

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Taís Borges de Castro

HETERONORMATIVIDADE E OUTROS MARCADORES SOCIAIS NO
JORNALISMO:

Uma análise das revistas *Claudia* e *TPM*

Porto Alegre

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Tais Borges de Castro

HETERONORMATIVIDADE E OUTROS MARCADORES SOCIAIS NO
JORNALISMO:

Uma análise das revistas Claudia e TPM

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo

Orientadora: Prof. ^a Dra. Virginia Pradelina da Silveira
Fonseca

Porto Alegre

2014



FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública da monografia intitulada **HETERONORMATIVIDADE E OUTROS MARCADORES SOCIAIS NO JORNALISMO: Uma análise das revistas *Claudia* e *TPM***, de autoria de **Taís Borges de Castro**, estudante do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 21 de novembro de 2014.

Profa. Dra. Virginia Pradelina da Silveira Fonseca

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

HETERONORMATIVIDADE E OUTROS MARCADORES SOCIAIS NO
JORNALISMO:
Uma análise das revistas *Claudia* e *TPM*

elaborado por
Taís Borges de Castro
como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a Virginia Pradelina da Silveira Fonseca
(Orientadora)

MS. Dulce Helena Mazer

MS. Gisele Dotto Reginato

Porto Alegre, dezembro de 2014.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu pai, Euclides, que é a pessoa mais forte, persistente e amorosa que eu já conheci. Lembro de acompanhar o processo da monografia dele, realizado em meio a problemas pessoais, trabalho de segunda a segunda e cuidados com a filha de 11 anos – desafio este que foi o primeiro que lembro de vê-lo vencer, mas nem de longe o único. Agradeço pelas conversas que tanto me acrescentam, pelo amor incondicional e pela amizade de todos os dias. Também sou imensamente grata à minha mãe, Janice, com quem tive o privilégio de conviver por apenas sete anos, mas que me marcou profundamente com seu amor e sua alegria. Não consigo expressar em palavras quão grata eu sou por todos os ensinamentos e por todos os abraços. Seu amor está vivo em cada parte de mim.

Agradeço às amigas e aos amigos por compreenderem minha ausência nos últimos meses. Muito obrigada também pelos aprendizados, pelas conversas e pelos sonhos compartilhados – só por isso vocês já mereceriam um TCC inteiro de agradecimentos. Cada uma e cada um foi essencial de alguma maneira para que eu conseguisse concluir este trabalho. Agradeço, entretanto, especialmente à Cláudia, à Camila e à Fernanda por tanto ouvirem minhas inseguranças e me incentivarem a seguir em frente.

Agradeço também a todas as pessoas que fizeram parte da minha trajetória na UFRGS TV. Foi uma honra trocar conhecimento com tanta gente incrível. Sou grata não somente pelos ensinamentos profissionais, mas pelas amizades e pelo companheirismo que encontrei nesse lugar. Espero ter conseguido retribuir de alguma maneira todo o crescimento que me foi proporcionado.

No que diz respeito especificamente a esta monografia, agradeço à Marcia Veiga pelo estímulo a buscar algum tema que despertasse meu interesse e por, desde 2013, se dispor a ajudar no possível e no impossível. Agradeço pelas respostas tranquilizadoras aos meus longos e-mails, cheios de angústias e ansiedades, e pela oportunidade de aprender com uma pessoa tão inspiradora e apaixonada pelo que faz. Um agradecimento especial à Juliana Loureiro, que foi fundamental em cada página deste trabalho. Sou muito grata pelas contribuições, pela disposição de ajudar em qualquer hora do dia e pelo carinho com que recebeu este desafio. Por fim, agradeço à Virgínia, minha orientadora, por me acolher e me guiar no amadurecimento desta monografia.

RESUMO

Este trabalho analisa a configuração da heteronormatividade e a forma como a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais de diferença nas edições de fevereiro a junho de 2014 das revistas *Claudia* e *TPM*. Parte-se das teorias construcionistas e dos estudos de gênero para entender conceitos como gênero, sexo e sexualidade, além de utilizar autoras feministas que trabalham com interseccionalidades, relacionando tais concepções com outros marcadores sociais de diferença. Discute-se o jornalismo como construção social da realidade e a mídia como agente que reproduz noções socialmente dominantes e mantém valores que hierarquizam grupos e identidades. Através da Análise de Conteúdo, analisam-se 221 trechos e 38 imagens jornalísticas que mencionem, direta ou indiretamente, relacionamentos afetivos e/ou sexuais, buscando identificar se é possível perceber a heteronormatividade nessas unidades de análise e também de que forma a sexualidade se relaciona com marcadores sociais de raça/etnia, geração e estéticos relacionados especificamente a peso. Conclui-se que, nas edições analisadas, as duas revistas visibilizam majoritariamente tipos específicos de relacionamentos e comportamentos, mantendo, assim, os padrões dominantes na sociedade.

Palavras-chave: gênero; sexualidade; heteronormatividade; interseccionalidade; jornalismo de revista.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Revista Claudia, fevereiro/2014, p. 127	80
Figura 2 – Revista Claudia, fevereiro/2014, p. 127	80
Figura 3 – Revista Claudia, abril/2014, p. 34	81
Figura 4 – Revista TPM, abril/2014, p. 26	81
Figura 5 – Revista Claudia, maio/2014, p. 240	82
Figura 6 – Revista Claudia, maio/2014, p. 241	82
Figura 7 – Revista TPM, abril/2014, p. 43	85
Figura 8 – Revista TPM, fevereiro/2014, p. 26	85
Figura 9 – Revista Claudia, junho/2014, p. 147	86
Figura 10 – Revista TPM, março/2014, p. 21	87
Figura 11 – Revista Claudia, junho/2014, p. 140	88
Figura 12 – Revista Claudia, junho/2014, p. 148	89
Figura 13 – Revista Claudia, junho/2014, p. 137	91

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Textos analisados (identificados por título, revista, seção, tipo de texto, mês de publicação, páginas e quantidade de trechos destacados)	48
Tabela 2 – Imagens analisadas (identificadas por revista, título da matéria, seção, tipo de imagem, mês de publicação e página)	53
Tabela 3 – Códigos e categorias	55
Tabela 4 – Trechos que mencionam relacionamentos por revista (por número de ocorrências)	58
Tabela 5 – Tipo de texto nos trechos das duas revistas (por número de ocorrência)	59
Tabela 6 – Tipo de texto nos trechos encontrados na revista <i>TPM</i> (por número de ocorrência)	59
Tabela 7 – Tipo de texto nos trechos encontrados na revista <i>Claudia</i> (por número de ocorrência)	59
Tabela 8 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados nas duas revistas (por número de ocorrência)	60
Tabela 9 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados na revista <i>TPM</i> (por número de ocorrência)	60
Tabela 10 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados na revista <i>Claudia</i> (por número de ocorrência)	61
Tabela 11 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados nas duas revistas (por ocorrência)	73
Tabela 12 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	74
Tabela 13 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	74
Tabela 14 – Imagens que mencionam relacionamentos por revista (por número de ocorrências)	78
Tabela 15 – Tipos de imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)	78
Tabela 16 – Tipos de imagens encontradas na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	78

Tabela 17 – Tipos de imagens encontradas na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	79
Tabela 18 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)	79
Tabela 19 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	79
Tabela 20 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	80
Tabela 21 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)	83
Tabela 22 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	83
Tabela 23 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	84
Tabela 24 – Marcadores de geração nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)	86
Tabela 25 – Marcadores de geração nas imagens encontradas na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	87
Tabela 26 – Marcadores de geração nas imagens encontradas na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	87
Tabela 27 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)	90
Tabela 28 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas na revista <i>TPM</i> (por ocorrência)	90
Tabela 29 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas na revista <i>Claudia</i> (por ocorrência)	90

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 OS ESTUDOS DE GÊNERO	15
2.1 Os estudos feministas	16
2.2 Conceituando gênero	18
2.3 Gênero, sexo e sexualidade	22
2.4 Heteronormatividade	23
2.5 Interseccionalidades	25
3 O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE	29
3.1 O jornalismo como campo de conhecimento	29
3.2 A construção social das notícias	32
3.3 O papel do jornalismo na conservação dos valores hegemônicos	36
3.4 O jornalismo de revista e o público feminino	38
4 O OBJETO DE PESQUISA E A METODOLOGIA	41
4.1 O objeto de pesquisa	41
4.1.1 Revista <i>Claudia</i> : “a porta-voz da mulher brasileira”	41
4.1.2 Revista <i>TPM</i> : “contra os velhos estereótipos”	43
4.2 A metodologia: Análise de Conteúdo	46
4.3 Os procedimentos adotados	47
5 ANÁLISE DOS DADOS	58
5.1 A presença dos relacionamentos heterossexuais e não-heterossexuais nas revistas	58
5.2 Abordagem dos relacionamentos mencionados nos textos	73
5.3 Os relacionamentos nas imagens das revistas	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi concebida a partir de inquietações pessoais diante da falta de abordagem na grande mídia de mulheres que fogem ao padrão tradicional de beleza e de comportamento. Ao ler revistas voltadas ao público feminino, buscando compreender com que tipos de mulheres as revistas queriam se comunicar, percebi que o público-alvo parece ser bem delimitado. Chamou-me a atenção o fato de que existe um padrão de beleza que é contemplado em tais revistas, e quem não se enquadra nesses padrões é abordado de forma exotizada, ou como algo a ser evitado. É comum nos depararmos com dicas para emagrecer (porque pessoas gordas necessariamente não são pessoas saudáveis nem bonitas), dicas para alisar o cabelo (porque cabelo crespo “não combina” com algumas pessoas), para estar na moda (porque existe uma tendência e ela “precisa” ser seguida), para fazer o relacionamento (heterossexual) dar certo (porque, afinal, todas as mulheres são heterossexuais e devem se preocupar com seus parceiros), etc.

Acredito que, apesar dos avanços relativos às questões de aceitação de identidades e orientações não-normativas, ainda vivemos sob grande pressão para sermos o mais “normal” possível, para nos mantermos dentro de padrões estéticos, para seguirmos regras e para não “chocarmos” pessoas que vivem conforme o modelo tradicional familiar ocidental. Nessa perspectiva, a mídia aparece como um importante meio de quebrar tabus e preconceitos. Revistas, jornais e noticiários de uma forma geral influenciam a dinâmica social, uma vez que “fazer jornalismo” envolve escolhas – de discursos, de pontos de vista, de abordagens e de recortes. Não existe jornalismo imparcial, logo, os jornalistas estão sempre influenciando e sendo influenciados no processo de formação de opinião.

Além disso, entendo que as revistas jornalísticas que se dirigem ao público feminino contemplam não a categoria “mulheres”, mas aquelas pessoas da categoria “mulheres” que são: cisgêneras¹, heterossexuais, brancas, magras, classe média, sem deficiência, etc. Mulheres que não se enquadram nesses padrões são contempladas apenas em matérias que mostram-nas pelo que apresentam de “errado”, como estar acima do peso, por exemplo. Dessa forma, as mulheres “fora do padrão” são frequentemente invisibilizadas pelos meios de comunicação.

Dentre os diversos padrões e normas dominantes nas revistas voltadas para o público feminino está a heteronormatividade, que pode ser entendida como a prática de considerar “normal” apenas a forma heterossexual de viver a sexualidade, invisibilizando e

1 Aquelas cuja identidade de gênero está em conformidade com o sexo associado à genitália.

marginalizando sujeitos não-heterossexuais – os “desviantes” (PASSOS e SILVA, 2012). Tal heteronormatividade se complexifica quando associada a outros marcadores sociais, como raça e classe, gerando uma hierarquia de valores, que resulta nas relações sociais de desigualdade. Alguns atributos relacionados a tais marcadores são considerados de mais valor do que outros, fazendo com que exista uma “pirâmide” em que, no topo, estão as pessoas de mais valor: as que possuem atributos masculinos, cisgêneros, brancos, heterossexuais e de classe média. (BUTLER apud VEIGA, 2009). A heterossexualidade compulsória – que é a base da heteronormatividade (BUTLER, 2013) – faz com que nasçamos socialmente predefinidos a sermos cisgêneros e heterossexuais, de forma que todo sujeito que foge a essa regra ou expectativa é tratado como desviante, sendo inferiorizado e/ou invisibilizado em relação ao considerado “natural” ou “normal”.

Tendo isso como pressuposto, acredito que o jornalismo pode e deve atuar visando ajudar na desmistificação destas e de outras normatividades, sejam elas quais forem. Mesmo revistas jornalísticas que não se proponham a debates e reflexões profundas influenciam muito na sociedade. Por essa razão decidi fazer uma análise com o objetivo de compreender como se configura a heteronormatividade em um tipo específico de jornalismo: impresso, de revista e voltado para o público feminino, o que considero ser um pequeno passo para que exista uma problematização do que se fala, de quem se fala e para quem se fala nesse tipo de publicação.

A escolha por estudar revistas, e não qualquer outra plataforma, aconteceu pelo reconhecimento da importância dos meios impressos, principalmente para pessoas que cresceram antes do advento da internet. Duas das primeiras revistas segmentadas (voltadas para um público específico) foram *Manequim*, criada em 1959, e *Claudia*, em 1961 (FARIA e SIQUEIRA, 2007), que surgiram com o intuito de atender as demandas de um público específico, e que permanecem em circulação até hoje. Apesar das gerações mais jovens estarem cada vez mais próximas da web e distantes dos meios tradicionais, principalmente o impresso e o rádio, acredito que as revistas ainda possuem grande circulação em função da sua crescente segmentação.

A partir disso e dos questionamentos acima mencionados, pesquisei no repositório digital da UFRGS alguns trabalhos relacionados ao tema². Quando as palavras-chave foram “gênero”, “sexualidade” e “jornalismo”, foram encontrados 35 resultados; quando foram “heteronormatividade” e “jornalismo”, apenas seis trabalhos de conclusão foram localizados. Destes seis, apenas dois tinham como enfoque o jornalismo impresso. Na pesquisa por teses

2 Pesquisa realizada em 2 de agosto de 2014, no portal <http://www.lume.ufrgs.br/>

e dissertações, no mesmo repositório digital, foram encontrados 284 trabalhos com a busca por “gênero”, “sexualidade” e “jornalismo”, enquanto apenas 19 com a busca por “heteronormatividade” e “jornalismo”. No Portal de Periódicos da CAPES³, as palavras “gênero”, “sexualidade” e “jornalismo” identificaram apenas três teses, enquanto na busca por “heteronormatividade” e “jornalismo”, foram duas teses (uma delas se repetiu da pesquisa anterior). Dessas quatro, duas tinham relação com o jornalismo impresso: uma tinha revistas como objeto e outra, jornais de grande circulação.

