

FEMINISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: A INVENÇÃO DAS MULHERES NAS REVISTAS “FEMININAS”

Tania Navarro SWAIN*

RESUMO

Ouve-se dizer que o feminismo acabou. Que tudo já foi conseguido pelas mulheres, conquistas em todos os campos do social. Apesar de evidentes modificações nas relações de gênero em alguns países do Ocidente, o que aqui se pretende analisar é a dimensão das representações sociais do feminino, constitutivas das configurações identitárias e corpóreas, já que presentes na apreensão do real. A mídia e as revistas femininas compõem um *locus* especial de análise da ação do discurso e das imagens, modelando corpos e assujeitando-os a uma certa representação do feminino.

Palavras-chave: feminismo, revistas femininas, representações sociais, corpo, identidade sexual.

ABSTRACT

Some say that Feminism is over. That women have obtained everything and conquered all they wanted on the social level. Although many changes have obviously modified gender relations in the West, I would like to analyze here the dimension of social representations of the feminine that constitute identity and corporeal configurations and a present time apprehension of reality. The media and feminine magazines represent a special *locus* for an analysis of the action of discourse and images, of their modeling bodies and subduing them to a certain representation of the feminine.

Key-words: feminism, feminine magazines, social representations, bodies, sexual identities.

* Professora Adjunta do Departamento de História da Universidade Federal de Brasília.

Que rumor é este, “ trocas verbais no interior de uma sociedade”¹ que se ouve nas esquinas, nos bares, nas salas de jantar e nas de aula, nos ônibus superlotados e nos carros de luxo? O feminismo acabou? O infinito e insidioso ruído do discurso social sussurado, explicitado, demonstrado, sugere a desnecessária continuidade de um movimento tornado obsoleto diante das “evidentes” conquistas das mulheres: no plano político, já podem votar e ser votadas, qual a queixa? São minoria nos altos postos legislativos e judiciários? Questão de tempo. No campo profissional as portas se abrem, para algumas eleitas. Questão de competência. Salários desiguais para tarefas idênticas? Os ajustes se fazem aos poucos...

Decreta-se assim, no senso comum e na análise teórica, o fim do feminismo: afinal, os gêneros não são igualmente construídos socialmente? Entretanto, colocando-se no mesmo assujeitamento ao social a constituição do feminino e do masculino, esquece-se facilmente o caráter hierárquico da *generização* do humano.

De fato, o ufanismo discursivo da igualdade de oportunidades não consegue encobrir a profunda polarização da sociedade ocidental em imagens esculpidas em formatos binários – mulher e homem – cujos contornos assimétricos delimitam, autorizam, definem os papéis, a ação, o ser no mundo. Na prática social, a violência direta e indireta que povoa o cotidiano das mulheres em agressões físicas, humilhações, palavras, gestos, é apenas marco de imagens e representações que instauram um corpo genitalmente definido e reduzido a um sexo biológico.

A noção de “gênero”, criada pelos estudos feministas, desmascara a ação do social contida nos discursos sobre a “natureza” humana e seu valor heurístico é incontornável; entretanto, a força contida nas análises da *generização* humana tende a se diluir no aspecto demonstrativo e relacional como se o diagnóstico pudesse por si só curar o mal.

As composições de gênero determinam os valores e modelos deste corpo sexuado, suas aptidões e possibilidades, e criam paradigmas físicos, morais, mentais cujas associações tendem a homogeneizar o “ser mulher”, desenhando em múltiplos registros o perfil da “verdadeira mulher”. Se o masculino também é submetido a modelos de performance e comportamen-

1 MAINGUENEAU, D. Analyse du discours et archive. In: PEYTARD, J.; MOIRAND, S. *Configurations discursives*. Paris: Les Belles Lettres, 1993. p. 101.

to, a hierarquia que funda sua instituição no social desnuda o solo sobre o qual se apoia a construção dos estereótipos : o exercício de um poder que se exprime em todos os níveis do social.

A análise dos mecanismos de condensação discursiva e representacional da carne em corpos sexuada permite detectar agentes estratégicos na reprodução, reatualização, ressemantização de formas, valores e normas definidoras de um certo feminino naturalizado, travestido em *slogans* modernos, em imagens de “liberação”, cujos sentidos, constituídos em redes significativas, são expressão de um assujeitamento à norma instituída.

Algumas transformações formais, de fato, realizaram-se em alguns países ocidentais em níveis legais e/ou jurídicos, graças justamente aos movimentos feministas, caracterizados pela sua multiplicidade, táticas e estratégias diversificadas diante de realidades. Mas o dinamismo e o alcance das mudanças – maiores ou menores de acordo com o país – tem se reduzido ou mesmo regredido² na medida em que as transformações não atingem as representações de gênero que constituem os corpos humanos em modelos de ser.

O que aqui se pretende argumentar é que, além do papel social definido em feminino e masculino, as representações e imagens de gênero constroem e esculpem os corpos biológicos não só enquanto sexo genital, mas igualmente moldando-os e assujeitando-os a práticas normativas que hoje se encontram disseminadas no Ocidente.

Nesta perspectiva, as representações sociais são consideradas como uma forma de construção social da realidade cuja mediação atravessa e constitui as práticas através das quais se expressam. Para Denise Jodelet, um pressuposto fundamental do estudo das representações sociais é o da “...interrelação de uma correspondência entre as formas de organização e de comunicação sociais e das modalidades de pensamento social, vistas sob o ângulo de suas categorias, de suas operações e de sua lógica.”³

Assim, quer seja no rumor das conversas que fundamentam o senso comum, na literatura, no discurso científico, em tudo que é impresso ou falado, podemos encontrar representações sociais que instituem o mundo em suas clivagens valorativas, nos recortes significativos que definem as categorias de percepção, análise e definição do social.

2 FALUDI, S. *Backlash, la guerre froide contre les femmes*. Paris: Des Femmes, 1991.

3 JODELET, D. *Les représentations sociales*. Paris: PUF, 1994. p. 46.

A comunicação expõe assim, sua própria constituição categorial ao se expressar e as matrizes de inteligibilidade do discurso social podem ser apreendidas em sua análise; o discurso social é aqui entendido como “... tudo o que é dito e escrito em uma determinada sociedade; tudo que se imprime, tudo que se diz publicamente ou se representa hoje na mídia eletrônica. Tudo que narra ou argumenta, se consideramos que *narrar e argumentar* são as duas maneiras principais de elaboração discursiva.”⁴ Assim a televisão, as novelas, os romances, as revistas em quadrinhos, as revistas em geral, os jornais, a internet etc., em seu espaço de recepção e interação veiculam representações sobre as mulheres, os homens, a sociedade. Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo e o desenho de sua positividade.

Desta forma, se o discurso da mídia em seu dialogismo com o rumor social decreta o fim do feminismo, o campo conotativo do que é dito e do dizível indica a recuperação e/ou atualização de representações binárias, excludentes e hierarquizadas sob novas roupagens. Mulheres e homens continuam a ocupar lugares tradicionalmente traçados segundo sua “natureza” feminina ou masculina, esta mesma “natureza” desconstruída pelo feminismo contemporâneo. Longo é o caminho trilhado pelos feminismos plurais em suas estratégias e argumentações desde Simone de Beauvoir, quando a pretensa essência da mulher é desconstruída em uma simples frase que vincula o “ser mulher” ao “ser” social.⁵

Entretanto, se as teorias feministas não cessam de expandir seu acervo categorial e seu horizonte de análise, os movimentos feministas em sua prática social se vêem desautorizados e desmotivados diante da afirmação generalizada de que “o feminismo acabou” e que sobretudo, o feminismo é uma prática anacrônica já que finalmente, “a igualdade já não foi alcançada?”

Jane Flax observa, nesse sentido, que na análise das relações de gênero, é preciso sublinhar o domínio do *pensável* ou seja,⁶ como as reproduzimos em torno de valores e significados cuja aparência anódina não

4 ANGENOT, M. *Un état do discours social*. Montréal: Le Préambule, 1989. p. 13.

5 “On ne naît pas femme, on le devient” frase que se tornou clássica na literatura feminista.

6 FLAX, J. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: HOLANDA, H. B. (Org.) *Pós-modernismo e política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

permite uma imediata apreensão das hierarquias implícitas. Como são representadas, em que constelações de sentido se inserem as imagens de gênero que são veiculadas no espaço midiático, *locus* privilegiado de um imaginário instituinte de relações sociais?

Para além das evidências

Nunca é demais sublinhar a *démarche* proposta por Foucault de *inversão das evidências* na análise do discurso social: buscar a vontade de verdade e os recortes discursivos que, no caso, constróem a naturalização de papéis.⁷ O discurso de verdade apóia-se na tradição, na ciência, na religião para definir a essência dos seres: uma identidade baseada em critérios arbitrários que se apresenta com um caráter atemporal, negação de toda historicidade, em asserções do tipo “eterno feminino”, “prostituição, a mais antiga profissão do mundo”. Para Foucault, esta “...vontade de verdade que se impôs a nós há tanto tempo é tal que a verdade assim proposta não pode senão escondê-la,”⁸ pois a evidência esconde em suas dobras a vontade de poder que a anima.

