de seus pressupostos etimológicos (Casasús, 1991:92; Herrera Damas & Martínez-Costa, 2004:127-139; Lopes & Reis, 2002:187) (sic) (BERTOCCHI, 2005, p. 5)

Dentre os cinco gêneros consagrados pela cultura jornalística identificados por Marques de Melo: o informativo, o opinativo, o interpretativo, o diversional e o utilitário, o último seria o que melhor representa a imprensa feminina. Como comprova a pesquisa por observação participante realizada por Jacqueline Rio Dos Santos (1994; 1996) na Revista Claudia, por exemplo, no ano de 1991, 40% das matérias são de serviço.

O gênero de serviço ou utilitário reflete a dinâmica de uma sociedade com excesso de informação em que o leitor cosmopolita sente a necessidade de críticas e opiniões a cerca das possibilidades que estão ao seu redor. Como aponta Tyciane Vaz “Nesta era em que há muita informação é que o cidadão está cercado por variadas

¹¹ Oriunda da Teoria dos Gêneros Literários, existente desde Platão, a Teoria dos Gêneros Jornalísticos começou a ser formulada nos últimos anos da década de 1950, graças aos estudos de Jacques Kayser (1961)



opções, ele precisa fazer escolhas a cada momento, necessitando cada vez mais de orientações e guias.” (VAZ, 2009, p.2)

Marques de Melo (2007) em *Gêneros de Comunicação Massivas* identifica quatro categorias textuais como recorrentes no *gênero utilitário, o indicador, a cotação, o roteiro e o serviço* que foram somadas por Tyciane Vaz a outras duas subcategorias *o olho e a dica*. Percebemos em nossa análise que o indicador, o roteiro o olho e a dica são as categorias de maior presença na Revista Claudia nas décadas de 60 e 70, assim conceituadas:

Indicador: Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas(cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.)

Roteiro: Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos

Serviço: Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados

Olho: são as reportagens, isto é, relatos aprofundados de fatos de interesse público, que acrescentam vestígios de informação utilitária.

Dica: Informação que unem o formato reportagem (relato estendido sobre acontecimentos) com o formato roteiro (relato resumido sobre as opções de consumo de bens simbólicos) (VAZ, 2009. p.4)

Revista Claudia

A década de 1960 é marcada por transformações e turbulências, a Guerra Fria determina as relações político sociais e o mundo passa por uma febre modernizadora com os soviéticos chegando ao espaço e posteriormente os americanos a lua, a guerra do Vietnã por sua vez encontra um forte inimigo ideológico os Híppies que espalharam pelo mundo o movimento contra cultural. Neste período a história do Brasil ficou marcada pelas disputas no campo político, em 25 de agosto de 1961 o presidente Janio Quadros renuncia dando início a conflitos que culminariam no golpe militar, em 1964, que levaria ao país a mais de vinte anos de ditadura.

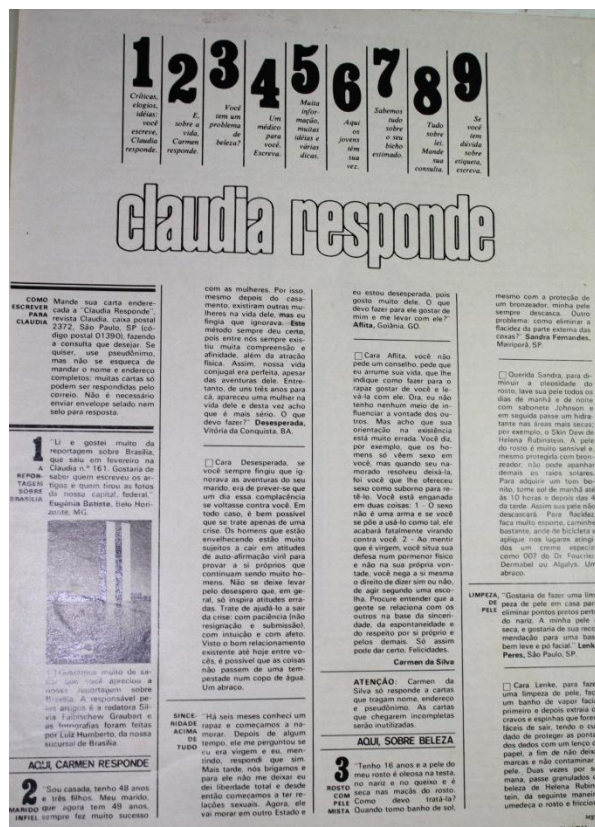
E nessa conjuntura social que a Editora Abril S. A.¹² lança, em outubro de 1961, a Revista Claudia, vinculada ao Núcleo de Comportamento da empresa, o periódico surge com 102 páginas chegando ao final da década a 276 páginas impressas na demissão 26x33 terminando a década de 1970 em 22x30, aproximando-se do formato atual. Seu público alvo eram mulheres de classe média, casadas e com filhos, podendo ou não ter independência financeira.