A partir desse levantamento, foi possível perceber que as temáticas envolvendo gênero, sexualidade e jornalismo estão sendo cada vez mais desenvolvidas na Universidade, de forma que este trabalho pode vir a dialogar e contribuir com esse crescente campo de pesquisa. Com base nisso, estudo a heteronormatividade em duas revistas femininas, através da verificação da existência de uma representação exclusiva de mulheres heterossexuais e de uma suposição implícita, por parte dessas publicações, de que todas as leitoras são heterossexuais. O foco do trabalho é comparar a configuração da heteronormatividade na revista *Claudia*, em que os padrões de beleza, de identidade e sexualidade estão bem definidos, com a revista *TPM*, que aparentemente tenta desconstruir tais padrões. Analisa-se as imagens e a linguagem utilizada nas matérias relacionadas a casais e relacionamentos. Estuda-se todas as matérias sobre tais temáticas publicadas em cinco edições de cada revista, que correspondem às edições publicadas entre o mês de fevereiro e o mês de junho de 2014, pois acredito que são nessas matérias que a heteronormatividade pode ou não ser melhor percebida, uma vez que dialogam diretamente com e sobre mulheres que estão em relacionamentos – sejam heterossexuais ou não.

O problema de pesquisa consiste, então, na seguinte indagação: de que maneira se configura a heteronormatividade e como a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais de diferença nas edições de fevereiro a junho de 2014 das revistas *Claudia* e *TPM*? Com isso, procura-se analisar as matérias sobre relacionamentos e fazer uma comparação por opostos, já que as duas revistas, aparentemente, conversam com públicos diferentes, sendo mais ou menos coniventes com o padrão de beleza imposto contemporaneamente. Apesar de a revista *Claudia* ter surgido na década de 1960 com um viés feminista, pregando a libertação das mulheres em relação a seus maridos, atualmente não tem mais essa perspectiva política e aborda temas “que dizem respeito à mulher: profissão, vida em família, casa, moda e cozinha” (BARBOSA e SILVA, 2009, p. 55). Enquanto isso, a *TPM* foi lançada em 2001 já com o intuito de ser diferente. Em seu editorial, publicado em forma de manifesto, está escrito que a revista é “contra qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um padrão, cercar

3 Pesquisa realizada em 2 de agosto de 2014, no portal <http://www.periodicos.capes.gov.br/>

seu desejo e diminuir suas possibilidades”⁴.

Assim, o **objetivo geral** da presente pesquisa é compreender se e como é configurada a heteronormatividade e de que forma a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais da diferença (raça/etnia, geração e peso/aparência corporal) nas revistas *Cláudia* e *TPM*, analisando-se comparativamente as fotografias e a linguagem utilizada nas matérias sobre relacionamento. Para tanto, são estes os seguintes **objetivos específicos**: 1) investigar as identidades de gênero e sexualidade apresentadas pelas revistas e verificar se existe nelas a suposição de que as mulheres leitoras são heterossexuais; 2) produzir uma discussão teórica a partir dos estudos de gênero e sexualidade sobre a representação das sexualidades não hegemônicas nos meios de comunicação, em especial nas revistas voltadas para o público feminino; e 3) compreender de que forma as identidades de gênero e sexualidade presentes nas revistas estariam relacionadas a um padrão heteronormativo.

Para alcançar tais objetivos, os procedimentos adotados são a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental, e o método utilizado é Análise de Conteúdo. Para o aprofundamento de conceitos como gênero, sexualidade e heteronormatividade, são utilizadas autoras e autores como Judith Butler, Jeffrey Weeks e Joan Scott. Entendendo o jornalismo como forma de produzir e reproduzir discursos e concepções, as teorias construtivistas do jornalismo também são revisadas. Além de revisar os estudos de gênero, a história da sexualidade e as teorias do jornalismo, a pesquisa bibliográfica também serve para contextualizar o surgimento e a consolidação das revistas como difusoras de ideais estéticos e comportamentais, principalmente quando o público-alvo são as mulheres. A pesquisa documental, através da Análise de Conteúdo, envolve o levantamento de todas as matérias sobre relacionamentos das edições de fevereiro a junho de 2014 das revistas *Claudia* e *TPM*, buscando entender se e como a heteronormatividade se configura em cada matéria analisada. Ao longo da análise, leva-se em consideração a linguagem utilizada e as implicações das escolhas feitas, buscando produzir questionamentos sobre as orientações sexuais que têm visibilidade nas matérias consideradas.

Nesse sentido, a análise é voltada principalmente para a forma como as matérias são escritas e para quem elas são escritas, com base, principalmente, na orientação sexual como primeira suposição. Utilizando o conceito de heteronormatividade, de Butler (1993), para quem a heterossexualidade é posta como norma devido a valores binários e rígidos quanto ao que é ser normal/anormal, patológico/sadio, analisa-se a existência ou não dessa suposição – de que as leitoras são heterossexuais. No caso das matérias que indicam a presença da heteronormatividade, procuro entender de que forma se configura – quais são os termos

4 Manifesto disponível em <http://revistatpm.uol.com.br/manifesto/index.php>. Acesso em 2 de agosto de 2014.

utilizados que podem indicar essa concepção e de que maneira outros elementos se fazem presentes na abordagem (fotografias, ilustrações, etc.).

O trabalho está estruturado em cinco partes. No segundo capítulo, são conceituados e relacionados termos como gênero, sexo, sexualidade, heteronormatividade e interseccionalidade, utilizando gênero como categoria analítica que busca entender como são valorados e hierarquizados o masculino e o feminino. Contextualizo a criação de tais conceitos e tento compreender de que maneira o discurso e as relações de poder influenciam, considerando que tais fatores são construções histórico-sociais.

Após contextualizar conceitos e ideias a respeito do tema do trabalho, no terceiro capítulo faz-se a relação entre o jornalismo e a criação, afirmação ou invisibilização de determinadas noções hegemônicas sociais: de que maneira a notícia contribui para a manutenção dos valores e da ideologia dominante na sociedade? A notícia surge a partir, origina ou apenas reforça a heteronormatividade vigente? Além do aprofundamento de tais questões, esse capítulo também traz a conceituação do jornalismo de revista, mostrando a consolidação das segmentações e, principalmente, o desenvolvimento da revista voltada para o público feminino como meio de ditar e manter os padrões de beleza vigentes.

O quarto capítulo é voltado para a apresentação do histórico das revistas *Claudia* e *TPM* e de sua representação no mercado da segmentação feminina atualmente, e para a descrição da metodologia utilizada na análise.

Através da Análise de Conteúdo, no quinto capítulo analiso de que forma acontece a configuração da heteronormatividade e como a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais de diferença nas matérias relativas a relacionamentos afetivos e sexuais nas edições de fevereiro a junho de 2014 das revistas *Cláudia* e *TPM*, com base nos conceitos e contextos especificados nos capítulos 2, 3 e 4.

Por fim, nas considerações finais, exponho os resultados encontrados ao longo da análise e da comparação entre as duas revistas e apresento as principais conclusões a que o trabalho me permitiu chegar a partir da análise de tais resultados e de todo o referencial teórico utilizado na pesquisa.

2 OS ESTUDOS DE GÊNERO

Não faz muito tempo que termos como “gênero”, “sexo” e “sexualidade” ganharam espaço nas discussões de algumas camadas da sociedade. Pessoas que subvertiam a tendência heteronormativa sempre existiram, porém o espaço para que se vivesse abertamente essas diferentes formas de identidade e sexualidade era, e ainda é, em algumas regiões do mundo, bastante restrito – independente de classe e raça.

Apenas no ano de 1985 a homossexualidade deixou de ser tratada como doença mental no Brasil. A Organização Mundial de Saúde (OMS) retirou-a da lista de doenças em 1990, enquanto a China, por exemplo, aderiu a esta medida somente em 2001. Atualmente, em determinados contextos sociais (classe média urbanizada, com acesso à educação), a sexualidade já é abordada de maneira mais ampla, em diferentes lugares e instituições da cultura. Apesar de em muitos espaços a não-heterossexualidade ainda não ter visibilidade, a tentativa de abordar as diferentes sexualidades pode ser considerada crescente (através de personagens gays e lésbicas em novelas ou de pessoas homossexuais em revistas, por exemplo).

Se, por um lado, no contexto dos países ocidentais, existe uma tentativa de ampliação do debate a respeito das diversas orientações sexuais, o mesmo não pode ser dito de algumas identidades de gênero. A transexualidade ainda é considerada uma patologia. De todos os países, a França é o único que já a retirou da lista de doenças mentais, indo contra inclusive a classificação da OMS. Ainda parece distante da compreensão da maioria das pessoas que corpo, gênero e sexualidade não estão rígida e previsivelmente relacionados. Assim, no presente trabalho, entendo que tanto a sexualidade quanto a identidade de gênero são conceitos geralmente concebidos a partir do padrão heteronormativo que atravessa e constitui a sociedade atual, tal como vêm propondo autores alinhados aos estudos queer, como Judith Butler. A partir dessa contextualização, apresento neste capítulo os conceitos referentes aos estudos de gênero, que são a base da pesquisa.

Os estudos feministas contribuíram ricamente para o debate sobre as relações de gênero. Portanto, este trabalho tem esse viés. Assim, os conceitos de gênero, sexualidade e heteronormatividade se fazem fundamentais em função de o problema desta pesquisa se voltar para a configuração de um padrão heteronormativo em duas revistas dirigidas para o público feminino. Considero importante pensar sobre quem e quando se determinou o que é este público feminino. Nesse sentido, deve-se ressaltar que a feminilidade é uma construção histórica e social. Portanto, a noção de “feminino” é mutável e não é independente de seu

contexto, como será melhor explicado ao longo deste capítulo.

Também esmiúço a concepção de heteronormatividade a partir das ideias de Judith Butler, compreendendo-a como um conjunto de normas sobre o que é considerado “natural” em relação a gênero e sexualidade em determinado contexto histórico-social. Tais padrões vigentes determinam e valoram os tipos de sujeitos, criando uma hierarquia a partir de características e comportamentos, que se traduzem em marcadores sociais da diferença, conforme Piscitelli (2008). Alguns dos marcadores que definem nosso “valor” na sociedade são gênero, sexualidade, raça e classe social, de forma que analisá-los como agentes simultâneos na valoração dos sujeitos permite compreender como eles estão interseccionados ou sobrepostos um ao outro, configurando o que Piscitelli e outras autoras têm denominado de interseccionalidade.

Inicialmente, portanto, faço um breve resgate histórico dos estudos feministas, para, então, debruçar-me sobre conceitos teóricos que ajudam a compreender e a analisar o objeto empírico.

2.1 Os estudos feministas

O movimento feminista, que foi a base dos estudos feministas, teve início no fim do século XIX e pode ser pensado a partir de três grandes momentos. O primeiro, conhecido como primeira onda do feminismo, foi um movimento voltado para o direito ao voto, mais acesso a determinadas profissões, mais oportunidades de estudo, etc. Tais objetivos eram ligados mais diretamente aos interesses das mulheres brancas de classe média situadas no contexto euro-americano. A primeira onda aconteceu no fim do século XIX e, uma vez conquistados esses direitos, pode ser percebida certa acomodação no movimento, conforme Louro (2003).

Será num segundo momento, ou na segunda onda do feminismo, que o movimento se voltará para as construções propriamente teóricas. A segunda onda teria começado no final da década de 60, momento em que o conceito de gênero foi engendrado e problematizado. O ano de 1968 é reconhecido como um marco da rebeldia, pois foi quando aconteceu a queima de sutiãs – expressando concretamente a insatisfação das mulheres contra os padrões de beleza. Auad (2003) afirma que, na realidade, o que aconteceu foi que, em um concurso de Miss nos Estados Unidos, mulheres se uniram para protestar contra os padrões de beleza exigidos, tirando os sutiãs e colocando-os no lixo. Independentemente dos motivos e da forma como aconteceu essa manifestação, é importante levar em consideração que esse momento marca a

eclosão da revolta de mulheres de diversos países contra o que lhes era imposto.

Nesse contexto de efervescência, surgem não apenas marchas, grupos de conscientização e protestos públicos a favor da mulher, como também livros, revistas e publicações diversas. Ao mesmo tempo, mulheres militantes feministas

participantes do mundo acadêmico vão trazer para o interior das universidades e escolas questões que as mobilizavam, impregnando e “contaminando” o seu fazer intelectual – como estudiosas, docentes, pesquisadoras – com a paixão política. Surgem os *estudos da mulher* (LOURO, 2003, p. 16, grifo da autora).

Assim, de acordo com Louro (2003, p. 17), “tornar visível aquela que fora ocultada foi o grande objetivo das estudiosas feministas desses primeiros tempos”. Os estudos iniciais são, basicamente, descrições das condições de vida e de trabalho das mulheres – que ocupavam alguns locais de trabalho, porém eram rigidamente controladas e dirigidas por homens. As estudiosas feministas também demonstraram e denunciaram a invisibilidade feminina como sujeito da (e nas) ciência(s), nas artes e nas letras.

Dessa forma, afastando-se das premissas positivistas da ciência, os Estudos Feministas caracterizavam-se por não serem neutros: eles tinham profundo caráter político, tinham intenção de mudança e eram constituídos de paixão e transgressão. Tais estudos foram de grande importância para a academia, que se viu cercada por questionamentos e problematizações, como nunca antes. Esses estudos pretendiam, inicialmente,

tomar a mulher como sujeito/objeto de estudos – ela que fora marginalizada na produção científica tradicional. A partir de distintas perspectivas, estudiosas denunciaram lacunas, apontaram desvios ou criticaram interpretações das grandes teorias; buscaram incorporar as mulheres e, mais adiante, as relações de gênero a essas formulações (LOURO, 2003, p. 147).