De fato, as representações sociais, em um tempo e local determinados são também reatualizações de imagens que permanecem alojadas nos nichos do interdiscurso, “...processo de reconfiguração incessante no qual uma formação discursiva é levada (...) a incorporar elementos pré-construídos, produzidos fora dela, com eles provocando sua redefinição e redirecionamento...”⁹

Assim, no Ocidente, as representações das mulheres vem sendo diabolizadas ou santificadas, e estas expressões compõem a noção de uma natureza sexuada selvagem, rebelde, má, cuja domesticação resultaria na

7 FOUCAULT, M. *L'ordre du discours*. Paris: PUF, 1991 (tradução livre das citações de obras em língua estrangeira).

8 *Ibid.*, p. 22.

9 MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. São Paulo: Unicamp, 1989. p. 113.

imagem da “boa”, da “verdadeira” mulher. Os discursos fundadores destas “certezas” em torno do feminino vão de Aristóteles a Paulo de Tarso, passando por inumeráveis caminhos discursivos e temporalidades diversas, entre o medievo e a modernidade.¹⁰

No saber instituído pela filosofia e pela história, a palavra dos “grandes homens” esclarece sobre a “verdadeira” natureza da mulher, repondo sem cessar, nos espaços interdiscursivos, representações pejorativas sobre o feminino que delimitam seu lugar no mundo, suas possibilidades e as práticas às quais ela deve se restringir.¹¹ Temos assim, a autoridade de Rousseau, Freud, Hegel, Comte, Lutero, Lombroso, dos tratados médicos e dos manuais de confissão, da literatura e do teatro, da poesia, veiculando estas imagens que desqualificam e atrelam a mulher a um destino biológico e criam “...um campo de elementos antecedentes em relação aos quais se situa, mas que tem o poder de reorganizar e de redistribuir segundo relações novas.”¹² Assim a sedução perversa, a inferioridade física e social, a incapacidade intelectual, a dependência de seu corpo e de seu sexo, a passividade vem sendo reafirmadas em imagens e palavras que povoam o imaginário ocidental.

Sexo e gênero

Estas imagens do feminino ancoradas na memória discursiva¹³ vem se incorporar às representações de mulheres atuais, transformadas, mas guardando as nuances que fazem das práticas sociais um espaço binário assimétrico, cujas polarizações reforçam e justificam a divisão *generalizada*

10 Ver SWAIN, T. N. *De deusa à bruxa: uma história de silêncio*. Brasília: Ed. da UnB.

11 Ver por exemplo a satanização da mulher no Ocidente em DELUMEAU, J. *La peur en Occident, XIV-XVIII^e. Siècles*. Paris: Fayard, 1978. Ver igualmente o livro de GROULT, B. *Cette mère assurance*. Paris: Albin Michel, 1993, que compila citações masculinas dotadas de autoridade sobre a mulher na história.

12 FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*, Rio de Janeiro: Forense, 1987. p. 143

13 “...de forma geral, a toda formação discursiva é associada uma memória discursiva constituída de formulações que repetem, recusam e transformam outras formulações.” *Ibid.* p. 115.

do mundo. Ao feminino o mundo do sentimento, da intuição, da domesticidade, da inaptidão, do particular; ao masculino a racionalidade, a praticidade, a gerência do universo e do universal.

Apenas os discursos religiosos integristas ou de extrema direita se permitem, na atualidade, declarações de um tal teor pejorativo sobre as mulheres; entretanto, os ditos populares, as piadas, as letras de música e as representações sociais que encontramos em imagens e textos midiáticos reformulam o atrelamento da mulher a seu corpo e à natureza “feminina”.

Mulheres e homens, a “evidência” da diferença biológica seria o argumento último da necessária separação de esferas sociais baseada na diferença de sexos. Concorde-se, entretanto, com Judith Butler¹⁴ e Nicole Claude Mathieu¹⁵ quando questionam esta nova naturalização: a primeira afirma que o gênero só existe quando se materializa na prática do social, heterogênea em sua historicidade:

O gênero pode também ser designado como o verdadeiro aparato de produção através do qual os sexos são estabelecidos. Assim, o gênero não está para a cultura como o sexo para a natureza; o gênero é também o significado discursivo/cultural pelo qual a “natureza sexuada” ou o “sexo natural” é produzido e estabelecido como uma forma “pré-discursiva” anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra sobre a qual a cultura age.¹⁶

Mathieu acrescenta que é este “gênero instituído que cria o sexo biológico”, pois a heterogeneidade cultural de relações sexo/gênero “... nos leva a pensar não mais que a diferença dos sexos é ‘traduzida’ ou ‘expressa’ ou ‘simbolizada’ pelo gênero, *mas que o gênero constrói o sexo*. Entre sexo e gênero é estabelecida uma correspondência sociológica e política.”¹⁷ Ou seja, a importância dada ao sexo, ao aparelho genital, na

14 BUTLER, J. *Gender trouble*. Feminism and the subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

15 MATHIEU, N. C. *L'anatomie politique*: catégorisations et idéologies du sexe. Paris: Côté-Femmes, 1991.

16 BUTLER, J. *op.cit.*, p. 7.

17 MATHIEU, *op.cit.*, p. 256. Nesta mesma obra, a autora faz uma tipologia das relações sexo/gênero levando em conta sua pluralidade.

positividade e divisão da sociedade é ela mesma uma criação histórica e social.

A modelagem dos corpos

Isto nos leva à questão dos corpos que se transformam em feminino e masculino num processo significativo que restitui, no discurso e na matéria, as representações valorativas que dão sentido às relações sociais. Assim, a sexualidade torna-se o eixo principal da identidade e do ser no mundo, fundamentando-se em termos de valores institucionais tais como procriação, casamento, família; a hegemonia da heterossexualidade, prática sexual entre outras, como atesta a multiplicidade de culturas, torna-se naturalizada.

Esta montagem complexa compreende todo um sistema de representações e autorepresentação social codificada em normas, regras, paradigmas morais e modelos corpóreos, que delimitam os campos do aceitável, do dizível, do compreensível. Teresa de Lauretis chama esta engrenagem de *sex gender system* que seria “um construto sociocultural e um aparato semiótico, um sistema de representação que confere sentido (identidade, valor, prestígio, localização no parentesco, status na hierarquia social, etc) aos indivíduos na sociedade.”¹⁸

A perspectiva feminista de detectar os mecanismos de produção e atualização deste quadro representacional de Lauretis aponta para “as tecnologias do gênero” que de forma discursiva ou imagética “...tem o poder de controlar o campo do sentido social e então produzir, promover ou implantar as representações de gênero.”¹⁹

Estas tecnologias no mundo contemporâneo tem sua expressão paroxística no discurso midiático. Apesar da proliferação dos textos e imagens no murmúrio contínuo e inesgotável do quotidiano ocidental, a apro-

18 LAURETIS, T. de. *Technologies of gender, essays on theory, film and fiction*. Bloomington, Indiana: University Press, 1987. p. 5.

19 *Ibid.*, p. 19.

priação social do discurso se dá em diferentes instâncias discursivas, lugares de fala, posições de autoridade que legitimam ou excluem, delimitam ou expandem as hierarquias e os valores definidores de sentido e de lugares sociais, na Ordem do Discurso, na economia de um imaginário onde se pode detectar a hegemonia das representações tradicionais e naturalizadas de gênero.

Foucault afirma que “...em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de procedimentos...”²⁰ e as tecnologias de produção de gênero fazem parte integrante desta *démarche* conjurando e ao mesmo tempo assimilando as transformações sociais conseguidas através dos movimentos feministas. Sob novas roupagens, que representações do feminino são veiculadas pela mídia atualmente, nas propaladas reformulações das relações de gênero?

Revistas femininas, imagens e assujeitamentos

Os produtos culturais destinados ao público feminino desenham, em sua construção, o perfil de suas receptoras em torno de assuntos relacionados a sua esfera específica: sedução e sexo, família, casamento, maternidade e futilidades. A ausência, nas revistas femininas, de debate político, de assuntos econômico-financeiros, das estratégias e objetivos sociais, das questões jurídicas e opinativas é extremamente expressiva quanto à participação presumida, à capacidade de discussão e criação, ao próprio nível intelectual das mulheres que as compram.

O feminino aparece reduzido à sua expressão mais simples e simplória: consumidoras, fazendo funcionar poderosos setores industriais ligados às suas características “naturais”: domesticidade (eletrodomésticos, produtos de limpeza, móveis), sedução (moda, cosméticos, o mercado do sexo, do romance, do amor) e reprodução (produtos para maternidade/crianças em todos os registros, da vestimenta/alimentação aos brinquedos).