¹² A maior editoria brasileira de revistas, comandada pela família Civita.



Para Buitoni (1981) a partir da década de 60 as mulheres são percebidas pelo mercado editorial brasileiro como um nicho sempre a procura de novos produtos, com necessidades a ser atendidas, “sendo introduzida na sociedade de consumo. As revistas femininas trazem cada vez mais anúncios a atestar a capacidade compradora de seu publico. Mais páginas a cores, mais “reportagens” de moda, matérias ensinando a comprar melhor eletrodomésticos, etc.” (BUITONI, 1981, p. 93)

A revista Claudia na década de 1970 apresenta um discurso contraditório ora incentivando atitudes progressistas, ora reafirmando os modelos conservadores e opressores. Entendemos essa dualidade como o reflexo social da mulher que começava a internalizar as mudanças que o movimento feminista trouxera na década de 60, mas que eram reprimidas pela sociedade, e acima de tudo por si própria, que por décadas viveu em um sistema patriarcal.



Revista Claudia Ano XIV N.º 163.
Fonte: Acervo Particular do autor

Consideramos a sessão *Claudia responde* de abril de 1975, como representativa dos padrões editoriais da publicação nesta década. A primeira carta faz alusão ao segmento que juntamente com as receitas culinárias e a moda ocupam boa parte da



revista, o roteiro, o que atesta o caráter de serviço do periódico. A segunda e terceira carta remetida por leitoras que se identificam como “Desesperada” e “Aflita” respectivamente demonstram, ora a conservação dos padrões sociais machistas ora uma independência feminina.

A segunda carta da sessão, conta com o depoimento de uma mulher com 48 anos, casada e mãe de três filhos que possui um marido que sempre a traiu, “mesmo depois do casamento, existiram outras mulheres na vida dele, mas eu fingia que ignorava. Este método sempre deu certo... assim nossa vida conjugal era perfeita”, mais que estava “desesperada” por acreditar que o atual caso do marido, que durava já cerca de três anos, era mais sério. A revista *Claudia* tranquiliza a leitora avisando que os homens quando ficam mais velhos passam por uma crise de auto-afirmação, e aconselha a leitora não cair em desespero, porque suas atitudes podem piorar o relacionamento, seu papel seria apoiar o marido com “paciência” e “afeto” para auxiliá-lo a sair da crise, para que assim o casamento volte a se estabilizar, “visto o bom relacionamento existente até hoje entre vocês.

A terceira carta conta a história de uma mulher que mentiu para o seu namorado afirmando ser virgem e após o término do relacionamento utilizou o sexo como ferramenta para a reconciliação, porém o seu companheiro ira se mudar de estado e a leitora pergunta a revista “o que devo fazer para ele gostar de mim e me levar com ele?”. A revista então por meio de um comentário de Carmen da Silva coloca que a postura da leitora não foi “correta”, pois mentir sobre sua virgindade significa tirar o poder da mulher de dona do seu próprio corpo e detentora do direito de fazer suas escolhas, ao mesmo tempo critica a importância dada ao sexo no relacionamento afirmando que a base de uma boa relação é a sinceridade e o respeito mútuo.

Ambas as cartas dão indícios da postura assumida pelo periódico. A resposta dada a primeira leitora não foi assinada, sendo assim e a própria revista que está se manifestando, expondo um discurso que mostra a mulher como inferior e submissa enquanto o posicionamento dado a terceira carta, mostrando a necessidade da independência feminina trás o nome da colunista Carmen da Silva. Notamos essa mudança de postura permeada por toda a revista, as reportagens que trazem um discurso mais progressivo estão usualmente nas matérias assinadas.