O terceiro momento, ou terceira onda feminista, teve início no meio da década de 80 com feministas negras e imigrantes que não se sentiam contempladas pelas reivindicações da segunda onda. Foi um movimento que surgiu como uma resposta ao que era considerado falha do movimento anterior. O feminismo da terceira onda tenta romper com as definições anteriores de feminilidade, cujas protagonistas eram as mulheres brancas de classe média, e abre caminho para a compreensão de que as mulheres (assim como os homens) não são uma categoria homogênea, que partilham exatamente as mesmas vivências.

A partir desta contextualização, torna-se evidente a importância dos estudos feministas para a compreensão de termos como gênero, sexo e sexualidade e, posteriormente, da sua

relação com outros marcadores sociais que também contribuíram/contribuem para a invisibilização de determinados sujeitos. Além disso, os estudos feministas também foram fundamentais para o questionamento da heterossexualidade compulsória – feita por Butler em relação à heteronormatividade – e ainda impulsionaram a problematização de diversos padrões vigentes, que para nossas lentes culturais são considerados “naturais”, em vez de construções e imposições históricas e sociais.

2.2 Conceituando gênero

O conceito de gênero foi criado na década de 60 por feministas anglo-saxãs da segunda onda, a fim de rejeitar a ideia de determinismo biológico contida no termo “sexo”. As diferenças biológicas entre homens e mulheres eram (e ainda são) usadas para não apenas compreender, mas principalmente justificar as desigualdades sociais (LOURO, 2003). O uso do termo “gênero”, nesta monografia, não visa substituir o termo “mulheres”, restringido a análise a essa identidade de gênero, visto que isso insinuaria que o mundo das mulheres teria sido criado a partir do mundo dos homens – de forma que apenas as mulheres constituiriam os corpos “marcados” por gênero, devendo ser os objetos exclusivos dos estudos sobre tal temática. O uso de “gênero” adotado parte do entendimento de que o “masculino” e o “feminino” existem e podem ser compreendidos apenas em um sistema relacional, levando-se em conta as relações de poder que constituem os dois termos (SCOTT, 1995).

Este trabalho se baseia no entendimento de Joan Scott (1995) de que gênero é uma construção social, o que significa dizer que o gênero só pode ser compreendido dentro de determinado contexto. Falar em construção social é entender que o gênero e a sexualidade como percebemos hoje são manifestações de configurações de identidade e atração afetivo-sexual em uma sociedade que cria níveis de legitimação e deslegitimação. A perspectiva da construção social reconhece que os aspectos biológicos são produzidos em um determinado contexto histórico-cultural e adquirem sentido a partir das relações sociais. Por ser uma construção social, o gênero não está acabado, mas em constante (re)construção e (re)elaboração. Por isso, é importante que o estudo do feminino/masculino situe essa divisão dentro de um contexto histórico e cultural, buscando se afastar de uma compreensão determinista e naturalizante sobre tais construções históricas e culturais.

Na perspectiva teórica de Scott, a definição de gênero como categoria de análise possui dois aspectos, que são ligados entre si, mas deveriam ser distintos. “O núcleo essencial da definição baseia-se na conexão integral entre duas proposições: o gênero é um elemento

constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder.” (SCOTT, 1995, p. 21). Entende-se que uma reflexão que analisasse apenas uma das partes estaria incompleta. Ao compreender o gênero desta forma, evita-se cair em essencialismos, visto que o contexto histórico-social é fundamental tanto na percepção das diferenças entre os sexos quanto nas relações de poder.

Assim como gênero, os corpos também são construções sociais cujos significados dependem do contexto em que estão inseridos. Como propõe Laqueur (2001), até o final do século XVIII, o homem e a mulher eram vistos, no contexto europeu, como dois corpos derivados de uma mesma matriz biológica: o que diferia era o grau de perfeição de cada corpo. O parâmetro de perfeição era o corpo masculino, considerado mais desenvolvido.

Galeno [...] demonstrava com detalhes que as mulheres eram essencialmente homens, nos quais uma falta de calor vital – de perfeição – resultara na retenção interna das estruturas que no homem são visíveis na parte externa. [...] Nesse mundo, a vagina é vista como um pênis interno, os lábios como o prepúcio, o útero como o escroto e os ovários como os testículos (LAQUEUR, 2001, p. 16).

Posteriormente, seria provado que os corpos não se desenvolvem igualmente, ou seja, eles divergiam mais que o grau de perfeição e isso vinha desde o útero da mãe (LAQUEUR, 2001). A partir dessa perspectiva, é possível perceber como as relações de gênero estão permeadas pelas relações de poder, por hierarquias que determinam qual corpo é superior e qual é inferior. As instâncias onde foram produzidos esses discursos – às quais as mulheres não tiveram acesso – determinaram que o corpo masculino era superior ao feminino, a partir de um conjunto de crenças e de valores vigentes naquele momento histórico.

A hierarquia de valores em relação a essa concepção “unicorporal” (com diferentes “graus de perfeição”) da humanidade não diz respeito apenas aos corpos. Todas as desigualdades são viabilizadas através de relações de poder – entendendo “poder” pela ótica foucaultiana, ou seja, como uma rede de relações exercida em variadas direções (FOUCAULT apud SCOTT, 1995). No caso de relações de gênero, os homens sistematicamente ocuparam posição de privilégio, de superioridade social e política. A partir dessas posições de poder ocupadas por uma esmagadora maioria de homens, foram produzidos discursos que reproduziam e naturalizavam uma série de hierarquias. A posição inferiorizada da mulher só tem sentido, portanto, se pensada na consolidação de uma estrutura permeada por disputas ou embates de poder, que diferem de acordo com o contexto histórico e social e que acabam reproduzindo uma determinada ordem social.

A partir de Laqueur (2001), foi possível pensar concretamente nos marcadores de gênero como construções sociais dependentes do contexto histórico. Piscitelli (2008) fala em marcadores sociais para se referir às identidades e comportamentos (gênero, sexualidade, raça, classe social) que, culturalmente, são colocadas em um quadro de significado e, assim, valoradas hierarquicamente. As diferenças sexuais servem como justificativa para as diferenças sociais entre os sexos, considerando que a própria concepção de sexo é um constructo social. Foi no âmbito cultural que se naturalizou o discurso de que características como agressividade e “atitude” são relacionáveis ao masculino; enquanto delicadeza e passividade, ao feminino. Essa visão essencialista de atributos relacionados ao homem e à mulher pode ser refutada a partir de um exemplo de Linda Nicholson (2000), que argumenta que, se mulheres e homens nascessem com uma essência sólida, imutável e inerente, jamais existiria o feminismo. O feminismo só foi possível a partir de contestações e descontentamentos dessas mulheres, o que não teria como surgir se todas as mulheres fossem igualmente *produzidas* para serem subordinadas e passivas.

Neste sentido, Judith Butler traz para os estudos de gênero o conceito de performatividade. O conceito prevê que padrões de feminilidade/masculinidade não são concretos e ontológicos, mas padrões reprisados por serem performances. Butler atribui performatividade a enunciações frequentemente reiteradas. “A performatividade não é, assim, um 'ato' singular, pois ela é sempre uma reiteração de uma norma ou conjunto de normas. E na medida em que ela adquire o status de ato no presente, ela oculta ou dissimula as convenções das quais ela é uma repetição.” (BUTLER, 1999, p. 124).

Consideremos a interpelação médica que, apesar da emergência recente das ecografias, transforma uma criança, de um ser “neutro” em um “ele” ou em uma “ela”: nessa nomeação, a garota torna-se uma garota, ela é trazida para o domínio da linguagem e do parentesco através da interpelação do gênero. Mas esse tornar-se garota da garota não termina ali; pelo contrário, essa interpelação fundante é reiterada por várias autoridades, e ao longo de vários intervalos de tempo, para reforçar ou contestar esse efeito naturalizado. A nomeação é, ao mesmo tempo, o estabelecimento de uma fronteira e também a inculcação repetida de uma norma (BUTLER apud MAIA, 2011, p. 27).

Butler utiliza ainda o conceito de citacionalidade, proposto pelo linguista francês Jacques Derrida, para reforçar a reiteração como parte da performatividade. É a citacionalidade que garante a eficácia de atos performativos, que só possuem significados dentro de determinadas culturas. Comportamentos e discursos sempre são citados, reiterados, de modo que são compreendidos de maneiras específicas dentro de cada sociedade.

Poderia um enunciado performativo ser bem-sucedido se sua formulação não repetisse em um enunciado “codificado” ou iterável ou, em outras palavras, se a fórmula que pronuncio para abrir uma sessão, lançar um barco ou efetuar um casamento não fosse identificável como conforme a um modelo iterável, se ela não fosse, pois, identificável de alguma forma, como uma “citação”? [...] Nesta tipologia a categoria de intenção não desaparecerá, ela terá o seu lugar, mas a partir desse lugar, não poderá mais comandar todo o sistema e toda a cena da enunciação (DERRIDA apud BUTLER, 1999, p. 124).

A partir disto, Butler define gênero como “mecanismo segundo o qual se produzem e naturalizam noções do masculino e feminino, mas também como o mecanismo mediante o qual esses termos são desconstruídos e desnaturalizados” (BUTLER apud PISCITELLI, 2008, p. 265). A autora propõe afastar o conceito da ideia de masculinidade/feminilidade, pois esse binário masculino/feminino não abrange todas as formas de expressão do gênero como identidade e acaba restringindo os indivíduos a essa matriz normativa, constringendo-os a se “encaixarem” em um desses polos para se tornarem sujeitos culturalmente inteligíveis.

A ideia de que as genitálias determinam papéis de gênero dá origem à teoria do patriarcado, adotado por feministas da segunda onda. Essa teoria afirma que pessoas designadas homens possuem uma socialização diferente daquela de pessoas designadas mulheres. Dessa forma, o gênero seria uma imposição sobre corpos sexuais e, conseqüentemente, existiria a dominação de um tipo de corpo sobre outro tipo. As mulheres (“fêmeas”) são dominadas pelos homens (“machos”) principalmente pelo seu corpo e pela sua sexualidade (órgão reprodutor), mas não apenas isso: toda a socialização de pessoas designadas mulheres leva a uma posição de subordinação e passividade. Entretanto, o principal problema quanto a essa visão, apontado por historiadores, é que ela leva em conta unicamente a diferença física, desconsiderando que a opressão de gênero está relacionada com outras formas de opressão, como raça e classe social. Louro (2003) afirma que não é possível pensar nas diferenças biológicas como causas únicas das desigualdades sociais relacionadas ao gênero: “as justificativas para as desigualdades precisariam ser buscadas não nas diferenças biológicas, mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação.” (LOURO, 2003, p. 22). Nesse mesmo viés, outras opressões, que serão melhor elucidadas mais adiante, também devem ser pensadas juntamente ao gênero.

2.3 Gênero, sexo e sexualidade

O sexo diz respeito às associações feitas a partir do corpo biológico dos indivíduos. As pessoas nascem com determinado sistema reprodutor e genitália e, a partir disso, associa-se a pessoa à noção de “homem” ou de “mulher”. Tais associações também são constructos sociais que só têm significados se compreendidos dentro de seu contexto (LAQUEUR, 2001). Dando continuidade ao que diz Laqueur sobre o significado que os corpos possuíam até o fim do século XVIII – de que os corpos masculinos e femininos só variavam de acordo com o grau de perfeição – o autor afirma que “o sexo, tanto no mundo de sexo único como no de dois sexos, é situacional; é explicável apenas dentro do contexto da luta sobre gênero e poder” (LAUQUER, 2001, p. 23). Weeks também afirma que “sexo” é usado

como um termo descritivo para as diferenças anatômicas básicas, internas e externas ao corpo, que vemos como diferenciando homens e mulheres. Embora essas distinções anatômicas sejam geralmente dadas no nascimento, os significados a ela associados são altamente históricos e sociais. (WEEKS, 2010, p. 32)

A partir disto, é possível dizer que as noções de homem e de mulher estão relacionadas aos atributos criados a partir das marcas corporais com as quais nascemos. Já a identidade de gênero é como o indivíduo se identifica em relação ao sexo que lhe foi designado ao (ou antes do) nascer. Pessoas cuja identidade de gênero não está em conformidade com o sexo associado ao corpo são chamadas “transgêneras”. Em contraposição às transgêneras existem as “cisgêneras”, que são as que têm a identidade de gênero alinhada ao sexo associado ao seu genital. Pessoas podem se identificar como homem, mulher, ambos (ao mesmo tempo ou alternadamente), nenhum ou outros tipos de gênero⁵.

A sexualidade pode ser compreendida como a forma como pensamos e conhecemos as práticas, desejos e identidades relacionados aos prazeres do corpo. A partir de Foucault, podemos entender que a experiência ocidental não é a da repressão do discurso sobre sexo, mas, ao contrário, a de um constante incitamento a este discurso, ao “falar sobre” o sexo. Segundo Foucault (apud Weeks, 2010), o controle acontece não pela negação ou proibição, mas através da produção, por uma grade de definição sobre as possibilidades do corpo. Weeks afirma que “corpos não têm um sentido intrínseco. [portanto] A melhor maneira de compreender a sexualidade é como um 'constructo histórico'.” (WEEKS, 2010, p. 28). Explicando a noção de Foucault sobre a sexualidade, Laqueur diz que

5 Informações retiradas do site <http://transfeminismo.com/>. Acesso em 15 de agosto de 2014.

a sexualidade não é, argumenta ele [Foucault], uma qualidade herdada da carne que várias sociedades louvam ou reprimem – não, como pensava Freud, um impulso biológico que a civilização canaliza em uma direção ou outra. É uma forma de moldar o *self* “na experiência da carne”, que por si só é “constituída em torno de certas formas de comportamento”. Essas formas, por sua vez, existem com relação a sistemas historicamente especificáveis de conhecimento, regras sobre o que é ou não natural, e ao que Foucault chama de “modo de relação entre o indivíduo e ele próprio, que permite com que ele se reconheça como um sujeito sexual entre outros” (LAUQUER, 2001, p. 24).