20 FOUCAULT, op. cit., p. 10.

A análise de revistas “femininas”²¹ recorta no universo discursivo, este “...conjunto de discursos que interagem num dado momento...”²² um lugar de fala que nos traz textos e imagens como objetos sociais e históricos, elaborados no social, segundo códigos e significados pré-construídos; por outro lado são, também, produtores das representações instituidoras da socialidade. Disputando um mercado milionário, entre publicidades, reportagens, conselhos, dicas, moda, receitas culinárias e de vida, procuram interpelar e conduzir as receptoras para um espaço de significações cuja proximidade da *doxa* assegura sua lisibilidade; existiria talvez um projeto pedagógico que urde a trama dos sentidos assim veiculados, numa retórica que busca “...convencer os outros de que, de fato, apesar de tudo, ainda se vive no melhor dos modos possíveis...”²³

Os sentidos do mundo, assentados em valores e normas, expectativas e barreiras, definições e identidades, são assim constituídos em opinião pública, ciência, religião, lei, nas instâncias discursivas que regem e regulam a socialidade.

O mundo da comunicação contemporâneo é hoje, talvez o único espaço sem fronteiras e a circulação de imagens e representações sociais é virtualmente sem limites; as matrizes de inteligibilidade partilhadas e veiculadas pela mídia atualizam, das profundezas da memória discursiva, imagens estereotipadas do feminino e do masculino, mas não apenas em um espaço cultural definido.

Assim, podemos aventar a hipótese de que se o feminismo se desdobra hoje em teorias e estratégias plurais que apontam para a multiplicidade das situações e das condições materiais das mulheres, a mídia, em tempos de globalização, pretende a homogeneização da condição feminina e a recuperação da imagem da “verdadeira mulher” feita para o amor, a maternidade, a sedução, a complementação do homem, costela de Adão reinventada.

Com efeito, a mídia se localiza na noção de dispositivo, aventado por Foucault como “...um conjunto decididamente heterogêneo que englo-

21 MAINGUENEAU, D. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris: Seuil, 1996. p. 14.

22 ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993. p. 174.

23 FOUCAULT, M. *A microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal. p. 244.

ba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas.”²⁴ Assim, as tecnologias do gênero descritas por Lauretis aprofundam esta noção verticalizando-a na constituição das representações *generizadas* do humano.

Para transitar neste universo globalizado da atualidade onde a troca cultural é parte do mercado mundial, escolhi para análise 4 revistas em 2 países: *Nova* e *Marie Claire*,²⁵ revistas brasileiras e *Elle-Québec* e *La Chatelaine*²⁶ da província francesa do Québec-Canadá.

Línguas latinas, matrizes culturais imbricadas, numa economia de trocas representacionais na América do Norte e América do Sul. A intenção é tentar observar como as representações de gênero constroem os corpos sexuados e as práticas femininas são assim homogeneizadas.²⁷

O tom geral das revistas é de alegria, de confiança no futuro, certeza de poder conciliar tarefas, assumir os novos espaços abertos às mulheres sem perder uma só grama de sua “feminilidade”, perspectiva que “... em nada se distingue daquela ética da felicidade barata pela qual se rege uma civilização do lucro e dos consumos.”²⁸ De fato, o que se nota é uma certa condescendência em relação à mulher profissional, cuja atividade seria apenas um acréscimo às suas tarefas habituais, nunca uma modificação da divisão “natural” do trabalho. O público alvo é a mulher de classe média, jovem, com um certo nível de instrução e renda, cujas preocupações e interesses são presumidos nos apelos publicitários e nos temas desenvolvidos.

24 NOVA/COSMOPOLITAN. A revista feminina mais vendida no mundo, Abril, ano 27, n. 6, jun. 1999; MARIE CLAIRE. Chique é ser inteligente. Globo, n. 98, maio 1999.

25 CHÂTELAINÉ. Le mensuel féminin le plus lu au Québec. déc. 1998; ELLE-QUÉBEC, Québec, n. 113, jan. 1999.

26 A escolha dos números das revistas foi totalmente arbitrária e a baliza temporal vai de dezembro de 1998 à maio de 1999.

27 ECO, op. cit., p. 174.

28 RICH, A. La contrainte à l'hétérosexualité et l'existence lesbienne. *Nouvelles Questions Féministes*, Tierce, n. 1, p. 15-43-citação, mar. 1981.

Capas

As capas das revistas brasileiras *Nova* e *Marie Claire* apresentam chamadas que indicam as matrizes categoriais sobre as quais se apoiam: o corpo e seus contornos, a sexualidade heterossexual, a sedução, o casamento e a maternidade. O corpo tecnológico, refeito, remodelado para seguir o modelo de mulher cujas imagens povoam a revista aparece em ambas: plástica na barriga e transplantes em *Marie Claire* (MC); em *Nova*, aumento dos seios com silicone. Na rede discursiva texto/imagens destas revistas, as publicidades vem reforçar os sentidos e as representações propostas nas capas, como veremos mais adiante.

Em MC, as três primeiras chamadas discutem a sexualidade e o casamento: “As fases da separação: da dor ao alívio”; “Lua de mel: como era e como ficou”; “Orgasmo, a ginástica sexual que aumenta o poder feminino”. Um depoimento – lugar de fala da leitora – anuncia a maternidade: “um milagre de amor salvou meu filho”. Um belo rosto de mulher compõe a capa, morena, olhos castanhos, cujo sorriso anuncia o bem estar da mulher brasileira.

A capa da revista *Nova* é mais provocante: uma exuberante loura de olhos azuis, semi-nua, apenas envolta em gaze azul: mulher versão *Barbie*, o retorno infundável? As chamadas estão todas voltadas para a sexualidade e a sedução: “14 histórias inconfessáveis de ousadias sexuais”; “O que você faz para engatar ou destruir o namoro”; “Terapia sexual é uma saída para casamentos na corda bamba?”; “50 homens charmosos e solteiríssimos que querem receber sua mensagem”. De fato, as duas revistas são construídas em função de um personagem cuja presença é incontornável e em torno do qual giram as mulheres incansavelmente: o homem.

Em ambas as revistas o corpo é central, pois é a partir de sua capacidade de sedução que os demais elementos da rede discursiva se integram. O *cyborg* analisado por Donna Haraway, o corpo tecnológico, é evocado pelo discurso sobre o transplante, do qual se trocam as peças na luta contra a morte; a plástica na barriga e as publicidades de cosméticos e cremes rejuvenescedores apelam à eterna juventude, ao corpo produzido: o modelo corporal está finalmente ao alcance de todas, na luta contra o tempo e as imperfeições. Com a cosmetologia, nenhuma mulher precisa ser feia, pois a beleza é condição *sine qua non* para o romance e a felicidade.

Reportagens

O sumário de MC transita entre reportagens que articulam valores tradicionais (entrevista com Adélia Prado e comunidade tradicional no Rio Grande do Sul) e matérias sobre duas personalidades masculinas, decoração e interior (interesse principal e *locus* específico da mulher), problemas de relacionamento de casais e é claro, moda, beleza, saúde e dicas para uma boa vida.

A única matéria de cunho político *strictu sensu* refere-se às “viúvas e órfãs de Pinochet”, onde aparecem como guardiãs de uma memória – de um pai ou marido, cujas imagens são predominantes. “Até hoje muitas mulheres continuam procurando saber o que aconteceu com seus parentes desaparecidos.” Apesar do corpo da matéria apontar para mulheres que foram torturadas, violadas e assassinadas, a construção do texto e as imagens as tornam expectadoras e auxiliares das verdadeiras vítimas – os homens – que perderam a vida pela liberdade. A resistência das mulheres à ditadura não aparece senão como a dor da perda, mote das chamadas e das fotos: a corda sensível é a quebra familiar, o registro da emoção e do individual, único aparentemente capaz de motivar as mulheres e fazê-las respeitadas nesta “invasão” do espaço público.

A sexualidade aparece explícita nas três primeiras reportagens: na matéria sobre a lua de mel, a superfície discursiva da chamada mostra um caminho evolutivo de mudanças no comportamento sexual. Pode-se destacar algumas palavras que sustentam o texto nas palavras da avó: ingênua, choque, dor, medo, vergonha, ansiedade. Mas “meu marido era um lorde (...) eu tinha que deixar (...) afinal o casamento tinha que ser consumado, era nossa obrigação.” Para a filha, a lembrança da noite de núpcias invocava “ansiedade, nervosismo, dor, vergonha; “a virgindade era um bem a ser preservado. Na verdade a gente falava muito, mas sabia pouco. Prazer? (...) senti prazer, um prazer de estarmos juntos (...) tinha que ser e ele foi supercarinhoso e paciente.” Em comum as matrizes de sentido: medo, vergonha, obrigação, falta de prazer e a idealização de um marido gentil e compreensivo.