Retomando as cartas da sessão *Claudia responde* de abril de 1975 chegamos às leitoras numero quatro e cinco, Sandra Fernandes, de 16 anos, e Lenke Peres, que estão enfrentando problemas estéticos como o surgimento de espinhas, o descascar da pele e a

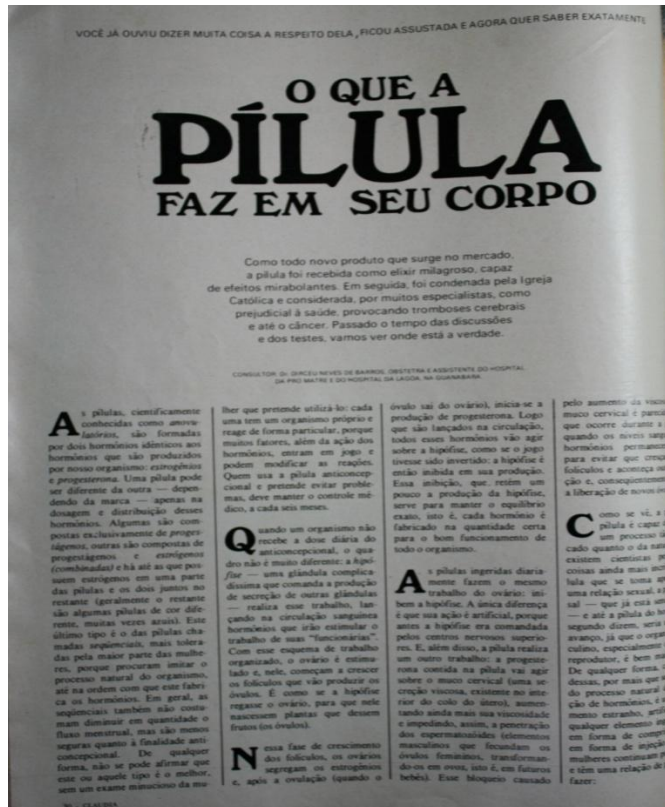
flacidez, recorrendo a revista para dicas de beleza, que prontamente são atendidas com a indicação de produtos como “sabonete Johnson [...] Skin Dew de Helena Rubinstein [...] um creme especial como 007 do Dr. Foucrier” aliados a mudanças de comportamento, “*não pode* apanhar demais os raios solares [...] *faça* muito esporte, caminhe bastante”¹³.

Ao indicar produtos e posturas para auxiliar os problemas de suas leitoras a revista esta cumprindo sua função de jornalismo de serviço, porém, o que se percebe em matérias como: “Não Tema as Rugas” (1975), “Beleza: uma ginástica contra a velhice” (1972), “Dieta especial contra a celulite” (1972), “Fique em forma pulando corda” (1972), “Tratamentos para combater as rugas” (1975); e que a revista não tenta quebrar os padrões estéticos, não mostra para a mulher que é comum uma adolescente ter acne, que com o passar dos anos as rugas naturalmente aparecem, paradoxalmente a Revista Claudia reafirma os padrões. A mulher “deve”, “tem” que estar sempre magra, sem celulites, sem estrias, sem rugas, nem que para isso ela precise recorrer a intervenções cirúrgicas e constantes tratamentos de beleza, que prontamente a revista indicará em suas páginas.

Alguns atores como Ethel Souza (1957) e Duclécia Buittoni (1981), interpretam a expansão das revistas femininas na segunda metade do século XX como uma estratégia para introjetar os novos valores, principalmente o consumismo na sociedade brasileira. “De papel em papel, a imprensa feminina brasileira colabora para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter padrões”, Ecléa Bosi ao prefaciar o livro *Mulher de Papel*, da autora anteriormente citada, trata a imprensa feminina como “mera embalagem de valores do neocapitalismo”(apud MARQUES DE MELO, 2006, p148)

Outro mecanismo utilizado pela Revista Claudia e a apropriação do discurso científico, para justificar posicionamentos, incorporando em suas reportagens termos técnicos além de destinar espaços para falas de especialistas, aspectos tão comuns na revista, que aparentemente viriam com a intenção de informar a leitora, também tenta convencê-la, mostrar que o que está sendo apresentado e verdadeiro, e científico.

¹³ Destaques não presentes no texto original.



Revista Claudia Ano XI, N.º129.
Fonte: Acervo Particular do autor

O discurso científico e apropriado pela revista quando os assuntos em debate são *tabus* sociais, delicados o suficiente para serem falados de forma direta, mas que não podem ser silenciados, em virtude das necessidades da leitora ou pela conjuntura que realça a temática. A matéria “*O que a pílula faz em seu corpo*” pode ser citada como exemplo.