No senso comum, é possível perceber a compreensão de que deve haver continuidade entre os três eixos aqui apresentados – sexo, gênero e sexualidade. Ou seja, espera-se que uma pessoa que nasce com genitais associados ao feminino seja mulher e que se relacione sexual e afetivamente apenas com homens (LOURO *apud* MAIA, 2011). Essa concepção é chamada por Butler (2013) de ordem compulsória, que é predominantemente heterossexual – configurando o que a autora chama de heterossexualidade compulsória. Entretanto, na prática, esses três eixos não se relacionam de forma fixa ou previsível. Uma pessoa pode nascer com genitais considerados masculinos (sexo associado ao masculino), ser mulher (identidade de gênero feminina) e sentir atração afetivo-sexual por mulheres (orientação sexual lésbica). Dessa forma, podemos compreender que os três fatores se relacionam entre si, porém não definem um ao outro.

2.4 Heteronormatividade

A emergência de termos como “heterossexual” e “homossexual” marca a delimitação e definição moderna de sexualidades. Os termos foram cunhados pelo escritor austro-húngaro Karl Kertbeny, que os usou pela primeira vez em 1869.

O contexto no qual esses neologismos emergiram é importante: eles foram desenvolvidos em relação a uma tentativa anterior de colocar na pauta política da Alemanha (que em breve seria unificada) a questão da reforma sexual, em particular, a revogação das leis anti-sodomitas. Eles eram parte de uma campanha embrionária, subsequentemente assumida pela disciplina da sexologia, então em desenvolvimento, de definir a homossexualidade como uma forma distintiva de sexualidade: como uma variante benigna, aos olhos dos reformadores, da potente mas imprecisa e mal definida noção de “sexualidade normal” (WEEKS, 2010, p. 47).

Até então, quem tinha relações com pessoas do mesmo sexo era sodomita, e esta

atividade não era específica de um tipo particular de indivíduo, mas era uma potencialidade de toda a natureza pecadora. Entretanto, apesar dos esforços de Kartbeny de enquadrar a homossexualidade como uma variante benigna da “sexualidade normal”, sexólogos da época passaram a tratá-la como uma descrição médico-moral. Enquanto isso, a heterossexualidade passou mais lentamente a ser usada, talvez porque seja a norma e não precise de definição, constituindo-se como a referência a partir da qual todos pensam – faz parte do ar que respiramos, como afirma Weeks (2010).

Antes da criação de termos visando categorizar homossexuais, heterossexuais e bissexuais (pessoas que não se circunscrevem à divisão binária), práticas homossexuais já existiam. Segundo Weeks (2010), tais práticas sempre existiram, o que estava sendo criado era o “sujeito homossexual”, a identidade que enquadra o indivíduo que expressa dessa forma sua sexualidade. O autor afirma que, de acordo com o tempo e o espaço, a sexualidade é cambiante – não somente a homossexualidade, como também a heterossexualidade. As noções de família mudaram, o lugar da mulher no mercado de trabalho, os papéis atribuídos ao homem e à mulher na relação heterossexual, etc. Essa concepção vai ao encontro da visão de Laqueur (2001) de que a sexualidade deve ser compreendida como uma construção histórico-social, ou seja, ela possui significados específicos em cada contexto em que é vivida.

Algumas autoras feministas têm apontado que a heterossexualidade foi imposta como padrão, foi institucionalizada como “normal” e o que foge à regra passou a ser visto como desvio – e o desvio é tratado de diferentes formas ao longo do tempo (sodomia, crime, doença, perversão...). Esta “heterossexualidade compulsória”, como diz Butler (2013) e outros autores, serviu para garantir um controle sobre todos os corpos, para que se mantivessem dentro de um determinado padrão – moral, social, de comportamento e relação com outros sujeitos. A heterossexualidade compulsória é, portanto, a conduta que sustenta a heteronormatividade (Butler, 2013), entendida como uma matriz normativa que pressupõe que os sujeitos são sempre heterossexuais.

A heteronormatividade seria a conduta moral na qual se define como “certa” a ser seguida pelos homens e pelas mulheres, ou seja, todas as demais possibilidades de desejos, prazeres, vidas existentes que não se enquadrem nesta norma são designadas como “anormal”. O que isso significa? Que os sujeitos não-héteros são tidos como “desviantes” por apresentarem formas de vivenciar seus prazeres diferentes dessas “normas”. Além desses setores utilizarem este espaço para impor as normas que os sujeitos devem incorporar, aproveitam também desses meios para invisibilizá-los, marginalizá-los e negar a sua existência (PASSOS e SILVA, 2012, p. 3).

Essa concepção (de heterossexualidade compulsória) afirma que somos ensinados desde criança que o “normal” é que nosso gênero corresponda ao sexo associado a nossos genitais e isso também determina por quem vamos sentir desejo e/ou nos apaixonar. Pessoas que nascem com genitais associados ao sexo feminino são consideradas doentes ou desviantes caso não se sintam atraídas pelo gênero masculino. Dessa forma, a heterossexualidade compulsória é reforçada por uma série de práticas e discursos, tais como

casamento monogâmico, amor romântico, fidelidade conjugal, constituição de família (esquema pai-mãe-filho(a)(s)). Na esteira das implicações da aludida palavra, tem-se o heterossexismo compulsório, sendo que, por esse último termo entende-se o imperativo inquestionado e inquestionável por parte de todos os membros da sociedade com o intuito de reforçar ou dar legitimidade às práticas heterossexuais (FOSTER apud MIRANDA, 2010, p. 83).

A heteronormatividade se complexifica quando associada a outros marcadores sociais. Em qualquer sociedade, pessoas têm valores e tais valores são hierarquizados, uma vez que a significação de gênero, sexualidade, raça e classe são constructos históricos que não são independentes de seus contextos. Características relacionadas a todos esses marcadores servem como justificativas para a invisibilização e marginalização de sujeitos. Na pirâmide social, um homem cisgênero, heterossexual, classe média e branco é possuidor dos “melhores valores”, o que acaba gerando diversas desigualdades sociais (VEIGA, 2009). Assim, para compreender essas desigualdades e hierarquias, acredito que seja relevante explicar como esses diferentes marcadores sociais da diferença se articulam um ao outro, produzindo o que autoras como Piscitelli (2008) têm denominado de interseccionalidade.

2.5 Interseccionalidades

Parto da compreensão de que, nas relações de poder, existe mais de uma variável que determina quais sujeitos serão mais ou menos valorados socialmente. A ideia de interseccionalidade surge da percepção de que a opressão por gênero está diretamente relacionada a outras opressões. Tal compreensão ganha força na terceira onda do feminismo, que, como já explicado, surge na década de 80 como uma forma de crítica às proposições teóricas e políticas do movimento da segunda onda, dos anos 60.

A segunda onda do feminismo foi responsável por teorizar, criar alguns conceitos e abrir caminhos para as mulheres como agentes na produção de conhecimento. Naquele

momento, houve um movimento de conscientização das mulheres quanto à dominação das pessoas do sexo masculino sobre as pessoas do sexo feminino. Para fins de reivindicações e luta, as feministas se consideravam uma classe sólida e homogênea, que lutava contra sua opressão por outra classe sólida e homogênea, a dos homens. Entretanto, mulheres ativistas negras e imigrantes não se sentiam contempladas por esta concepção e a consideravam racista e etnocêntrica (BRANCO, 2008). Weeks (2010) afirma que feministas brancas usaram suas próprias perspectivas para avaliar vivências de feministas negras. Começaram, então, a surgir críticas de dentro do movimento a respeito da visão de que a identidade entre as mulheres era o único pressuposto político relevante, ignorando marcadores como raça, classe e sexualidade, por exemplo. É nesse contexto que o feminismo de segunda onda passa a ser chamado de “feminismo branco” (Piscitelli, 2008). Como explica Louro:

A diferença entre as mulheres, reclamada, num primeiro momento, pelas mulheres de cor⁶, foi, por sua vez, desencadeadora de debates e rupturas no interior do movimento feminista. Com o acréscimo dos questionamentos trazidos pelas mulheres lésbicas, os debates tornaram-se ainda mais complexos, acentuando a diversidade de histórias, de experiências e de reivindicações das muitas (e diferentes) mulheres (LOURO, 2003, p. 45).

Waylen (apud BRANCO, 2008) ratifica que a visão de mulher protagonista do feminismo até então era a mulher branca, ocidental e de classe média. Essa atuação do movimento feminista logo seria questionada em função de três fatores: 1) o argumento de mulheres negras de que esta visão era racista e etnocêntrica; 2) a celebração das “diferenças sexuais” no debate de diferenças *versus* igualdade; e 3) o surgimento de novas correntes feministas, que focavam mais a linguagem e o discurso e assumiram importante papel na construção da realidade, deixando de ser apenas seu reflexo.

Desta forma, surge o conceito de interseccionalidade, que começa a ser difundido na primeira metade da década de 1990. Uma das autoras que contribuem para o debate das interseccionalidades é Kimberlé Crenshaw. “Segundo Crenshaw, as interseccionalidades são formas de capturar as consequências da interação entre duas ou mais formas de subordinação: sexismo, racismo, patriarcalismo” (PISCITELLI, 2008, p. 267). A ideia de interação serve para desconstruir a concepção de que uma forma de dominação está acima de outra. Piscitelli

6 “A expressão “mulheres de cor” — ainda que problemática — pretende traduzir *colored women*. Na verdade, o termo não é adequado, pois implica que se toma como referência as mulheres brancas, das quais as outras (*colored*) se distinguiriam. As mulheres brancas — que se constituem na “norma” — não teriam cor. Além disso, também me parece que a expressão “de cor” acaba por se constituir num dos disfarces mais comuns do racismo no Brasil. Uma outra tradução para a expressão tem sido “mulheres não-brancas”, que, como se percebe, também não se constitui numa boa solução” (LOURO, 2003, p. 55).

explica usando o exemplo de Crenshaw:

a imagem que ela oferece é a de diversas avenidas, em cada uma das quais circula um desses eixos de opressão. Em certos lugares, as avenidas se cruzam, e a mulher que se encontra no entrecruzamento tem que enfrentar simultaneamente os fluxos que confluem, oprimindo-a (PISCITELLI, 2008, p. 267).

Somos formadas e formados por múltiplas identidades que se articulam e se interferem mutuamente. Avtar Brah afirma que os diferentes marcadores – classe, raça, gênero, sexualidade – “não podem ser tratados como 'variáveis independentes', porque a opressão de cada uma está inscrita no interior da outra – é constituída pela outra e constituinte da outra” (BRAH apud LOURO, 2003, p. 54).

São nos pontos de intersecção que nos identificamos como pessoas diferentes e com vivências plurais. Mesmo pensando através do recorte de gênero, ainda não é possível falar em mulheres como se todas passassem pelas mesmas formas de opressão. A partir do conceito de interseccionalidade podemos perceber e refletir sobre como e em que medida, dependendo da situação específica analisada, determinado indivíduo pode ser considerado opressor ou oprimido, de acordo com a articulação de diferentes marcadores sociais que estão sobrepostos e entrecruzados e que produzem efeitos circunstanciais bastante diferentes.

É importante ressaltar que esses marcadores não podem ser hierarquizados, não podendo ser compreendidos como uma soma de opressões. Uma das grandes pensadoras do movimento interseccional foi a negra e lésbica Audre Lorde, que teorizou sobre a urgência de se pensar em todos os eixos de opressão conjunta e concomitantemente.

Dentro da comunidade lésbica eu sou negra, e dentro da comunidade negra eu sou lésbica. Qualquer ataque contra pessoas negras é uma questão lésbica e gay, porque eu e milhares de outras mulheres negras somos parte da comunidade lésbica. Qualquer ataque contra lésbicas e gays é uma questão de [pessoas] negras⁷, porque milhares de lésbicas e gays são [pessoas] negras. Não existe hierarquia de opressão (LORDE, 1983)⁸.

Para a análise de revistas voltadas ao público feminino, considero relevante, juntamente à concepção de heteronormatividade, considerar também marcadores como raça, geração e estéticos, visto que todas as formas de subordinação estão intimamente relacionadas. Ao

7 O acréscimo do “[pessoas]” serve para manter a neutralidade da língua inglesa nas palavras que, ao serem traduzidas, implicariam imposição de gênero.

8 Tradução encontrada no site <http://questoesplurais.tumblr.com/post/44254320873/nao-existe-hierarquia-de-opressao>. Acesso em 22 de agosto de 2014.

observar revistas tradicionais que se propõem a dialogar com o público feminino, é perceptível que existem características físicas e comportamentais mais presentes que outras. Existe um padrão que determina quem é mais “apto” a estampar uma capa de revista ou, até mesmo, as matérias. Quais são as mulheres que se identificam, de fato, com as mulheres estampadas nestas revistas? Quando se fala em “público feminino”, geralmente se pensa na mulher branca, ocidental, classe média e heterossexual, pois são as características dominantes no imaginário da sociedade contemporânea. Dessa forma, entendo ser relevante refletir sobre a heteronormatividade nas duas revistas objetos desta análise levando-se em conta a perspectiva dos estudos sobre interseccionalidades, de forma a pensar conjuntamente os marcadores de gênero e sexualidade com os de raça, classe, geração, etc., permitindo produzir-se uma reflexão sobre o “tipo” de mulher que se está produzindo nessas publicações e com quem estas estão buscando dialogar. Antes, no entanto, passo para a apresentação do jornalismo como forma de conhecimento, apresentando as teorias que surgiram ao longo das últimas décadas com o intuito de responder por que as notícias são como são (TRAQUINA, 2004). Também discuto o jornalismo de revista e a segmentação voltada para o público feminino, além de debater o jornalismo como meio de manter e reproduzir noções dominantes da sociedade.

3 O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

Neste capítulo, procuro compreender a maneira como o jornalismo se insere na sociedade, considerando-o um campo de conhecimento que se estabelece através de interações sociais. Sendo um discurso socialmente produzido, que articula valores culturais do contexto em que está inscrito (TRAQUINA, 2004), discuto esse processo nas notícias, que, por sua vez, influenciam a realidade. Desta forma, o jornalismo não só contribui para a produção da realidade, como também é produzido por ela. Em um segundo momento, discuto a noção de mídia como reprodutora das noções socialmente dominantes, mantendo valores hegemônicos que hierarquizam grupos e identidades. Por fim, abordo o jornalismo de revista e a segmentação voltada para o público feminino – onde a reprodução dos padrões considerados naturais na cultura são bastante evidentes.