Quanto à 3.^a geração, na primeira relação sexual “eu não tinha vergonha, (...) não doeu, não sangrou, mas não sentí prazer.” O casamento, feito “...porque as famílias queriam” mostra uma opção moderna, que dis-

pensaria o institucional.; seu relato, entretanto, é o único que enfatiza os rituais realizados nos mínimos detalhes, o que é significativo sobre a importância da cerimônia para os próprios noivos. O relato é finalizado com a ênfase dada à transmissão da experiência para a filha "...passando para ela o máximo que puder do que é a relação com um homem, os sentimentos, a beleza, sem tabus (...) inspirar na nossa filha esse sentimento de algo muito natural e bom."

Estes depoimentos, numa linha de progresso, apoiam o caminho inexorável de um relacionamento entre os gêneros cada vez melhor, exemplificado no artigo pelo discurso da atualidade. *Locus* de gentileza, afeto, estabilidade, a família é exaltada na transmissão dos valores mais tradicionais e a sexualidade no casamento, vestida de modernidade, afirma a boa ordem do mundo. Esta é portanto, a sexualidade correta, ligada ao que é "natural e bom."

Esta matéria se atrela à naturalização do institucional e ao obscurecimento de sua historicidade; como sublinha Adrienne Rich, "em nenhum dos livros que tratam da maternidade, dos papéis e relações sexuais, das normas sociais para as mulheres, leva-se em consideração a heterossexualidade obrigatória como instituição capaz de afetar profundamente todos os fatos sociais; e a idéia de 'preferência' ou de 'orientação inata' não é, da mesma forma, posta em questão."²⁹

Na mesma linha da tradição e família, encontra-se uma longa entrevista com Adélia Prado, para quem o lugar de fala e de autoridade é logo estabelecido: "a maior poeta brasileira viva", que "...defende valores cada vez mais contestados e escreve textos cada vez mais admiráveis." Com 41 anos de casada, fé no "sacramento do matrimônio", mãe, avó, católica, dona de casa, o perfil traçado fundamenta o discurso em torno de alguns eixos: fé, estabilidade, valor espiritual do casamento. Adélia Prado afirma que "...as feministas me acham antiga demais da conta" e a revista apressa-se em afirmar: "Mas os críticos são quase unânimes em reconhecer o talento e a força desta teologia poético-pessoal e feminina."

A oposição feminino/feminista reforça a percepção do senso comum: o feminismo é desqualificado pela afirmação do feminino, ligado aos

29 BORDO, S. O corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault. In: JAGGAR, A.; BORDO, S. *Gênero, corpo e conhecimento*. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 1997, p. 19.

valores das “verdadeiras mulheres”, assegurados pelos críticos, pelo mundo masculino.

Adélia Prado tem sua definição de feminino: “capacidade de dizer sim, de se dobrar, de aceitar a condição de perdão radical.” Da mesma forma indica que: “Uma coisa que me aflige é o direito da mulher. Eu fico com uma vergonha na hora que dizem isso. Porque me inferioriza, sou ofendida enquanto ser humano (...) acho que já está tudo lá nos direitos humanos.” A palavra “vergonha” sugere a inadequação total de reivindicações que desestabilizaram o natural das posições definidas para as mulheres e “homens-humanos”, cada qual em seu lugar, decisão divina.

O discurso de Adélia Prado, nesta revista, nega a condição subordinada da mulher, nega a violência social e institucional que hierarquiza e marca os indivíduos sexualmente. Estes comentários seriam apenas desprezíveis se não estivessem inseridos em uma rede discursiva que os revestem de legitimidade para o senso comum, adensando a *doxa* da inscrição corporal.

Por outro lado, para ela, escrever é um ato masculino: “...vergonha de fazer poesia nunca tive, mas era do ofício que tinha vergonha.” Usurpação do lugar do homem, opróbio do deslocamento da ordem das coisas, da ordem do Pai: aos homens o intelecto, às mulheres o sentimento, a intuição. “Cada macaco no seu galho” diz o ditado. Adélia Prado continua: “...qualquer ato criativo eu sinto como um ato masculino. De fato eu sou um homem neste sentido, quando estou escrevendo.” Assim, ser agente no mundo é privilégio do ser masculino; anulação total, negação do ser feminino que se procura afirmar: a criação para a mulher é apenas ligada à reprodução. “Virgindade, casamento, é necessário passá-los para os filhos,” conclui.

A repórter marca o lugar da recepção esperada: “Saí de sua casa com uma inveja boa, querendo ser um pouco como ela (não fosse eu estragada de nascença) só para acreditar no que e como ela acredita.” O desalento, a descrença marcam esta fala que aponta para a retomada de valores e crenças tradicionais. Quem sabe não éramos mais felizes?

Diversos

A revista MC continua a discursar sobre a sexualidade e agora a chamada é: “Ginástica íntima: técnicas milenares e aparelhos que aumentam o prazer da mulher.” No corpo do texto a matéria versa sobre a “contração voluntária dos músculos circunvaginais, a fim de induzir sensações eróticas no pênis durante o ato sexual.” Prazer de quem?

Uma citação de Jorge Amado completa o texto em um quadro, em destaque: “uma mulher pode ser feia de aparência, pior de formas, mas se a boca do corpo for de chupeta, trata-se de diamante puro.” A grosseria da frase teria foros libertários? O fato é que aqui a mulher é apenas uma vagina, não importa seu aspecto físico.

O deslocamento entre o título e o texto marca o próprio deslizamento da sexualidade da mulher para a do homem, a que se torna central na matéria. A jornalista afirma ainda que “‘idolatradas pelos homens, muitas ‘pomporistas’ não divulgam a técnica para não aumentar a concorrência”: assim, aquelas que compraram a revista esperando conselhos para um maior prazer pessoal, se vêem conduzidas a um universo de concorrência e sedução, onde seu corpo é um simples aparelho masturbatório.

Por outro lado, na seção de cartas, um comentário sobre um bordel para mulheres: “Em algum lugar deste mundo as mulheres podem exercer suas vontades, fantasias e desejos sem o menor problema ou constrangimento.” A prostituição, expressão paroxística da violência social, torna-se aqui o *locus* naturalizado de expressão livre do desejo: a liberação sexual é equiparada à prostituição, estratégia discursiva comum tomada como justificativa da objetificação e mercantilização humana.

Publicidades

As publicidades compõem a rede que estabelece o lugar, a conduta adequada, o perfil psicológico da mulher: numa delas, o amor da mãe pelo filho torna-se admiração sem limites da mulher pelo homem, pois ele ensina-lhe a usar Nescafé.

As publicidades referentes ao corpo em MC apontam para a beleza possível, mostrando às mulheres como elas podem ser: “Livrei-me da barriga e das recordações tristes” diz uma leitora em MC: o excesso no corpo remete à tristeza e à infelicidade.

Os anúncios de carro revelam a relação das mulheres com a máquina: aparência e segurança são os motes. Numa delas, a família feliz, duas crianças, o pai dirige, a mãe olha-o com adoração e põe a mão em sua perna. O carro para as mulheres é uma extensão de sua casa, extensão de seu papel e de suas obrigações.

Além da moda e da cosmetologia, cujas publicidades compõe cerca de 1/3 da revista, anúncios de sabão em pó: “todo o mundo tem de escolher entre o que precisa fazer e o que gostaria de fazer (...) enquanto Ariel trabalha, você tem todo o tempo livre para dedicar à sua família, à sua casa, à você mesma.” “Dia das mães. Se depender da gente pode se chamar Dia da Independência – assinado: produtos Maggi.”

A divisão de trabalho é aqui naturalizada ao máximo: entre precisar/querer a opção é obrigatória, e facilitar o trabalho de casa permite uma dedicação ainda maior à ... casa. Por último, eventualmente, a si mesma. De toda forma, a mulher foi destinada à resignação e ao sacrifício, como diria Adélia Prado. A independência, para as mulheres, se resume a fazer comida com maior facilidade. Em SEU lugar: a cozinha.

Nova mulher

A revista *Nova* já em sua denominação apela para a idéia de transformação, de modernidade: a “nova mulher” deve aí encontrar a sua imagem. As chamadas da capa referem-se à práticas sexuais, possíveis transgressões, casamento, namoro, remodelagem do corpo: “14 histórias inconfessáveis de ousadias sexuais, a gente nem imagina do que as mulheres são capazes!” (O lugar de fala aqui é externo e, na perspectiva binária da revista, só pode ser masculino – seria um convite a seus olhares?) “Negra e vitoriosa: volta por cima do preconceito”; “50 homens charmosos e solteiríssimos querem sua mensagem”; “terapia sexual para casamentos”; “engatar ou destruir um namoro – os homens revelam”; “idéias espertas

para trabalho extra”; “aumento do seio com silicone.” Destas chamadas, 4 são relativas ao relacionamento com um homem e uma refere-se à busca da perfeição corpórea, marco de sedução.