A pílula anticoncepcional, que surgiu no mercado na década de 60, gerou reações adversas na sociedade, sendo criticada pela igreja católica e “louvada” pelas femininas que vinham o método contraceptivo como a chave para a liberdade da mulher. A linguagem científica e seus atores teriam o capital simbólico necessário para quebrar os mitos existentes sobre a forma de prevenção, possibilitando a revista transmitir sua ideologia de forma indireta, não agredindo os conservadores e validando seu discurso por meio do outro.

O período compreendido da segunda metade da década de 1970, contudo, traz mudanças significativas nos discursos veiculados e produzidos pela imprensa feminina. Os conceitos da ciência sexual ou sexologia, passam a influenciar a emergência de uma nova “mulher” sexuada, além das possibilidades de vivência da sexualidade de forma diferente das até

então incentivadas. A partir dessa data há significativa mudança discursiva. A sexologia passa a influenciar e legitimar outros discursos e subjetividades. A mulher passa a ser vista como sexuada e passa a exigir prazeres até então encobertos em dificuldades como a frigidez ou insatisfação sexual. (XAVIER FILHA, 2010, p.7)

O sexo passa a ser no final da década de 1970 e em toda a década de 1980, o eixo discursivo para se analisar os papéis sociais desempenhados pela mulher, o privado se torna público, e com isso a sexologia torna-se a “ciência mãe” da imprensa feminina. O sexo, porém não é mais visto como uma prática que ocorre somente entre o marido e a mulher, passa a ser natural para todas: a divorciada, a solteira, a adolescente que passam a ser incluídas no direcionamento da revista.

A mulher se torna o personagem principal nas narrativas, se discute sobre o seu prazer, sobre suas escolhas e preferências. As matérias sobre culinária, moldes de bordados e dicas de atividade para brincar com o filho dão lugar a uma mulher que já conquistou o mercado, que lida abertamente com sua sexualidade e luta por mudanças sociais em uma sociedade ainda machista. O papel de mãe e esposa não desaparece, se torna mais um dos muitos papéis a serem desempenhados.

Como indica Foucault o corpo é um dispositivo de poder, ao passo que a mulher consegue dominá-lo, e imprimir suas próprias regras às instituições como a família e o casamento são abalados, precisam passar por uma reconfiguração que se adéque ao novo papel feminino.

A partir da década de 1980, como dito anteriormente, o privado tornou-se público, a mulher passou a ser representada nas páginas da revista, por meio de um discurso progressivo, como um agente ativo no campo social e econômico, porém o discurso político não ganha visibilidade. Notamos assim um retorno, ou o nunca abandono, ao discurso conservador já presente na *Revista Ilustrada*, de 1886, em que era concebível as mulheres terem no que diz respeito às esferas profissionais e pessoais o seu papel ampliado, porém não poderiam se intrometer no campo político.

Considerações finais.

Percebemos por meio da análise das décadas de 1970 e 1980, que a Revista *Claudia* é constituída por discursos políticos e ideológicos. As páginas da revista tornam-se um “campo de batalha” entre os distintos grupos sociais. Por isso, as reportagens da



publicação, não podem ser vistas como simples veículo de uma ideologia dominante, nem entretenimento puro e inocente.

Logo, a Revista *Claudia* como defende Kellner (2001), deve ser interpretada em seu contexto sociopolítico e econômico, mas também se faz necessário perceber de que modo os componentes internos de seus textos codificam relações de poder, dentro da matriz dos discursos concorrentes que a constituem.

Por meio de nossa análise percebemos como o discurso da *Revista Claudia* é dialógico, impregnado de dizeres de outros sujeitos e instituições sociais, seus enunciados são perpassados por outros discursos situados na grande corrente da comunicação sociocultural, sendo capazes de materializar as tomadas de posição axiológicas.

Ao contrário da aceção, que comumente atribui o discurso proferido pelas revistas femininas como monológico notamos, por meio dos enunciados analisados, uma dialogização das vozes, através de uma dinâmica estabelecida, em que o conservadorismo e a postura emancipatória da mulher estão a se interiluminar, se contrapor parcial ou totalmente.

A Revista *Claudia* é dotada de uma polifonia, já que, diferentes vozes aparecem no texto de forma independente, fazendo com que a revista, aqui compreendida como instituição, não seja a única responsável pelas representações presentes nos enunciados.