3.1 O jornalismo como campo de conhecimento

Meditsch (1997) defende que o jornalismo é uma forma de produção de conhecimento. Para isto, classifica a questão em três principais abordagens. A primeira é a do conhecimento como um ideal abstrato a ser alcançado. Quando o ideal é estabelecido, define-se o parâmetro e, a partir disso, julga-se toda a produção de conhecimento do mundo humano. Nessa abordagem, o “método científico” é considerado o mais adequado para conhecer o mundo, de modo que todo conhecimento fora desse padrão científico é considerado ilegítimo. A Ciência é o padrão. Assim sendo, o jornalismo não produziria conhecimento válido, contribuindo apenas para a degradação do saber. Apesar das críticas que essa visão vem recebendo, ainda é possível identificá-la em grande parte da produção acadêmica a respeito do Jornalismo.

A segunda abordagem identificada por Meditsch (1997) vê o jornalismo como uma ciência menor, mas não mais como fator de degradação do saber. Um dos representantes dessa abordagem seria Robert Park, sociólogo norte-americano de grande influência até meados do século XX. Sob a influência de William James, Park concebe o conhecimento não mais como um ideal, mas como um dado da vida humana – afinal, as pessoas lidam simultaneamente com vários tipos de conhecimento em suas vidas (PARK apud MEDITSCH, 1997). Assim, começa a definir o jornalismo a partir das suas especificidades como forma de conhecimento da realidade. O sociólogo argumenta que existem gradações entre dois polos – o conhecimento utilizado no cotidiano (“conhecimento de”) e o conhecimento das ciências (“conhecimento sobre”), proposto por James (GENRO FILHO, online). As notícias estariam situadas em um

nível intermediário entre essas dois polos de formas de conhecimento – tanto em relação à profundidade quanto em relação à velocidade com que o conhecimento é produzido.

Em função da necessidade de definir o que o jornalismo tem de único e original, haveria uma terceira abordagem: a que sustenta que o jornalismo “não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente” (MEDITSCH, 1997, p. 3). Ao revelar aspectos de forma diferente, pode inclusive apresentar ângulos e interpretações que outros modos de conhecimento não são capazes. Sob esta perspectiva, também se considera que o jornalismo, por sua função inerente de comunicação, não apenas produz conhecimento, mas ainda reproduz conhecimentos produzidos por outras instituições sociais. A visão do jornalismo não somente como transmissor de conhecimento, mas também reprodutor, evidencia a função do jornalismo no processo de cognição social (MEDITSCH, 1997).

Toda a ciência moderna se constituiu sob a negação do conhecimento do senso comum, que foi desprezado pela teoria até pouco tempo atrás. Meditsch (1997) afirma que o interesse das ciências humanas pela observação do cotidiano, como forma de pensar amplamente as relações sociais, fez com que o senso comum deixasse de ser visto como algo raso e superficial para tornar-se objeto digno de estudo pela teoria do conhecimento. O jornalismo, ao se fixar na imediaticidade do real, opera justamente “no campo lógico do senso comum, e esta característica definidora é fundamental” (MEDITSCH, 1997, p. 6).

Segundo Meditsch (1997), Berger e Luckmann afirmam que o senso comum é uma atitude cognitiva percebida pelas pessoas como natural. “A atitude natural é a atitude da consciência do senso comum precisamente porque se refere a um mundo que é comum a muitos homens. O conhecimento do senso comum é o conhecimento que eu partilho com os outros nas rotinas normais, evidentes da vida cotidiana” (BERGER E LUCKMANN apud MEDITSCH, 1997, p. 6).

O jornalismo é, dessa forma, uma forma de constituir o senso comum; a sociedade como um consenso entre as pessoas. No jornalismo, os acontecimentos precisam ser identificados, relacionados a outros acontecimentos do conhecimento público e trazidos para o contexto social, ou seja, colocados em um “quadro de significados familiares ao público” (HALL et. all, 1993, p. 226). Acontecimentos só podem fazer sentido se estiverem em um âmbito de significações culturais e sociais, e jornalistas só conseguem definir e dar sentido ao que é noticiável a partir dos próprios “mapas” culturais da sociedade (HALL et. all, 1993).

Adelmo Genro Filho (online) aprofunda a questão do senso comum, afirmando que, apesar de no senso comum existir “uma hegemonia do bom senso, isto é, das noções que implicam uma apreensão funcional e orgânica do mundo tal qual ele se apresenta”, não se

pode pensá-lo como um campo isento de contradições internas. Segundo o autor, estas contradições precisam ser consideradas para que não se reduza as notícias a mero reflexo acrítico da realidade. Stuart Hall (1993) também se posiciona criticamente em relação à hegemonia do bom senso, reiterando que

os pontos de vista 'consensuais' da sociedade representam-na como se não existissem importantes rupturas culturais ou econômicas, nem importantes conflitos de interesses entre classes e grupos. Se existirem algumas divergências, diz-se, existirão meios legítimos e institucionalizados para as expressar e reconciliar (HALL et. all, 1993, p. 227).

O jornalismo, que constitui o senso comum, também não pode ser considerado sem que se pense nas interações e contradições que lhe são inerentes. Por isso, Traquina (2004) propõe o uso da palavra “campo” para se referir ao jornalismo, a partir da noção construída pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. Segundo Traquina, a ideia de um “campo” jornalístico pressupõe

a existência de 1) um número ilimitado de “jogadores”, isto é, agentes sociais que querem mobilizar o jornalismo como recurso para as suas estratégias de comunicação; 2) um *enjeu* ou prêmio que os “jogadores” disputam, nomeadamente as notícias; e 3) um grupo especializado, isto é, profissionais do campo que reivindicam possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados, nomeadamente o que é notícia e a sua construção (TRAQUINA, 2004, p. 27, grifo do autor).

Esse campo, de acordo com Traquina, pode ser imaginado como um campo magnético com dois polos. “O polo positivo é o 'polo ideológico' em que a ideologia profissional que se tem desenvolvido ao longo do tempo define o jornalismo como um serviço público que fornece cidadãos com a informação de que precisam para votar e participar na democracia” (TRAQUINA, 2004, p. 27). Entretanto, da mesma forma que os jornalistas desenvolveram sua ideologia de acordo com a teoria democrática, o jornalismo também têm sido um negócio; e as notícias, uma mercadoria. Tal negócio alimenta o desenvolvimento de empresas altamente lucrativas. O polo negativo deste campo é o polo econômico, “que associa o jornalismo ao cheiro do dinheiro e a práticas como o sensacionalismo, em que o principal intuito é vender o jornal/telejornal como um produto que agarra os leitores/os ouvintes à audiência, esquecendo valores associados à ideologia profissional” (TRAQUINA, 2004, p. 28).

Os dois polos citados por Traquina (2004) estão em constante tensão e têm como pano de fundo a interação entre os diversos “jogadores”, que tentam mobilizar seus

acontecimentos, seus assuntos, de acordo com suas estratégias. São essas interações entre os agentes sociais – jornalistas, fontes e sociedade – que nos permitem ver as notícias como uma “construção” social (TRAQUINA, 2004).

3.2 A construção social das notícias

Traquina (2004) afirma que a notícia é construída socialmente a partir de níveis de interação. O primeiro deles diz respeito à interação entre jornalistas e suas fontes de informação: algumas com acesso constante, outras que perturbam a ordem social vigente. Muitas fontes agem estrategicamente para mobilizar acontecimentos e criar notícias, com o intuito de ter mais visibilidade. Essa estratégia seria comum no âmbito político.

O segundo nível de interação, segundo o autor, acontece entre os jornalistas, como membros de uma mesma comunidade “que partilha uma identidade profissional, valores e cultura comuns” (TRAQUINA, 2004, p. 29). A interação acontece dentro e fora da sala de redação, através do objetivo comum de pôr as notícias na rua o mais rápido possível, em função das apertadas horas de fechamento com que as organizações jornalísticas trabalham.

Em um terceiro nível, os jornalistas, em seu processo de produção das notícias, interagem com a sociedade “por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante” (TRAQUINA, 2004, p. 29). As notícias possuem uma estrutura de valores que é partilhada por jornalistas e sociedade como um todo. Nesse sentido, o jornalismo é uma parte seletiva da realidade, pois os jornalistas partilham das estruturas hierárquicas de valores da sociedade, ou, como afirma Pierre Bourdieu (apud TRAQUINA, 2004, p. 30), dos “‘óculos' através dos quais veem certas coisas e não veem outras”.

Benetti (2008) define o jornalismo como um discurso que está situado em um tempo e lugar histórico. A autora reforça a condição de interação, principalmente no aspecto produtor-receptor, afirmando que

é necessário que os dois sujeitos envolvidos no processo possam compreender a posição de sujeito do outro, além de sua própria. [...] O jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade. Essa imagem está alicerçada tanto em ideais como verdade e credibilidade quanto na consciência (às vezes nem tão consciente assim, pois internalizada) sobre as condições de produção do discurso (BENETTI, 2008, p. 19).

Esta imagem que o jornalista tem de seu papel e de sua identidade está fundamentada em valores (crenças compartilhadas), como discute Traquina (2004). Um desses valores é a liberdade, que é apontada como o núcleo do desenvolvimento do jornalismo. A liberdade está no centro da relação entre jornalismo e democracia. Juntamente à liberdade, estão a autonomia e a independência em relação aos outros agentes sociais, que são fundamentais para garantir a credibilidade. Tuchman (apud TRAQUINA, 2004, p. 132) aponta que “manter a credibilidade leva a um trabalho constante de verificação dos fatos e de avaliação das fontes de informação”.

Outro valor importante para o jornalismo, segundo Traquina (2004), é o comprometimento com a verdade, o dever de verdade. Sobre isso, Meditsch (1997, p. 4) argumenta que seria mais apropriado, no caso do jornalismo, falar em “verdadeiro” enquanto adjetivo, pois o substantivo “verdade” acaba perdendo o sentido quando se considera que “todo o enunciado que se refere à realidade, ao refleti-la de certa maneira, também necessariamente a refrata de certa maneira”.

Esses valores, aos quais se pode acrescentar também o rigor e a honestidade, muitas vezes são consagrados com o conceito de objetividade. No jornalismo, a discussão acerca da objetividade frequentemente se resume à simples dicotomia entre objetividade e subjetividade. Adriano Duarte Rodrigues (apud TRAQUINA, 2004, p. 135) critica esta simplificação, afirmando que “é insustentável a dicotomia simplificadora e maniqueia [sic] entre objetividade e subjetividade”. Ao contrário, segundo ele, a objetividade no jornalismo é justamente o reconhecimento da inevitabilidade da subjetividade – visto que os jornalistas interpretam a realidade, e não apenas a espelham. Cornu defende que o jornalista é um intérprete da atualidade:

Observador do notável, o jornalista assume-se como intérprete da atualidade, entendida como o momento presente da realidade. Não tem acesso direto ao cerne dessa realidade presente. Não pode apreendê-la na sua verdade profunda, que lhe escapa. Deve tentar decifrá-la através dos fragmentos de que não pode ter conhecimento: acontecimentos vividos ou relatados, atas, discursos. A complexidade, as contradições, as incoerências, as lacunas da atualidade – esta apresenta-se como um tecido esburacado – são evidentes. Decifrar a atualidade é enfrentar um texto vago, opaco, plural, que se furta a toda expressão unívoca (CORNU apud BENETTI, 2008, p. 25).

Ao mesmo tempo em que constata a impossibilidade de vencer a subjetividade do jornalista, surge o ideal de objetividade – uma vez que não era aceitável que o público perdesse a fé nos fatos. Portanto, “com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram

uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2004, p. 138). Dessa forma, a objetividade no jornalismo constitui uma série de procedimentos utilizados para que seja assegurada a credibilidade. Tuchman (apud TRAQUINA, 2004) chega a dizer que a objetividade é um ritual estratégico que os jornalistas invocam para amenizar potenciais críticas.

Mesmo se apoiando em diversos procedimentos para manter a credibilidade, Benetti (2013, p. 44) ressalta que o jornalista “está submetido a constrangimentos políticos, econômicos, estruturais, hierárquicos, temporais e éticos”, além de ser “afetado por questões técnicas e relativas ao suporte midiático”, reafirmando a importância de se considerar não somente a subjetividade e a objetividade do jornalista, mas também sua relação com esses fatores externos.

Na tentativa de explicar o complexo processo de produção das notícias, surgiram, ao longo de várias décadas, diversas teorias (TRAQUINA, 2004). A primeira afirma que as notícias são apenas o reflexo da realidade. “Central à teoria é a noção-chave de que o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar, procurar a verdade*, contar o que aconteceu, *doar a quem doar*” (TRAQUINA, 2004, p. 147, grifos do autor). A teoria do espelho, como é chamada, é bastante aceita entre os membros da comunidade jornalística porque

a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e de relatar os fatos, sendo simples mediadores que 'reproduzem' os acontecimentos na notícia (TRAQUINA, 2004, p. 149)

Esta visão, porém, mostra-se insuficiente para explicar a complexidade das notícias. A teoria construcionista, a qual se filia esta pesquisa, rejeita claramente a ideia de notícias como espelho da realidade. A perspectiva construcionista não sugere que ela seja ficção, mas que é uma narrativa, como demonstra Gaye Tuchman (apud TRAQUINA, 2004, p. 169) ao afirmar que “dizer que uma notícia é uma história não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora de sua própria validade interna”.

As notícias possuem significado dentro de um contexto social. Segundo Geertz (apud BIRD E DARDENNE, 1993), as notícias atuam de e para uma cultura, dentro de seus padrões vigentes:

Tais notícias são uma fonte importante de informação sobre os contornos normativos de uma sociedade. Informam-nos do que está certo e errado, dos parâmetros para além dos quais não nos devemos aventurar e das formas que o demônio pode assumir. Uma galeria de tipos populares – heróis e santos, e também bobos, vilões e demônios – é publicitada não só na tradição oral e no contato cara-a-cara, mas a públicos muito mais vastos e com recursos dramáticos muito maiores (COHEN E YOUNG apud BIRD E DARDENNE, 1993, p. 267).