Nos artigos e reportagens, uma personalidade em destaque, pondo em relevo sua carreira e expectativas de trabalho: um homem. Duas mulheres aparecem também como tema de reportagem: uma é a mulher mais elegante do Brasil e outra é Betty Faria, atriz, mas a ênfase aqui é dada à sua vida particular e sobretudo amorosa. Os domínios de atuação são assim, claramente demarcados.

Outras duas matérias se debruçam sobre as fantasias sexuais e problemas amorosos, uma sobre o casamento e dentre as “21 coisas a fazer antes do ano 2000,” a primeira é “fazer as pazes com o corpo” e a segunda “honrar a palavra” da qual o exemplo dado é “fazer dieta”.

A reportagem especial é sobre “paquera”. Seguem-se moda e beleza (ao alcance de todas), cartas, horóscopo, dicas, novidades, nudez, mulher liberada. As categorias axiais permanecem as mesmas: corpo, sedução, amor.

Modelagem dos corpos

As publicidades de moda, culinária, perfumaria e beleza, com ênfase para o rejuvenescimento, compõe quase metade da revista. “Quero ser seu par”: 14 páginas sob este título mostram em grande formato casais em posições claramente sexuais ou de apropriação. Os seios voltam à baila, explicitando que a perfeição está ali, próxima: “Aumenta o volume! Se você não nasceu com seios perfeitos pode optar pelas moderníssimas próteses de silicone. Levantamos tudo sobre o assunto!”, em 6 páginas. O corpo da mulher desenha-se assim sob o olhar do outro, aquele a ser seduzido, aquele que faz dela um sujeito dotado de significação social.

Que corpo é este, construído em todas suas linhas e desenhos, que corpo é este contra o qual deve se erigir o mundo feminino e a indústria de cosméticos/ perfumaria/ ginástica/ produtos dietéticos/ medicina/ pesquisa? Para melhor domesticá-lo, para controlá-lo e mostrar que, neste caso, a natureza pode e deve ser contornada, pois todas as mulheres tem a seu

alcance a BELEZA, caminho para o amor, o casamento, o jogo da sedução e da felicidade.

Tomadas ao acaso, as superfícies discursivas de produtos de beleza: "...o mais revolucionário tratamento de beleza contra o processo de envelhecimento e combate aos radicais livres"; "...aparelho especialmente desenvolvido para modelar o seu corpo, quando você não tem tempo para fazer exercícios" "(ao lado de uma dançarina do ventre com o rosto velado e seminua). "segredos da natureza para renovar sua pele, cabelos e sentidos"; "novo Chic... não pense no custo. Pense no benefício." (mulher de calcinha e sutiã sobre um fundo azul de um rosto em close de um homem); "agarre seu homem pelos cabelos." De fato, as mulheres se vêem pelo olhar panóptico masculino, que as constrói em seu reflexo no espelho e em sua representação mental.

Num metadiscurso, a revista faz um anúncio dela mesma "Nova Beleza" com a chamada principal: "todas as respostas para você ter um bumbum perfeito: exercícios, óleos, dietas..." e outras compondo a próxima capa: "a primeira noite com ele: como deixar seu corpo macio cheiroso, gostoso de pegar"; "cabelos ondulados, cacheados, crespíssimos"; "os 22 melhores cremes... para você começar já!"; "decidi mudar radicalmente meu visual. E consegui!"; "seios que parecem maiores, barriga quase invisível. As lingerie que modelam seu corpo." Mulher-corpo?

Para Susan Bordo, o corpo funciona como uma metáfora da cultura e esta densa rede discursiva tece as malhas simbólicas e normativas da definição do feminino.³⁰ Afirma a autora que "por meio de disciplinas rigorosas e reguladoras de dieta, maquiagem, e vestuário – princípios organizadores centrais do tempo e do espaço nos dias de muitas mulheres – somos convertidas em pessoas menos orientadas para o social e mais centradas na automodificação."³¹

E este combate cotidiano é incitado, conduzido e extremizado pelo dispositivo da sexualidade definido por Foucault,³² pelo qual as tecnologias de gênero afunilam a performance na construção de corpos sexuados, no esquema binário e valorativo que funciona e oscila nos registros da sedução, posse, romantismo, apropriação.

30 BORDO, op. cit., p. 20.

31 FOUCAULT, M. *Histoire de la sexualité*. Paris: Gallimard, 1976. v. 1.

32 GREER, G. *La femme eunuque*. Paris: Robert Laffont, 1971. p. 295.

Sexo, sexo, sexo

O capítulo “sexualidade”, nesta revista, tem três partes: terapia, fantasias e entrevistas com homens sobre como vêm as mulheres. Nestas, a questão é vê-las moldes “para casar” ou “para outras coisas”. As respostas se dividem em partes iguais: a primeira metade acha um absurdo esta divisão, mas suas afirmações ainda constroem um mundo separado para homens e mulheres. Assim, a afirmação “o que faço com outras mulheres, posso muito bem fazer com minha namorada” supõe a multiplicidade de parceiras. Estaria sua namorada no mesmo registro, seria isto aceitável? Ou apenas uma reafirmação da dupla moral, a sexualidade múltipla para os homens e a monogamia para as mulheres? “Adora badalação... e nem por isso é uma vagabunda.” O que é ser uma vagabunda? Quais os limites, quais as margens? “Cheguei à conclusão que somos iguais”, pensamento profundo, solitário, inovador e moderno, nada a ver com as transformações conseguidas a duras penas pelos movimentos feministas.

A outra metade dos entrevistados afirma claramente suas expectativas: “...por mais que um homem seja *moderno* ele não consegue pensar em *casamento* quando se relaciona com uma mulher que faz questão de sua *própria liberdade* (...) mesmo que isto não a *comprometa* em nada”; “prefiro uma mais *quietinha*, que *confie* em mim e não me dê *dor de cabeça* com mania de *independência*”; “para *casamento* com certeza prefiro uma garota *serena, caseira e natural*.”

As palavras destacadas (itálico) compõem por si só um texto de advertência às mulheres: o espaço de domesticidade, a reserva própria ao feminino, a volta à “natureza” são condições *sine qua non* para o casamento. Nos anos 70, Germaine Greer apontava esta dupla face do casamento: “Cada esposa deve se contentar de seu lar e de sua vida familiar enquanto que para o homem trata-se apenas de um lugar de refúgio para onde se retira como um guerreiro cansado...”³³

Estes homens, que assim se expressam, são jovens entre 25 e 35 anos, nos anos 90, nascidos já em meio ao debate engendrado pelo feminismo; suas representações sociais entretanto, continuam presas aos esque-

33 FOUCAULT, *A microfísica...*, op. cit., p. 182.

mas binários do mundo, de dupla moral e do binarismo implícito nas práticas sociais, sejam elas econômicas, morais, relacionais, sexuais, instituidoras de um mundo cindido “naturalmente”, em masculino e feminino.

A revista constrói sutilmente sua rede de representações em outras reportagens: uma leitora queixa-se que seu noivo a subestima e às suas opiniões e ações, “não me considera capaz. Perguntei se acha que sou burra, ele apenas sorriu, como se estivesse dizendo mais uma bobagem.” Essa superior condescendência é minimizada pela revista que afirma: “Ele é uma vítima do mecanismo que o obriga a ser assim (...) mas para dominar, precisa de uma cúmplice, dê-se o respeito.”

Este ato retórico de inversão constrói um campo de significação e persuasão onde a vítima é transformada em ré ou cúmplice: de um lado explica socialmente a atitude do homem e de outro acusa a mulher. Nos casos de estupro, agressão, assédio, violência conjugal, de quem é afinal a culpa? Já diz o ditado: “se você não sabe porque está batendo, ela sabe porque está apanhando.”

Outra reportagem refere-se às “dez fantasias sexuais mais quentes”: nas dos homens encontram-se o voyerismo, e o homossexualismo. Mas a revista previne, para deixar claras as fronteiras sexuais: “não, ele não é gay, é só uma curiosidade positiva.” Sadomasoquismo é outra fantasia masculina, mas a relação natural entre os gêneros aí fica explícita: dominador/dominada.”

Ser amarrada é uma das fantasias femininas favoritas; amarrar, um sonho tipicamente masculino. “Tem a ver com a obtenção do poder ou a renúncia a ele.” Ou seja, mesmo em nível de fantasia não há disputa de lugares: as mulheres renunciam ao poder (passividade, submissão, aceitação) e os homens exercem-no.

A simulação do estupro é outra fantasia masculina e diz a revista: “...forçar uma mulher não está relacionado à violência mas com a vontade que o sujeito tem de submeter a parceira por meio de uma técnica fantástica. Ela começa dizendo não, depois muda de idéia porque é incapaz de resistir ao gostosão. Para ele é uma viagem do ego. Ninguém se machuca e a vítima também se diverte.”