Vale ressaltar ainda, a ilusão referencial construída linguisticamente nos textos da revista, em outros termos, quando o periódico trata de temas como, as dicas de estéticas, o que está presente e uma cultura do corpo instituída socialmente que se faz presente na construção discursiva por meio das malhas da intertextualidade. O enunciador leva o leitor a dois níveis de leitura, um no plano superficial, e outra a uma estrutura mais profunda do intertexto, em que se observa o inconsciente.

Logo, a cultura midiática produzida pela publicação, é sim dominante, sobre a perspectiva de que ela vem ditando as formas de relação e comportamento, vem redefinindo o modo de interpretar a realidade e construindo um mundo virtual que serve como modelo de feminilidade. A cultura midiática, vem tomando o lugar de instituições tradicionais como a família, a escola, a religião no papel de formadora da identidade, tornando o papel da mídia cada vez mais central na vida do homem.



Referências

- ABREU, A. A. . **Mulheres e Imprensa: passado e presente**. In: Ana Paula Goulart Ribeiro e Micael Herschmann. (Org.). *comunicação e História: interfaces e novas abordagens*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad X: Globo Universidade, 2008, v. 1, p. 7-271.
- ASSIS, Francisco de. **Primórdios do jornalismo diversional no Brasil: uma introdução à luz de desacordos**. In: Anais 8º Encontro Nacional de História da Mídia. Guarapuava, Paraná, 2011.
- BERTOCCHI, Daniela. **Gênero jornalísticos em espaços digitais**. 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 4º SOPCOM, Comissão Editorial da Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal, p.2064 (2005)
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel**. Edições Loyola, São Paulo, 1981
- BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002, 98p
- CHARTIER, Roges. **Comunidade de leitores**, In: A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa- séculos XIV e XVIII. Tradução Mary Del Priori. 2 ed. Brasília: Editora da UNB, 1999.
- DELEUZE, Gilles. **¿Que és un dispositivo?** In: Michel Foucault, filósofo. Barcelona: Gedisa, 1990, pp. 155-161. Tradução de Wanderson Flor do Nascimento.
- FISCHER, R. M. B . **Mídia e educação da mulher: uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV**. Estudos Feministas, Florianópolis: CFHC/CCE/UFSC, vol. 9, n.º 2, p. 586-599, 2001ª
- _____, R. M. B . **O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na(e) pela TV**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002
- KAHN, J. 5. **El concepto de cultura: textos fundamentales**. Barcelona Anagrama, 1975. Capítulos 2, 5 e 6.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP, EDUSC, 2001
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice-Hall, 10ª Ed., 2000
- LARROSA, Jorge. **Tecnologias do eu e educação**. In: SILVATomaz Tadeu da. (org.). *O sujeito da educação: estudo foucaultianos*. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- MARCELLO, Fabiana de Amorim. **SOBRE OS MODOS DE PRODUZIR SUJEITOS E PRÁTICAS NA CULTURA: o conceito de dispositivo em questão**. Currículo sem Fronteiras, v.9, n.2, pp.226-241, Jul/Dez 2009
- MARQUES DE MELO, José. **Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado da questão**. In: Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, Intercom 2009.



_____, José. *Teoria do Jornalismo: Identidades brasileiras*. São Paulo. Paulus, 2006.

MOURA, Ranielle Leal. *História das Revistas Brasileiras – informação e entretenimento*. In: Anais 8º Encontro Nacional de História da Mídia. Guarapuava, Paraná, 2011

RIBEIRO, Lavina Madeira. *Comunicação e Sociedade- Cultura, Informação e Espaço Público*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SOUZA, Ethel de, *Imprensa Feminina*. In: Indicador dos profissionais da imprensa, ano 11, n. 3, Rio de Janeiro, 1957, p. 76-79.

TEIXEIRA, Nincia Ribas Borges; VALÉRIO, Maristela S. A "*nova*" mulher: o estereótipo feminino representado na revista *Nova/Cosmopolitan*. Verso & Reverso: revista da comunicação. UNISINOS. V. 22, n. 49, 2008

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. *O Jornalismo de Serviço na imprensa brasileira*. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais SBPJor, São Paulo, 2009.

XAVIER FILHA, Constantina. *Imprensa feminina – entre modas, bordados, cuidados com a prole e o casamento: dispositivos pedagógicos*. Instrumento: R. Est. Pesq. Educ. Juiz de Fora, v. 12, n. 2, jul./dez. 2010.

WERNECK, Humberto et al. *A revista no Brasil*. São Paulo: Ed. Abril, 2000

WILLIAMS, R. *Cultura e sociedade*. São Paulo: Nacional, 1969.