Bird e Dardenne (1993, p. 267) acreditam que as notícias “não 'contam as coisas como elas são', mas 'contam as coisas segundo o seu significado’”. Para que seja possível narrar os acontecimentos de forma que eles estejam no quadro de significados do leitor/espectador, Stuart Hall (1993) coloca em questão também a importância da linguagem utilizada pelos meios de comunicação. O enunciador utiliza uma linguagem que ele supõe ser compreendida e partilhada por seu público, estabelecendo a reciprocidade entre produtor e leitor (HALL et. all, 1993).

Em função dessa linguagem que Hall et. all (1993, p. 232, grifo do autor) chamam de “idioma público dos *media*”, o modelo tradicional de pensar o processo de comunicação como emissor/mensagem/receptor tem sido criticado por sua linearidade e falta de complexidade (HALL, 2011). De acordo com o autor, existem regras discursivas que são dominantes na sociedade, sob as quais as relações de produção da mensagem devem passar para que o produto seja “concretizado”. Neste pano de fundo, jornalistas codificam mensagens que julgam apropriadas como discursos significativos para que sejam decodificadas também significativamente pelos sujeitos. Entretanto, o autor ressalta que nem sempre existe simetria perfeita entre a codificação utilizada pelos produtores e a decodificação utilizada pelo receptor.

A falta de adequação entre os códigos tem a ver em grande parte com as diferenças estruturais de relação e posição entre transmissores e audiências, mas também tem algo a ver com a assimetria entre os códigos da 'fonte' e do 'receptor' no momento da transformação para dentro e para fora da forma discursiva. O que chamamos de 'distorções' ou 'mal-entendidos' surgem precisamente da falta de equivalência entre os dois lados na troca comunicativa (HALL, 2011, p. 369).

Os códigos são condicionados e determinados pelas culturas em que estão inseridos. Toda sociedade tende a construir seus valores sociais, políticos e culturais. Essas classificações de valores “constituem uma ordem cultural dominante, apesar de esta não ser nem unívoca nem incontestável” (HALL, 2011, p. 374). Hall afirma que acontecimentos polêmicos, novos ou problemáticos, que rompem com a expectativa ou não, estão dentro das

construções do senso comum, devem ser “atribuídos ou alocados aos seus respectivos domínios discursivos, antes que 'façam sentido'. A maneira mais comum de 'mapeá-los' é atribuir o novo a algum domínio dos 'mapas existentes da realidade social problemática” (HALL, 2011, p. 374). O autor sublinha a importância destes mapas de significados ao escrever que

as coisas são noticiáveis porque elas representam a volubilidade, a imprevisibilidade e a natureza conflituosa do mundo. Mas não deve se permitir que tais acontecimentos permaneçam no limbo da 'desordem' – devem ser trazidos aos horizontes do 'significativo'. Este trazer de acontecimentos ao campo dos significados quer dizer, na essência, reportar acontecimentos invulgares e inesperados para os 'mapas de significado' que já constituem a base do nosso conhecimento cultural, no qual o mundo social *já* está 'traçado'. A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos destes quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os media tornam o mundo a que eles fazem referência inteligível a leitores e espectadores (HALL et. all, 1993, p. 226, grifo dos autores).

Os sentidos dominantes da sociedade, que determinam as significações codificadas ou decodificadas,

têm, embutidos, toda a ordem social enquanto conjunto de significados, práticas e crenças: o conhecimento cotidiano das estruturas sociais, do 'modo como as coisas funcionam para todos os propósitos práticos nesta cultura'; a ordem hierárquica do poder e dos interesses e a estrutura das legitimações, restrições e sanções (HALL, 2011, p. 374).

A predominância de certos mapas e classificações nas culturas é reiterada por performatividade e citação, conceitos discutidos anteriormente. Desta forma, para a codificação e a decodificação terem a maior equivalência possível, o código profissional do jornalista, apesar de ser relativamente independente do código dominante, uma vez que aplica critérios próprios técnicos e práticos, opera dentro da hegemonia do código dominante. O código profissional reproduz noções dominantes da sociedade (HALL, 2011).

3.3 O papel do jornalismo na conservação dos valores hegemônicos

Subjacente ao valor objetividade no jornalismo está a premissa de que a informação jornalística é inerente ao sistema democrático e fundamental para o exercício da democracia. No sistema democrático, caberia ao jornalismo a obrigação de abordar a multiplicidade de opiniões da sociedade (LAGO, 2010). Para Neveu (apud LAGO, 2010, p. 167), este “ideal

democrático requer um jornalismo de informação econômica e culturalmente acessível a todos e produtor de reflexão sobre os desafios políticos”. O autor afirma que esse jornalismo precisa de três apoios para que possa existir: o Estado, a introdução da ciência nos debates públicos e o pluralismo. Ele ainda especifica que o pluralismo precisa ser não somente político, mas também sociológico, com um jornalismo “atento às várias experiências da sociedade e de suas expressões”, captando onde elas “têm pouca capacidade de se fazer ouvir institucionalmente” e dando-lhes “voz de modo a suscitar a reflexão de públicos mais vastos” (NEVEU apud LAGO, 2010, p. 167).

Para Lago (2010), a ideia de pluralismo defendida é mais profunda do que simplesmente dar espaço para pontos de vista diferentes, mas incorporar o Outro, representando-o em sua diferença, como explica:

Chamamos “Mesmo” às séries de paisagens culturais e políticas, juntamente com seus valores, euforizadas pela mídia e homólogas à valorização média de seus públicos. Chamamos “Outro” às séries de paisagens culturais e políticas, juntamente com seus valores, frente às quais a mídia estabelece distâncias relativas, calculadas, homólogas ao afastamento que seus públicos mantêm. Frente ao Outro é preciso resguardar-se, qualificando-o como exótico [...], é preciso ocultá-lo do holofote, deixá-lo nas margens; assim, ele pode ser assimilado, admitido ou segregado; [...] (ADAIR E BAIRON apud LAGO, 2010, p. 168).

O Outro e o Mesmo são condicionados pelos valores hegemônicos culturais e sociais. Frequentemente, o Outro é tratado como inimigo, afinal “a desconfiança e a hostilidade em relação a tudo o que não faz parte do universo potencial do público ideal (as camadas médias e altas da população) podem ser percebidas como regra e não exceção” (LAGO, 2010, p. 168).

Como os jornalistas, por serem membros de uma sociedade, possuem mapas de significados (HALL, 2011), eles também operam dentro das noções vigentes de Mesmo e Outro. Suas codificações profissionais, assim como as decodificações do público, operam dentro da hegemonia, da visão dominante, e reproduzem estas noções, mesmo que inconscientemente (HALL, 2011). Bird e Dardenne (1993, p. 270) elucidam esta posição, afirmando que os critérios do que merece ser registrado variam com o tempo, e as “mudanças podem dizer-nos muito de uma cultura e dos seus valores dominantes”.

Para Fischer (1997), a mídia atualmente funciona como “um lugar privilegiado de superposição de 'verdades', um lugar por excelência de produção, circulação e veiculação de enunciados de múltiplas fontes, sejam eles criados a partir de outras formações, sejam eles

gerados nos próprios meios” (FISCHER, 1997, p. 65). Os meios de comunicação, segundo a autora, detêm um “dispositivo pedagógico” que opera através de uma lógica discursiva que produz não somente discursos, como também sujeitos sociais. Esta linguagem pedagógica faz com que os sujeitos-espectadores pensem a si mesmos e constituam “verdades para si mesmos e sobre si mesmos, a partir das enunciações produzidas nesse espaço fundamental para a cultura” (FISCHER, 1997, p. 74).

Entendendo a normatividade como “o padrão que, baseado em um conjunto de valores socioculturais historicamente construídos, funda as normas que regem os comportamentos e relações sociais” (VEIGA, 2010, 16), pode-se perceber que o jornalismo, por operar dentro de noções dominantes, ajuda a manter essa normatividade. A heteronormatividade, explicada no capítulo anterior, também segue sendo reproduzida pelo discurso jornalístico através da utilização dos códigos dominantes.

Benetti (2013) também aborda a perspectiva de normalidade, afirmando que o jornalismo produz um conhecimento sobre atualidade que está ancorado no conceito de adequação. Segundo a autora, ser adequado é estar de acordo com seu tempo. Tais parâmetros hegemônicos de normalidade que determinam a adequação estão dialeticamente ancorados no jornalismo. Indo ao encontro dessa visão, Prado (apud BENETTI, 2013), assegura que revistas também são guias normativos de comportamento, de estilo e de gosto que são renovados e atualizados ao longo do tempo.

3.4 O jornalismo de revista e o público feminino

Uma das principais características do jornalismo de revista é que, segundo Campbell, ele trabalha com “uma ontologia das emoções” (CAMPBELL apud BENETTI, 2013, p. 47). Além de informar, abordar os principais acontecimentos e apresentar assuntos que merecem ser debatidos, “é preciso também construir um vínculo emocional, para que o leitor sinta a revista como 'sua', como parte de sua rotina, como uma necessidade, como algo a ser esperado e cujo consumo possa ser ritualizado” (BENETTI, 2013, p. 47). Os laços afetivos entre o leitor e a revista, juntamente com os valores de objetividade que estabelecem a credibilidade, acarretam a fidelização do leitor.

O jornalismo de revista faz uma espécie de revezamento de temas, como aponta Prado (apud BENETTI, 2013), retornando com frequência aos mesmos assuntos, como beleza, saúde, sucesso, tecnologia. O jornalismo de revista é bastante performático, gerando discursos e práticas através das suas definições do que é adequado ou desejado (RODRIGUES apud

BENETTI, 2013). Schwaab e Tavares (apud BENETTI, 2013, p. 53) lembram que o tema abordado pela revista “pode ser visto como um elemento que opera sentidos, ou seja, que atua sobre o seu fazer e sobre sua materialidade. Mais que dizer sobre o mundo, participa no como se diz, incidindo sobre práticas, conteúdos e formas”.

Prado (apud BENETTI, 2013, p. 53) retoma a abordagem do Mesmo e do Outro, afirmando que a revista reforça sentidos no “mundo do Mesmo”, ou seja, o mundo da ordem. Segundo o autor, o “mundo do Outro” trata “do mundo lá fora, onde moram os miseráveis, os invasores e os invisíveis, os que ameaçam, os bárbaros que batem nas portas do condomínio fechado das classes média e alta: os muçulmanos e negros pobres, os violentos, os de esquerda”.

Essa característica pode ser percebida nas revistas segmentadas por interesse. São os mesmos enunciadores, as mesmas fontes, que costumam ocupar o local de fala autorizada – fala esta que é modulada pela linha editorial: ou estão de acordo com a linha, ou são escolhidas justamente para fazer o contraponto. O jornalismo de revista repete certas lógicas que aparecem ao longo de uma cadeia, independentemente do tipo de consumo.

Por trás dessa cadeia, dois grandes saberes estão construídos pela escolha das temáticas e das falas autorizadas: 'isto é o que você deve saber sobre o mundo' e 'isto é o que você pode e deve consumir para estar adequado a este mundo'. Essa lógica se desenvolve ao longo de uma cadeia, do sofisticado ao popular, [que] permeia todo o jornalismo de revista (BENETTI, 2013, p. 53).

As revistas, por terem a capacidade de criar laços com seus leitores e de “reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos” (SCALZO, 2004, p. 50), trabalham por segmentação, uma vez que estabelecer um foco para as publicações mostra-se uma necessidade inevitável. Por serem temáticas relativamente delimitadas, é mais viável manter revistas segmentadas do que generalistas, afinal “quem quer cobrir tudo acaba não cobrindo nada e quem quer falar com todo mundo acaba não falando com ninguém” (SCALZO, 2004, p. 49). A autora aponta que os tipos mais comuns de segmentação são por idade (idoso, adulta, adolescente, infantil), por gênero (feminino e masculino), por geografia (cidade ou região) e por tema (cinema, automobilismo, esportes...).

As revistas voltadas para as mulheres existem no Brasil desde que surgiu esse gênero de publicação no país, no início do século XIX (SCALZO, 2004). Os modelos eram importados da Europa e traziam, além das novidades da moda, “dicas e conselhos culinários, artigos de interesse geral, ilustrações, pequenas notícias e anedotas” (SCALZO, 2004, p. 33). Apesar de a maioria das publicações dessa época serem escritas por homens, algumas voltadas para

mulheres eram também feitas por mulheres. Tais periódicos, embora fossem poucos e não tenham durado muito tempo, apresentavam preocupações com direitos e condições de vida das mulheres na sociedade.

Segundo Scalzo (2004), as publicações voltadas para o público feminino começam a se diversificar quando as mulheres passam a ser percebidas como consumidoras de revistas, a partir da década de 1950, quando surgem as fotonovelas. A primeira revista de moda, *Manequim*, foi lançada em 1959 e existe até hoje. A *Claudia*, criada em 1961 – inicialmente não descolada do tradicional modelo de abordar “novelas, artigos sobre moda, receitas, ideias para a decoração e conselho de beleza” (SCALZO, 2004, p. 34) – começa, aos poucos, a trazer seções que acompanham as mudanças na vida da mulher, como saúde, orçamento doméstico e sexo. Além de ter inovado ao decidir fotografar o estilo, a comida e a mulher brasileira, ao contrário de, como era costume, importar todas as fotos, *Claudia* também foi a revista que abriu espaço para a mudança no jornalismo feminino. A jornalista Carmen da Silva, com sua coluna “A Arte de Ser Mulher”, começou a abordar temas “até então intocáveis, como a solidão, o machismo, o trabalho feminino, a alienação das mulheres, seus problemas sexuais” (SCALZO, 2004, p. 34).