Esta “fantasia” nega a violência do corpo usado, da humilhação, do desprezo e da negação da individualidade; minimizada, banalizada, apresentada como um jogo, lúdico e prazeroso – uma técnica fantástica. “Viagem do ego, incapaz de resistir ao gostosão.” Como negar a força das palavras,

a força dessas imagens que saltam do texto e interpelam as emoções? Como negar que esta retórica persuade e estimula a agressão, reafirmando antigas fórmulas como: “ela começa dizendo não?”

Assim, vemos a mídia atuando na tessitura da rede representacional reafirmando e fazendo funcionar o poder generizado em “...nível do processo de sujeição ou dos processos contínuos e ininterruptos que sujeitam os corpos, dirigem os gestos, regem os comportamentos, etc., como explicita Foucault.”³⁴

O homossexualismo está entre as fantasias e ousadias sexuais das mulheres, mas a revista desculpabiliza “...só porque tem a idéia não quer dizer que vai ser obrigada a cortar o cabelo e por um terno.” O estereótipo indica que uma passagem rápida pelo desejo sáfico não pode desviar do caminho correto, o que reforça no campo das representações sociais “...a convicção das mulheres que o casamento e a orientação sexual para os homens são componentes inevitáveis de sua existência,”³⁵ como afirma Adrienne Rich.

Por outro lado, sexo oral, sexo romântico e ser considerada irresistível aparecem como fantasias sexuais ousadas. Que tipo de relação sexual tem as mulheres “modernas” que lêem *Nova*? Que tipo de relação podem considerar satisfatória se nestas fantasias “ousadas” a sedução é mais importante que o sexo?

Nas fantasias aparece é claro, como contraponto, o “sexo contra sua vontade” e a revista explicita: “elementos de conquista à força, não de dor e violência.” Agir como prostituta é também uma fantasia das mulheres “sexualmente inibidas”, pois informa a revista *Nova*, “o pagamento é confirmação do poder de atração, você tem uma coisa tão almejada que ele está disposto a desembolsar dinheiro por ela.” A mulher reaparece aqui como a representação de seu corpo ou uma parte dele e a prostituição, exacerbação da violência social, é tratada como um estágio superior da sedução.

Estas são estratégias discursivas de construção de gênero e seu efeito de poder é a construção de um corpo biológico generizado que traz, como sublinha Foucault “...em sua vida e sua morte, em sua força e sua

34 RICH, op. cit., p. 23.

35 FOUCAULT, *A microfísica...*, op. cit., p. 22.

fraqueza, a sanção de todo erro e de toda verdade...³⁶ Verdades construídas, datadas, que circulam no social com a força da evidência, com o selo do natural e do inquestionável quando se trata de corpos sexuados feitos mulheres.

O espaço das representações: fronteiras fluidas

Outra cultura, outro espaço, outra materialidade: a província canadense de Québec, de língua francesa. O momento: Natal. A revista, *La Chatelaine*, que logo marca seu lugar de fala: “a revista mais lida do Québec.” As chamadas da capa enquadram um belo e jovem rosto de mulher, sorridente: “Viagra: a vingança dos homens”; “educação, quando os pais não sabem dizer não”; “Michel Rivard: a felicidade reencontrada”; “Natal: seja bela para as festas”; “Não procure mais: 15 páginas de presentes fabulosos.” A trama discursiva se organiza em torno do consumo, da beleza, da família, da sexualidade e dos homens. A capa sinaliza assim, o conteúdo significativo da revista.

Abrindo a revista em duas páginas, uma publicidade de perfume na qual um homem beija uma mulher. Consumo, sedução, amor, o triptíco das revistas femininas. A publicidade tem um papel notável nesta revista, na recuperação e reafirmação de estereótipos: numa delas (que se repete na revista *Elle*) uma mulher executiva, sobranceira levantada, lábios estreitos, braços cruzados, *tailleur* estrito, cabelo preso, sentada em uma cadeira de espaldar alto e reto, atrás de uma mesa onde repousam caneta, óculos, agenda. Na placa onde deveria estar seu nome, que em francês se escreve NOM, está escrito, porém, NON, ou seja, a negação: NÃO.

Esta imagem negativa, de dureza e severidade para uma executiva, imagem rígida de uma mulher no exercício de uma profissão de comando, é colocada em um campo significativo e polissêmico com a simples palavra instalada em sua frente: NÃO. Não à profissional? Não à mulher severa? À

36 BARTKY, S. L. *Femininity and Patriarchal Power*. In: DIAMOND, I.; QUIMBY, L. *Feminism and Foucault*. Boston: Northeastern University Press, 1988.

mulher em posição de poder? À mulher que não se adapta ao modelo? À mulher sem os atributos “naturais” da feminilidade? “No Natal, ofereça algo doce a quem mais precisa,” diz o texto. E sublinha: “para as que precisam se dar prazer.” Imagem e texto, ato retórico desconstrutivo da representação da mulher que trabalha, que decide, que manda, pois perde sua doçura, sua suavidade, e sobretudo, seu prazer – de ser mulher.

As publicidades nesta revista concentram-se em produtos de beleza (35 páginas) que asseguram a juventude, a perfeição em detalhes do corpo: maquiagem, cabelos, unhas, pele, lábios, cílios, apontando para as possibilidades infinitas de correção de imperfeições e da passagem do tempo. A “arte” da maquiagem é a arte do disfarce, mas isto supõe que o rosto da mulher sem pintura seja defeituoso. “...As tecnologias da feminilidade são praticadas pelas mulheres contra este pano de fundo da percepção de um corpo deficiente; isto explica seu caráter muitas vezes compulsivo e ritualístico,”³⁷ sublinha Sandra Bartky.

Por outro lado, 32 páginas e publicidades sobre cozinha e comida trazem conotações sexuais, familiares, sedutoras. A mulher é a provedora ou a que “pega o homem pelo estomago.” Uma delas é uma receita para a sedução, a respeito de trufas com chocolate branco: “depois de uma, seu homem lhe dá a lua; depois de três, renega a cozinha da mãe; depois de cinco, começa a compreender o que significa “preliminares.”

O grande número de apelos à degustação de receitas ou as fotos de doces suculentos é uma contradição constante com as imagens oferecidas como modelos de beleza, diáfanas, magras, magras, magras. Esta contradição impregna a vida das mulheres ocidentais pois, como explicita Susan Bordo, “as regras dessa construção de feminilidade (...) exigem que as mulheres aprendam como alimentar outras pessoas não a si próprias, e que considerem como voraz e excessivo qualquer desejo de auto-alimentação e cuidado consigo mesmas. Assim, exige-se das mulheres que desenvolvam uma economia emocional totalmente voltada para os outros.”³⁸

Outra fonte de representações sobre as mulheres são as publicidades de carros: nestas, os textos são longos e retomam o senso comum.

37 BORDO, op. cit., p. 25.

38 INSTITORIS, H.; SPRENGER, J. *Le marteau des sorcières, Malleus Maleficarum - 1486*. Traduit du latin et précédé de *l'Inquisiteur et ses sorcières* par: Amand Danet. Grenoble: Jérôme Million, 1990.

Na descrição do automóvel enfatiza-se o espaço e as “portas com duplas fechaduras”, ideal para transportar as crianças; por outro lado, “os instrumentos fáceis de ler”, ajudam a pobre mulher a compreender uma máquina misteriosa para sua mente limitada. Ou então, o que importa são as linhas e a aparência: “top model: elegância, raça, griffe, conforto”; “todas suas esperanças alcançadas: espaço, conforto, rádio, regulador de velocidade e ah! 150 cavalos!” De fato, a performance do motor é secundária, todos sabem que as mulheres só conhecem dos carros, as cores. Facilidade, conforto, segurança, espaço; adjetivos: elegância, beleza, griffe. A venda de carros retoma como eixos a aparência, a utilidade familiar, a futilidade, o acessório em lugar do essencial, e sobretudo a relação “natural” da mulher com a máquina: a incapacidade de compreendê-la, de avaliá-la.

Questão de diferença

A diferença entre homens e mulheres é tomada como tema de uma das reportagens da revista e o subtítulo sugere uma modificação representacional: “os geneticistas exageram!” Da Université Laval, única universidade no Québec que tem um programa de “Estudos Feministas” com diplomação específica, vem o interlocutor que responde às questões da revista: é um homem, antropólogo-biologista. Nesta escolha, a revista reforça a idéia da autoridade masculina, voz que pode esclarecer as dúvidas de todas as leitoras “modernas”, ávidas de aprendizado.

Segundo ele, os antropólogos contestam que as diferenças sejam naturais, mas em nenhum momento fala do papel do feminismo nesta constatação do papel “natural” atribuído ao feminino e ao masculino. Afirma que “na maior parte das sociedades de caçadores-colhedores que existiam antes da agricultura, as mulheres se dedicavam à colheita e os homens à caça.”

Esta universalização é totalmente desprovida de fundamento, na medida em que os dados a respeito destas sociedades – indícios – estão sujeitos à interpretação dos analistas impregnados de suas representações sociais. Nada pode provar esta divisão de trabalho, a não ser as pressuposições contidas em suas próprias concepções de papéis de gênero. As

generalizações históricas a respeito das relações mulheres/homens são fruto de um positivismo anacrônico que se fundamenta apenas na afirmação de suas premissas: é natural porque é, e sendo assim, sempre foi.

E ele continua: “seria porque as mulheres são menos hábeis na caça? Isto está longe de ser provado!” Mas sua afirmação anterior solidificou a universalização das relações sociais generalizadas desde o início dos tempos, artifício discursivo onde a força da representação tradicional apaga a afirmação contrária.

E apesar de afirmar que o cultural tem mais força que o biológico, continua dizendo que “naturalmente creio que existe uma parte de explicação biológica (...) em milhares de sociedades estudadas pelos antropólogos não encontramos nenhum exemplo onde as mulheres exercessem o poder como os homens o fazem em nossas sociedades antes do feminismo.” Seu discurso recortado pode significar totalmente o contrário do que anuncia o título da matéria e se apoia na rede de sentidos estabelecida pela revista.

A última pergunta: “Para resumir, podemos dizer que a diferenciação dos papéis de homem e mulher é o resultado de um caminho cultural e de uma predisposição biológica?” Resposta: “Indubitavelmente. E este caminho cultural não acabou. Nada nos permite afirmar que em *alguns séculos* as mulheres não ocuparão mais espaço do que os homens na cena pública.” Todas as mulheres ficarão felizes com esta perspectiva secular, tempo necessário para mudar a biologia rebelde delas e transformá-las em seres aptos ao poder público.

Em outra matéria, na chamada da capa “Viagra: vingança dos machos contra as feministas,” o feminismo é colocado CONTRA os homens, reafirmação do senso comum: feministas=mal amadas, viragos, lésbicas. O depoimento do editor de Penthouse atualiza o discurso do século XV sobre as feiticeiras que castravam os homens: “O feminismo emasculou o macho americano e esta emasculação engendrou problemas orgânicos.” O *Malleus Maleficarum*, manual dos confessores de 1486, se inquieta sobre esta questão: “...pergunta-se se as feiticeiras, pelo poder do demônio podem verdadeiramente e realmente cortar o membro ou somente dar a impressão ilusória disto? (...) Ninguém duvida que certas feiticeiras façam coisas espantosas em torno dos órgãos viris; muitos o viram, muitos ouviram falar.”³⁹

39 HARAWAY, D. J. *Ciencia, cyborgs y mujeres, la reinvención de la naturaleza*. Valência: Cátedra, 1991, p. 357.

O sentimento de castração adviria da perda ou do questionamento do poder sobre as mulheres, com seu discurso de igualdade? A retomada do vigor sexual/sinônimo e símbolo do poder – seria a recuperação do poder sexual/social?

Mas a riqueza significativa desta reportagem não se exaure facilmente: “as mulheres de uma certa idade, sobretudo se estão na menopausa e não seguem a hormonoterapia (que luta contra a secura vaginal), não tem necessariamente vontade de ser solicitadas novamente.” O papel passivo da mulher na prática sexual é aqui reafirmado; a sexualidade destina-se apenas àquelas leitoras da revista, jovens e em idade de reprodução, que cuidam de sua beleza e seu corpo, são sedutoras dentro dos padrões estabelecidos e consomem os produtos adequados. O fantasma da velhice aparece como uma advertência para as mulheres que não seguem os recursos médico-cosmetologistas.

Vemos assim, nestas superfícies discursivas, a medicalização dos corpos, a criação de um novo invólucro, de uma nova categoria : as mulheres na menopausa. Vaginas desérticas, ossos quebradiços, desejo esquecido, o discurso médico generaliza e cria a menopausa como um castigo, num corpo envelhecido, caminho de todas, se... não seguirem a hormonoterapia, os cuidados com a pele e os cabelos, a ginástica, a dieta.

O corpo tecnológico é o corpo moderno da mulher e o envelhecimento pode ser driblado em novos estágios de sedução, renovação do dispositivo da sexualidade em novas práticas, em desdobramentos da indústria da beleza e da juventude eterna: médica, cirúrgica, farmacêutica, cosmética.

Esta construção discursiva dos corpos, fraturados em hierarquias de idade, volume, altura e classificados pelo olhar paradigmático que define as possibilidades de sedução, performance, realização pessoal, cristaliza-se em práticas delimitadoras de um sexo biológico atreladas às representações do gênero feminino. Assim o sexo é desenhado não como uma superfície neutra de inscrição de práticas generizadas, mas é igualmente un *construto* que se erige em dado natural. Para Donna Haraway,

...não se nasce organismo.(...) os corpos como objeto de conhecimento são nódulos generativos materiais e semióticos. Seus limites se materializam na interação social. (...)⁴⁰ Os vários

40 HARAWAY, op. cit., p. 358.

corpos em questão emergem da interação da investigação científica, da escrita e da publicação, do exercício da medicina e de outros negócios, das produções culturais de todas as classes, incluídas as metáforas e as narrativas disponíveis...⁴¹

Profissões

Outro artigo fala das mulheres que exercem profissões masculinas, “não tradicionais”, vencedoras de um concurso promovido pelo Estado para estimular as mulheres a abrirem o leque de suas atividades. No Québec, os movimentos feministas, tanto acadêmicos quanto sociopolíticos, abriram um espaço excepcional para a atuação das mulheres. As discriminações são atenuadas mas existem em termos de representatividade política e de desigualdade de salários, nas manifestações da violência social contra as mulheres em todas suas dimensões, desde a conjugal à prostituição. Assim, em níveis representacionais igualmente as mulheres encontram-se em patamares assimétricos. De quatro entrevistadas, três tem estudos de nível médio e todas “desviaram-se” para uma carreira masculina, após um início em cozinha, contabilidade e moda. Se o texto demonstra a competência das mulheres, na pesca, na topografia, em tecnologias de elaboração de papel, são apresentadas como minoria, como casos excepcionais e uma delas se destaca como “diferente”: aparência esportiva, medalha de bronze no campeonato canadense de futebol. Mulheres, mas nem tanto.

A única entrevistada de nível superior, vice-presidente de um banco, teve um início profissional clássico para as mulheres, transitando indecisa, entre o teatro, assistência social, literatura, história etc. Mesmo tendo chegado a este posto continua em dúvida se não irá se dedicar ao serviço de desenvolvimento na África. A dúvida, a dedicação aos outros... traços marcantes do feminino. Com 36 anos, para um homem este posto seria o resultado de uma bela e rápida carreira; ela, entretanto sublinha que “não digo que minha vida profissional teve precedência sobre minha vida pesso-

41 BARTHES, R. *Système de la mode*. Paris: Seuil, 1981. p. 263.

al, mas eu gostaria que as duas tivessem tido o mesmo sucesso.” A imagem publicitária da executiva dura e sem prazer forma rede com esta representação da mulher de sucesso, porém triste. A escolha é óbvia: ou a profissão e a carreira ou a felicidade. Mesmo com o espaço institucional aberto, o campo representacional restringe a atuação das mulheres, sancionando-as em sua vida pessoal.

Mais sexo: Elle-Québec

A revista *Elle-Québec* que completa o *corpus* desta análise traz em sua capa chamadas em torno do “sexo, rendez-vous para o amor!”; “moda, a magia da meia-noite”; metamorfose, três mulheres se prestam a este jogo”; “as mulheres do ano: heroínas, militantes, estrelas...” e finalmente “todo o seu ano em nosso especial Astro.”

A moda nesta publicação ocupa 40 páginas, contra apenas 34 para produtos de beleza; na *Chatelaine* seu espaço é menor, 9 páginas e nas revistas brasileiras 28 em *Marie Claire* e 48 em *Nova*. Uma vez construído o corpo, é preciso vesti-lo e a indústria da moda, assim como a cosmetologia e os perfumes são os pilares das revistas femininas. Barthes comenta:

Assim é a Mulher ordinariamente significada pela retórica da Moda: feminina imperativamente, jovem absolutamente, dotada de uma identidade forte e entretanto de uma personalidade contraditória (...) seu trabalho não a impede de estar presente em todas as festas do ano e do dia; ela sai todo fim de semana e viaja todo o tempo (...) a mulher da Moda é ao mesmo tempo o que a leitora é e o que sonha ser.⁴²

Analisa ainda, que a moda seleciona os corpos aos quais se aplica, excluindo outros ou então cria os corpos “na moda”, de acordo com o modelo ideal: “...alonga, incha, reduz, aumenta, diminui, afina e por estes

42 BARTES, op. cit., p. 262.

artifícios a “moda” afirma que pode submeter não importa que acontecimento (não importa o corpo real) à estrutura que ela postula.”⁴³ A tirania da moda não é uma palavra vã: os corpos se espremem e se contorcem para se ajustar aos contornos da moda.