O mercado das revistas femininas tem um grande crescimento nos anos 1970 devido à entrada da mulher no mercado de trabalho. Scalzo (2004) lembra que é neste momento que começam a surgir revistas que tratam a mulher como profissionais em busca de sucesso, e não mais somente como donas de casa e mães. Atualmente, as revistas voltadas para o público feminino estão cada vez mais segmentadas, com um público cada vez mais específico. Entretanto, para Scalzo (2004, p. 35), é possível observar que elas ainda “repetem fórmulas e cobrem mais ou menos o mesmo universo”. Hoje, o segmento feminino é o mais significativo do mercado de revistas.

A partir dos estudos de gênero e do aprofundamento do jornalismo como campo de conhecimento, farei uma análise da configuração da heteronormatividade em duas importantes revistas do segmento feminino atual – *Claudia* e *TPM*. Para isso, no capítulo a seguir, apresento mais detalhadamente os objetos de estudo e a metodologia utilizada para a análise.

4 O OBJETO DE PESQUISA E A METODOLOGIA

O presente capítulo tem como objetivo apresentar o objeto de estudo e o método adotado na pesquisa. Para isso, descrevo e faço um histórico das revistas *Claudia* e *TPM* e, em seguida, explico a metodologia e os procedimentos utilizados na análise.

4.1 O objeto de pesquisa

4.1.1 Revista *Claudia*: “a porta-voz da mulher brasileira”

A revista *Claudia* foi lançada em 1961, pela editora Abril, destinada “à mulher moderna que vivenciava a seu modo as transformações na história contemporânea do país e do mundo, seja no que se refere ao comportamento e aos valores culturais, seja na associação destes com o universo do consumo” (COSTA, 2009, p. 56). O título foi dado por Victor Civita, fundador do Grupo Abril, e por sua esposa Sylvana Civita. Com dois filhos homens, *Claudia* seria o nome que o casal daria a uma filha, se a tivessem. Na edição comemorativa de 20 anos da revista, em outubro de 1981, Victor Civita conta:

Eu já tinha dois filhos, Roberto e Richard [...] A ideia era de acrescentar uma menina, cujo nome, já escolhido, teria sido CLAUDIA. Mas os planos mudaram, e CLAUDIA tornou-se uma filha... impressa, que adquiriu vida própria. [...] Lembro o dia, em 1961, em que o primeiro número da revista CLAUDIA chegou completo, pronto, encadernado às minhas mãos. É inútil dizer que foi uma grata emoção e que, como todo pai, olhava para a menina recém-chegada com admiração e carinho desmesurados. Obviamente não reparei (porque não queria) que CLAUDIA não era tão bonita quanto as outras meninas (revistas) que, já com maior experiência e idade, circulavam pelo mundo afora! Mas era minha, era nossa, e a emoção quase alcançou a comoção (CIVITA apud COSTA, 2009, p. 57).

Segundo o vice-presidente da editora Abril, Thomaz Souto Corrêa (online), a leitora-padrão pensada por ele e Victor Civita na época em que a revista foi criada era a mulher dona de casa, uma “senhora interessada em casa, marido e filhos”. A publicação explorou o mundo doméstico no momento em que televisores, máquinas de lavar e geladeiras chegaram ao mercado⁹. Com relação às publicações voltadas para o público feminino da época, que traziam predominantemente fotonovelas, *Claudia* avançou

9 Edição online comemorativa dos 50 anos da Editora Abril. Disponível em: <http://www.abril.com.br/institucional/50anos/femininas.html>. Acesso em 27 de setembro de 2014.

por ser uma revista no estilo “magazine moderno”, espécie de guia prático para todas as horas. Falava do cotidiano e dos assuntos considerados “femininos”, dando caráter mais jornalístico a alguns temas tratados e trazendo matérias substantivas e reportagens voltadas para um público eminentemente brasileiro. Seu primeiro número, em outubro de 1961, teve tiragem de 150 mil exemplares (DUARTE apud PASSOS, 2012, p. 29).

Carmen da Silva, psicóloga que assinava a coluna “A arte de ser mulher”, lançada em 1965, na crônica da edição comemorativa aos 20 anos, recorda o início,

Claudia trazia artigos, reportagens, notas sobre cinema, teatro, livros, beleza, moda, cozinha, decoração e outros temas habituais na revista feminina. A maior novidade, porém, era seu tom arejado, sua forma de se dirigir à leitora reconhecendo nela uma mulher concreta situada no aqui-e-agora e não uma abstração, uma vaga e idealizada visão do “feminino” concebida pela fantasia e pelos preconceitos dos homens (SILVA apud PASSOS, 2012, p. 29).

A coluna de Carmen da Silva foi lançada numa época em que as questões femininas eram abordadas de forma conservadora, reafirmando o papel da mulher como esposa e dona de casa. A sexualidade trazia o ponto de vista masculino e o prazer da mulher era visto como tabu. O trabalho feminino já era aceito, desde que não descuidasse do marido e dos filhos (DUARTE apud PASSOS, 2012). Apesar disso, a revista *Claudia* foi a primeira a abrir espaço para temas polêmicos e de emancipação da mulher, principalmente através da coluna “A arte de ser mulher”.

Faria e Siqueira (2007) afirmam que, nas décadas de 1980 e 1990, as questões da libertação da mulher são relegadas a segundo plano, e se intensificam as discussões acerca do corpo e da beleza. Como a emancipação era, em parte, uma realidade, o centro das atenções passa a ser a saúde, a moda e o bem-estar. “A mulher em questão se preocupa com assuntos importantes, como os jovens e as drogas, mas se preocupa cada vez mais com seu aspecto físico e com os exercícios que podem mudá-lo” (FARIA E SIQUEIRA, 2007, p. 183).

A partir dos anos 2000, a revista dialoga com a “mulher moderna” (FARIA E SIQUEIRA, 2007, p. 183), que é mãe, esposa, profissional e ainda precisa ter tempo para estar bonita. Faria e Siqueira (2007, p. 183) contam que, na edição de julho de 2002, a questão da falta de tempo “é resolvida com uma matéria de 'beleza express': como ficar bela mesmo com pouco tempo. Técnicas estéticas e médicas, produtos cosméticos que chegam às lojas tomam o espaço editorial”, evidenciando o caráter assumido pela revista. Segundo os autores, assuntos sobre emancipação feminina ficam com pouco ou nenhum espaço a partir dessa época.

Atualmente, a revista se apresenta como “a companheira das mulheres em vários momentos de suas vidas, oferecendo informação, inspiração, reflexão e soluções que as ajudem na busca da melhor versão de si mesmas”, tratando “de diversos assuntos, como comportamento, moda, beleza, saúde, carreira, família, culinária e decoração”. Segundo consta no site da Editora Abril¹⁰, *Claudia* “é a marca porta-voz da mulher brasileira, independente de sua idade, classe social ou região”. Ainda de acordo com o site, o público leitor de *Claudia* é composto por 94% de mulheres, majoritariamente acima dos 50 anos. Mais da metade destas são de classe B e moradoras do Sudeste. A tiragem média é de 456.623 exemplares e a circulação líquida¹¹ de 388.020 – sendo 321.985 de assinaturas.

Estruturalmente, a revista é organizada de forma a manter um padrão dos nomes e da ordem das seções. A seção “Reportagens da Capa” traz todas as matérias, entrevistas, dicas e sugestões de beleza que tiveram chamada na capa da edição. Em seguida, “Inspiração” aborda temas como carreira, arte e também perfis de pessoas que podem ser consideradas inspiradoras – profissional ou pessoalmente – para as mulheres. As seções “Moda” e “Beleza e Saúde” são compostas basicamente por dicas do que é aconselhável vestir, como cuidar do corpo e do cabelo, e também por matérias mais aprofundadas sobre alguma doença. “Comportamento” geralmente traz o perfil de alguma pessoa famosa e matérias relacionadas a realização pessoal, viagens e fatos divertidos do cotidiano, além de uma história de superação pessoal de alguma pessoa não famosa. “Casa e Família” dá dicas sobre a casa, sobre os filhos e aborda a posição da mulher enquanto mãe. A seção “Comida e Bebida” também dá dicas culinárias criativas, alimentação saudável e receitas que não sejam tão comuns. Para finalizar, “Sempre em Claudia” é o nome da seção onde estão o editorial (“Eu e você”), espaço do leitor (“Sua opinião”), divulgação das redes sociais e aplicativos da revista (“Digital”), serviços (“Onde encontrar”) e “Horóscopo”.

4.1.2 A Revista *TPM*: “contra os velhos estereótipos”

A revista *TPM*, da editora Trip, surgiu no mercado brasileiro em 2001. O editor Paulo Lima conta, em entrevista à revista *Meio e Mensagem*¹², que a *TPM* foi lançada para ir na contramão das outras publicações voltadas para mulheres. O editorial do primeiro número traz

10 Informações do site da Editora Abril, disponível em:

<http://www.publiabril.com.br/marcas/claudia/revista/informacoes-gerais>. Acesso em: 29 de agosto de 2014.

11 Circulação líquida é o total de exemplares que chegaram às mãos dos leitores, seja por venda avulsa, assinatura ou distribuição direcionada.

12 Entrevista concedida em 2004, três anos após o lançamento da revista *TPM*. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/27581>. Acesso em: 29 de agosto de 2014.

o dado de que 25% do público leitor da revista *Trip*, dirigida ao público masculino e carro-chefe da editora, era composto por público feminino. A revista surge, então, como desmembramento de uma publicação masculina, ao contrário de outras do gênero no Brasil, que são importações de projetos estrangeiros. Esse desmembramento é evidenciado inclusive no nome da publicação: *TPM* significa *Trip Para Mulheres*. Na mesma entrevista, Lima comenta a ideia do seu lançamento:

Você já reparou que 90% das revistas femininas que existem no Brasil não são fórmulas brasileiras? Elas são fórmulas estrangeiras adaptadas. Isso vale para *Elle*, *Vogue*, *Marie Claire*, *Capricho*, que é uma versão da *Seventeen*. Percebemos que 25% dos leitores de *Trip* eram mulheres e esse número chamou muito minha atenção. Eu achava que eram uns 10%. Essas mulheres, na minha visão, eram atraídas justamente pela maneira como a *Trip* vê a mulher, que é muito mais respeitosa, de uma certa forma até como uma entidade superior. Ela é feita com uma visão do mundo masculino, só que é – e eu sou suspeito – contemporânea. Portanto, ela não separa os dois mundos. Ela interage e admira. Mas então por que fazer outra revista? Essa foi uma grande discussão e chegamos à conclusão de que havia um [público] específico feminino que não era tratado por essas outras revistas. De uma forma geral elas desenham uma mulher como um ser menor, frágil, ansioso, quase desesperado, que depende 100% de um homem para ser feliz, que está sempre insatisfeita com a sua condição física, sexual e profissional. Ou seja, é um ser muito fácil de ser manipulado. Porque quando você consegue deixar uma pessoa insegura e ansiosa, qualquer coisa que você proponha ela aceita, inclusive consumo. É uma estratégia bastante rasa e até uma forma simplória de fazer a mulher marchar para o consumo de cremes e roupas.

Lima (apud ROCHA, 2007, p. 51) afirma que a *TPM* tinha a intenção de desconstruir a imagem feminina propagada pelas outras revistas, de uma mulher “de espiritualidade rasa, cultura próxima do zero, tipo físico medíocre, que se agarra a regimes, *peelings*, drenagens linfáticas, plásticas e ginásticas, para [...] lutar com todas as forças a fim de laçar um pobre diabo que a carregue”. A ideia era romper com a visão estereotipada da mulher, tão reforçada nas outras revistas voltadas para o público feminino. O slogan adotado inicialmente, inclusive, reforçava essa perspectiva: “*TPM*, uma revista que não trata a mulher como idiota” (ROCHA, 2007). Na primeira edição, o editor Paulo Lima deixava claro para quem se destinava:

Mulheres que querem construir, aprender, se divertir, mudar o planeta, vivenciar opções bem diferentes das previstas nos planos traçados sem sua participação. Prontas para viagens de todos os tipos, sem culpa com relação ao consumo, ao sexo, abertas à [sic] informações novas, aos esportes, às outras culturas e formas de ver o mundo. E, é claro, com a eterna vocação de espalhar o amor pelo mundo¹³.

13 Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/01/editorial/home.htm>. Acesso em: 25 de outubro de 2014.

A edição de lançamento da *TPM* teve uma tiragem de 80 mil exemplares, enquanto a tiragem média atual é de 50 mil. Segundo informações do site da revista¹⁴, aproximadamente 80% das mulheres que leem a *TPM* fazem parte das classes A e B, e 46% estão na faixa dos 18 aos 24 anos. Além disso, 28% das leitoras possuem ensino superior completo, ao passo que 22% estão cursando a universidade. O número de assinaturas da publicação atualmente é de 33 mil. O site da revista contém um “Manifesto TPM”, em que o diretor editorial Fernando Luna (com a participação de Carol Sganzerla, Paulo Lima, Ciça Pinheiro, Nina Lemos, Rafaela Ranzani, Ana Paula Wheba e Denise Gallo) aborda a questão da liberdade feminina e reivindica a quebra dos padrões impostos.

Contra os novos clichês femininos e os velhos estereótipos, que cismam em se reinventar desde o tempo de nossas avós [...]. Contra qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um padrão, cercar [sic] seu desejo e diminuir suas possibilidades. Essas ideias dão o tom a uma série de eventos, ações e reportagens pelas próximas edições. Se liberdade é ser a mulher que você quer ser, diz aí: você é livre?¹⁵

Segundo Silva (apud RODRIGUES, 2008) é interessante notar que, apesar de a *TPM* negar o caráter persuasivo e conselheiro, quase paternal, das outras revistas em relação ao comportamento da mulher, tais elementos parecem continuar presentes. A autora argumenta que “se na *TPM*, com exceção da seção de beleza, inexistente o manual 'faça isso, faça aquilo', tão comum nas publicações femininas, as narradoras embutem em seu discurso seus próprios ensinamentos e dicas”, aplicando, desta forma, uma inversão do modelo jornalístico tradicional: “em vez de registrar as confissões de leitoras e entrevistadas, são as narradoras que compartilham a própria vida para promover a identificação do público” (SILVA apud RODRIGUES, 2008, p. 6).