Atendo-se reportagens anunciadas pela capa, as mulheres do ano, que marcaram o Québec, em 1998, são cineastas, artistas, modelos, escritoras, designers, comunicadoras, pequenas empresárias, mas ao lado das profissões, o destaque a certas mulheres é também dado por suas qualidades “naturais”: altruísmo (freira) e maternidade (25 filhos). Profissões tradicionais ou ligadas ao representacional feminino; por outro lado, a astronauta que aparece no fim da reportagem “é do calibre das estrelas”, a diretora geral da Banque Royale no Québec “está engajada em muitas causas humanitárias e é a mãe de Anne-Sophie.”

Na reportagem seguinte, “o encontro com o amor” é um homem que detém o poder da palavra: na introdução ele afirma que a *liberação* de uma moral repressiva em relação à sexualidade trouxe “solidão e sofrimento”. Salienta que as conquistas modernas foram: a desculpabilização do prazer, a emancipação das mulheres e o fim do ostracismo dos homossexuais, o que localiza seu discurso na atualidade. Mas indica tabus fundadores: incesto, pedofilia e violência conjugal colocando na mesma categorização práticas sociais correntes que, longe de representarem um tabu, são elementos de dissiminação do poder generizado.

Continua incentivando à reapropriação da “verdadeira dimensão da sexualidade”, – que naturalmente ele sabe qual é – e recusa “a acomodação com um mundo sem valores nem finalidade”. Mas o melhor de seu discurso é sobre o feminismo, marcando bem sua distinção em relação ao feminino pois mostra à “nova” mulher moderna, a mulher que lê a revista, sua verdadeira dimensão:

A emancipação das mulheres já estando adquirida (ou quase) vemos aparecer intelectuais que chamarei de pós-feministas. Elas aceitam a herança da emancipação, mas rompem com o feminismo de ontem - o de Simone de Beauvoir - que designava à mulher um projeto de masculinização (tornar-se igual ao

43 ANGENOT, op. cit., p. 33.

homem). Estas novas mulheres se querem liberadas mas mulheres no pleno sentido do termo, capazes de por em relevo sua especificidade feminina, entre elas a maternidade, que de Beauvoir recusava.

Este é um típico discurso didático: “liberadas, mas...” a verdadeira mulher sabe seu lugar, que não é igual ao do homem. Axiomas explicativos baseados nos contratos veridictórios entre o emissor e o receptor, a autoridade de quem fala se encontra com a crença de quem ouve. Como sublinha Angenot, “...lugares comuns do jornalismo (...) que repelem os enunciados incompatíveis e se constroem uns em relação aos outros como cointeligíveis (...) permitindo dissertar sobre todas as coisas e dominando em ‘baixo contínuo’ o rumor social.”⁴⁴

Tereza de Lauretis afirma que a representação do gênero é sua construção,⁴⁵ mas podemos igualmente refletir o corpo como uma construção representacional em modelos de gênero, pois passa-se da idéia de diferença sexual à observação dos mecanismos, do processo de construção cultural dos corpos sexuados, definidos em práticas normativas de sexualidade.⁴⁶

As tecnologias da mídia e especialmente as revistas femininas elaboram, em torno do aparelho genital, os contornos e limites de um corpo sexuado impregnado de valores, crenças, atualizando e reafirmando representações que passam a existir nas práticas que as elaboram. Assim, o corpo construído em feminino exprime as modalidades culturais que o confinam a um gênero que se torna inteligível “...na medida em que mantém relações de coerência entre sexo, gênero, prática sexual e desejo.”⁴⁷

As matrizes de inteligibilidade que constroem este corpo naturalizado em sexo feminino podem ser identificadas em torno da família heterossexual e de atributos essencializados na “verdadeira mulher”: sedução, maternidade, submissão, altruísmo, abnegação.

Para Foucault, o corpo está sempre inserido em uma teia de poderes que lhe ditam proibições e obrigações, coerções que determinam seus

44 LAURETIS, op. cit., p. 3.

45 Cf. MATHIEU, op. cit., p. 133.

46 BUTLER, op. cit., p. 17.

47 FOUCAULT, M. *Vigiar e punir*. Rio de Janeiro: Vozes, 1987, p. 126.

gestos e atitudes e que delimitam e investem seu exercício e suas práticas,⁴⁸ mecanismos de se construir o corpo inteligível num campo político de utilidade-docilidade. Esta é a “disciplina”, um sistema de sujeição que cria um ‘saber’ sobre o corpo “... que não é exatamente a ciência de seu funcionamento e um controle de suas forças que não é mais que a capacidade de vencê-las: esse saber e este contrôlo constituem o que se poderia chamar a tecnologia política do corpo.”⁴⁹

No discurso da mídia vimos em funcionamento uma das tecnologias de produção do corpo sexuado, o aparato da produção do corpo feminino útil e dócil dentro das normas heterossexuais, que instituem o binário inquestionável do sexo biológico no social fazendo funcionar, no jogo da linguagem e da imagem, os mecanismos de assujeitamento à norma.

Feminismo? Mais do que nunca necessário, pois lendo-se as revistas “femininas” percebe-se que as representações instrumentadoras das práticas sociais hierarquizadoras apenas modificaram os trajés que revestem os mesmos corpos definidos em sexo.

Referências

ANGENOT, M. *Un état du discours social*. Montréal: Le Préambule, 1989. p. 13.

BARTHES, R. *Système de la mode*. Paris: Seuil, 1981. p. 263.

BARTKY, S. L. *Feminity and Patriarchal Power*. In: DIAMOND, I.; QUINBY, L. *Feminism and Foucault*. Boston: Northeastern University Press, 1988.

BORDO, S. O corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault. In: JAGGAR, A.; BORDO, S. *Gênero, corpo e conhecimento*. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 1997. p. 19.

48 FOUCAULT, *Vigiar...*, op. cit.

49 *Ibid.*, p. 26.

- BUTLER, J. *Gender trouble*. Feminism and the subversion of identity. New York: Routledge, 1990.
- CHATELAINE. Le mensuel féminin le plus lu au Québec. Québec, déc. 1998.
- DELUMEAU, J. *La peur en Occident, XIV-XVIIIè*. Paris: Siècles Fayard, 1978.
- ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993. p. 174.
- ELLE-QUEBEC. Québec, n. 113, jan. 1999.
- FALUDI, S. *Backlash, la guerre froide contre les femmes*. Paris: Des Femmes, 1991.
- FLAX, J. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: HOLANDA, H. B. (Org.). *Pós-modernismo e política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1987. p. 143.
- _____. *A microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal. p. 244.
- _____. *Histoire de la sexualité*. Paris: Gallimard, 1976. v.1.
- _____. *L'ordre du discours*. Paris: PUF, 1991 (tradução livre das citações de obras em língua estrangeira).
- _____. *Vigiar e punir*. Rio de Janeiro: Vozes, 1987. p. 126.
- GREER, G. *La femme eunuque*. Paris: Robert Laffont, 1971. p. 295.
- GROULT, B. *Cette mâle assurance*. Paris: Albin Michel, 1993.
- HARAWAY, D. J. *Ciencia, cyborgs y mujeres, la reinención de la naturaleza*. Valência: Cátedra, 1991. p. 357.
- INSTITUTORIS, H.; SPRENGER, J. *Le marteu des sorcières, Malleus Maleficarum - 1486*. Traduit du latin et précédé de l'Inquisiteur et ses sorcières par: Amand Danet. Grenoble: Jérôme Million, 1990.
- JODELET, D. *Les représentations sociales*. Paris: PUF, 1994. p. 46.

LAURETIS, T. de. *Technologies of gender, essays on theory, film and fiction*. Indiana: University Press, 1987. p. 5.

MAINGUENEAU, D. Analyse du discours et archive. In: PEYTARD, J.; MOIRAND, S. *Configurations discursives*. Paris: Les Belles Lettres, 1993. p. 101.

_____. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris: Seuil, 1996. p. 14.

_____. *Novas tendências em análise do discurso*. São Paulo: Unicamp, 1989. p. 113.

MARIE CLAIRE. Chique é ser inteligente. *Globo*, n. 98, maio 1999.

MATHIEU, N. C. *L'anatomie politique: catégorisations et idéologies du sexe*. Paris: Côté-Femmes, 1991.

NOVA/COSMOPOLITAN. A revista mais vendida no mundo, *Abril*, ano 27, n. 6, jun. 1999.

RICH, A. La contrainte à hétérosexualité et l'existence lesbienne. *Nouvelles Questions Féministes*, Tierce, n. 1, p. 15-43-citação, mar. 1981

SWAIN, T. N. *De deusa à bruxa: uma história de silêncio*. Brasília: Ed. da UnB.