A revista está estruturada em reportagens, entrevistas, colunas, ensaios e dicas mais próximas do jornalismo de serviço. A seção “Páginas Vermelhas”, que costuma ser a primeira, geralmente traz uma reportagem com a pessoa da capa ou alguma outra entrevista em profundidade. O “Ensaio” se refere ao ensaio sensual com um modelo masculino, chamado na revista *Trip* de “*Trip Girl*”. A seção “Bazar” apresenta páginas com diversas dicas de filmes, livros, exposições, músicas ou qualquer coisa relacionada à arte. Todas as edições trazem reportagens – sendo pelo menos uma delas relacionada a esportes praticados por mulheres (LOPES E MATOS, 2007). O editorial “Moda”, assim como o “Magazine Semana de Moda”,

14 Dados obtidos pelo mídia kit de 2012, que foi o mais recente encontrado. Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/midiakit/2012/TpmProdutos2012.pdf>. Acesso em: 29 de agosto de 2014.

15 Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/manifesto/index.php>. Acesso em: 29 de agosto de 2014.

“Magazine Casa” e “Magazine Beleza” são serviços, fazendo propaganda de marcas de roupas, acessórios, decorações para a casa, produtos de beleza, cortes de cabelo etc. A maioria dos produtos e roupas exibidos já vem com o preço e onde comprar. Além disso, há quatro colunas: “Badulaque”, “Respiro” ou “Nécessaire” (varia dependendo da edição), “Coluna do Meio” e “Pra Fechar”.

4.2 A metodologia: Análise de Conteúdo

Considerando o objetivo geral desta pesquisa – compreender de que forma é configurada a heteronormatividade nas revistas *Claudia* e *TPM* e de que forma a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais – acredito que a Análise de Conteúdo (AC) é uma técnica pertinente à sua consecução. Os procedimentos da AC, por combinar dados quantitativos com análises qualitativas, permite que se trabalhe com um *corpus* formado por um grande número de textos, reduzindo sua complexidade ao transformá-los em dados sistemáticos e organizados. Bauer (2008, p. 191) define a AC como “uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada”. A AC “representa o que já é uma representação, ligando os pesquisadores a um texto e a um projeto de pesquisa” (BAUER & GASKELL apud BAUER, 2008, p. 200).

Fonseca Júnior (2009) complementa dizendo que, para aplicar esta técnica, é necessária a utilização de diversos procedimentos. Apesar de, em sua origem, a AC ter se voltado para levantamentos quantitativos, atualmente é um método que pode ser utilizado em análises qualitativas. Segundo Bardin (1977, p. 38), “o interesse não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a 'outras coisas'”. Este tratamento, de acordo com Bauer (2008) e Fonseca Júnior (2009), opera basicamente por meio da inferência, que é feita a partir do levantamento dos dados estatísticos, quantitativos.

A inferência, segundo Fonseca Júnior,

é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. [...] O analista trabalha com *índices* cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula para *inferir* (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação (FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 284, grifos do autor).

Bauer (2008, p. 193) ressalta, entretanto, que a “falácia da análise de conteúdo” é a ideia de que alguém poderia inferir as intenções particulares de um comunicador: “expressão e impressão são conseguidas apenas por agregação e probabilisticamente”. A AC não é capaz de trabalhar com a intenção do produtor da mensagem ou o efeito sobre o receptor, apenas visa analisar a mensagem. No entanto, a partir deste método é possível realizar uma série de importantes inferências, como “as concepções ideológicas de uma sociedade, imagens, clichês e arquétipos culturais, sistema de crenças, estereótipos sociais, representação de tipos e papéis sociais (homem, mulher, rico, pobre, negro, branco, jovem, idoso etc.)” (FONSECA JÚNIOR, 2009, p. 299).

Desta forma, penso que a Análise de Conteúdo é um método adequado aos objetivos do trabalho. Para tanto, faço, primeiramente, um levantamento quantitativo que permita uma análise qualitativa dos dados, efetuando inferências a partir do índice em cada unidade de texto e de imagem. O passo seguinte é o que Bardin (1977) chama de análise categorial, em que se constrói um sistema de códigos que serão a base da análise qualitativa, efetuada no capítulo seguinte.

4.3 Procedimentos adotados

Seguindo as recomendações de Bardin (1977), defini que a unidade de registro do *corpus* da pesquisa são os conteúdos jornalísticos – sejam textos opinativos, informativos ou de serviço ou ainda imagens – que, ou pela imagem sozinha ou pela sua combinação com a legenda ou texto complementar, fica evidente representarem um casal. Quaisquer índices destes relacionamentos são considerados neste levantamento de dados, através da linguagem ou de imagens. Além da sexualidade, outros marcadores, como raça/etnia, geração e estético (relacionado especificamente ao peso), também entram no *corpus* como índice da presença ou não da normatividade.

Ao estabelecer as unidades de análise, constatei que não seria necessário analisar os textos na íntegra, uma vez que na maioria deles os relacionamentos são mencionados apenas em algum trecho. Deste modo, foram encontrados 221 trechos de matérias jornalísticas e 38 imagens que mencionavam relacionamentos românticos e/ou sexuais nas dez revistas pesquisadas – referentes às edições de fevereiro a junho das duas revistas. Os trechos selecionados representam, direta ou indiretamente, a posição da publicação ao abordar e dar visibilidade aos casais que se enquadram ou não nos padrões normativos da sociedade em que

estão inseridos, por isto todas as matérias e imagens encontradas foram incluídas no *corpus* da pesquisa.

As tabelas 1 e 2 identificam, respectivamente, as unidades de análise textuais, com os títulos e as informações das publicações, e as unidades de análise de imagens, também com suas especificidades.

Tabela 1 – Textos analisados (identificados por título, revista, seção, tipo de texto, mês de publicação, páginas e quantidade de trechos destacados)

Trechos textuais analisados							
Id.	Revista	Título	Seção	Tipo de texto	Mês/ano de publicação	Páginas	Unidades de análise
1	TPM	Dira Furacão	Páginas Vermelhas	Informativo	Fev/2014	21, 22 e 26	3
2	TPM	Hoje é dia de Maria	Perfil	Informativo	Fev/2014	42	1
3	TPM	Menina de ouro	Esporte	Informativo	Fev/2014	46 e 48	2
4	TPM	Até que o block nos separe	Reportagem	Informativo	Fev/2014	52, 55 e 56	5
5	TPM	Multitalentos	Ensaio	Informativo	Fev/2014	62	1
6	TPM	Casa das artes	Magazine Casa	Serviço	Fev/2014	80	1
7	TPM	Badulaque	Badulaque	Opinativo	Fev/2014	91 e 93	2
8	TPM	Como deve ser	Respiro	Opinativo	Fev/2014	95	1
9	TPM	As histórias que ela conta	Coluna do Meio	Opinativo	Fev/2014	96	1
10	TPM	Na contramão	Páginas Vermelhas	Informativo	Mar/2014	23 e 24	2
11	TPM	Livro: Álbum de família	Bazar	Serviço	Mar/2014	34 e 35	2
12	TPM	24 Horas: Em família	Bazar	Serviço	Mar/2014	36	1
13	TPM	Música: Duas vezes Dominginhos	Bazar	Serviço	Mar/2014	37	1
14	TPM	Quero ser grande	Perfil	Informativo	Mar/2014	41, 42 e 44	3
15	TPM	A idade da roupa	Reportagem	Informativo	Mar/2014	48	2
16	TPM	Veloz e furiosa	Esporte	Informativo	Mar/2014	56	1
17	TPM	Um doce de homem	Ensaio	Informativo	Mar/2014	59	1
18	TPM	Sobreposições	Magazine Semana de Moda	Serviço	Mar/2014	77	1
19	TPM	Conectada	Magazine Casa	Serviço	Mar/2014	79	1

20	TPM	Hora de mudar de vida	Coluna do Meio	Opinativo	Mar/2014	96	1
21	TPM	Melanina sobre tela	Páginas Vermelhas	Informativo	Abr/2014	18 e 25	3
22	TPM	O que fazer diante do racismo?	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	42 e 43	2
23	TPM	Pra cima deles	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	45	1
24	TPM	Cabelo, cabeleira, cabeluda	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	47	1
25	TPM	Mamãe coragem	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	48 e 49	3
26	TPM	A mulher é o negro do mundo?	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	53	1
27	TPM	Um outro ideal de beleza	Especial Racismo	Informativo	Abr/2014	56	1
28	TPM	Negro demais	Ensaio	Informativo	Abr/2014	68	1
29	TPM	Moda esperta	Magazine Semana de Moda	Serviço	Abr/2014	80 e 81	2
30	TPM	Não basta ser gênio	Respiro	Opinativo	Abr/2014	95	1
31	TPM	“Eu vivia de um veneno”	Páginas Vermelhas	Informativo	Mai/2014	18 e 22	2
32	TPM	Multihomem	Perfil	Informativo	Mai/2014	42	1
33	TPM	Maconha que cura	Especial Veneno	Informativo	Mai/2014	55	1
34	TPM	Mesmo quando não estou pensando em você, eu estou pensando em você	Especial Veneno	Opinativo	Mai/2014	62	2
35	TPM	E se fosse com eles?	Badulaque	Opinativo	Mai/2014	87	2
36	TPM	A liberdade é sexy	Páginas Vermelhas	Informativo	Jun/2014	27, 29 e 30	3
37	TPM	Artes plásticas: Eternizada	Bazar	Serviço	Jun/2014	35	1
38	TPM	Sexo é bom, dinheiro também	Mercado Erótico	Informativo	Jun/2014	58	1
39	TPM	Um tesão de vida	Diário de bordo	Informativo	Jun/2014	62, 63 e 64	4
40	TPM	Muso inspirador	Ensaio	Informativo	Jun/2014	66 e 68	2
41	TPM	Para ver e ouvir	Magazine Casa	Serviço	Jun/2014	80	1
42	TPM	Cafonices da Copa x Cafonices do Dia dos Namorados	Badulaque	Opinativo	Jun/2014	88	3
43	TPM	O cinto de castidade masculino. Oi?	Badulaque	Opinativo	Jun/2014	89	1

44	TPM	Guia de sobrevivência para o mês mais louco da história	Badulaque	Opiniativo	Jun/2014	90	3
45	TPM	O Dia dos Namorados da "Selfie after sex"	Badulaque	Opinativo	Jun/2014	92	1
46	TPM	Como reconquistei minha mãe	Coluna do Meio	Opinativo	Jun/2014	96	1
47	Claudia	Este mês eu quero: Temporada do Oscar	Inspiração	Serviço	Fev/2014	27	2
48	Claudia	Gente: Uma história de amor	Inspiração	Informativo	Fev/2014	30	1
49	Claudia	Gente: Se ela estivesse no poder...	Inspiração	Informativo	Fev/2014	34	1
50	Claudia	Conversa com Danuza: Uma cilada	Inspiração	Opinativo	Fev/2014	38	3
51	Claudia	Desafio da leitora	Moda	Serviço	Fev/2014	52	1
52	Claudia	10x Giovanna	Reportagens da Capa	Informativo	Fev/2014	102 e 104	3
53	Claudia	O grande inquieto	Reportagens da Capa	Informativo	Fev/2014	108	1
54	Claudia	Nosso amor ficou melhor quando...	Reportagens da Capa	Informativo	Fev/2014	112, 113, 114, 115, 116 e 117	7
55	Claudia	"Meu legado é abrir cabeças"	Reportagens da Capa	Informativo	Fev/2014	124, 126 e 127	5
56	Claudia	"Vivi mais de um ano em cativeiro"	Comportamento	Informativo	Fev/2014	138	1
57	Claudia	10 conselhos para seu filho comer melhor	Casa e Família	Informativo	Fev/2014	152	1
58	Claudia	O que eu faço?	Casa e Família	Opinativo	Fev/2014	158	2
59	Claudia	Este mês eu quero: 3 filmes de amor + 2 estreias imperdíveis	Inspiração	Serviço	Mar/2014	28	3
60	Claudia	Gente: Um guepardo contra os brutos	Inspiração	Informativo	Mar/2014	40	1
61	Claudia	Conversa com Danuza: Por uma semana	Inspiração	Opinativo	Mar/2014	46	2
62	Claudia	Flávia numa boa	Reportagens da	Informativo	Mar/2014	118 e	2

			Capa			120	
63	Claudia	Ele é o cara do momento	Reportagens da Capa	Informativo	Mar/2014	122	1
64	Claudia	Enquete: O que você faria por um grande amor?	Comportamento	Informativo	Mar/2014	126 e 127	10
65	Claudia	Vamos falar de sexo!	Reportagens da Capa	Informativo	Mar/2014	129	6
66	Claudia	Vidas sob o véu	Comportamento	Informativo	Mar/2014	154 e 157	2
67	Claudia	Não	Reportagens da Capa	Informativo	Mar/2014	158 e 160	3
68	Claudia	“Meditar devolveu minha saúde mental”	Comportamento	Informativo	Mar/2014	163	1
69	Claudia	HIV: A guerra ainda não acabou	Beleza e Saúde	Informativo	Mar/2014	166 e 168	2
70	Claudia	O que eu faço?	Casa e Família	Opinativo	Mar/2014	190	1
71	Claudia	Este mês eu quero: Sensível e premiado	Inspiração	Serviço	Abr/2014	34	1
72	Claudia	Este mês eu quero: Ele é família	Inspiração	Serviço	Abr/2014	36	1
73	Claudia	Este mês eu quero: União estável	Inspiração	Serviço	Abr/2014	36	1
74	Claudia	Gente: A pioneira	Inspiração	Informativo	Abr/2014	38	1
75	Claudia	Grazi, a lutadora	Reportagens da Capa	Informativo	Abr/2014	112, 114 e 116	4
76	Claudia	Humor responsável	Comportamento	Informativo	Abr/2014	118 e 120	2
77	Claudia	Não tampe os ouvidos	Reportagens da Capa	Informativo	Abr/2014	127 e 128	2
78	Claudia	Paulo Coelho em palpitante adultério	Reportagens da Capa	Informativo	Abr/2014	136 e 137	1
79	Claudia	Queixas campeãs em terapia	Reportagens da Capa	Informativo	Abr/2014	143, 144 e 145	11
80	Claudia	6 destinos das nossas colunistas	Reportagens da Capa	Opinativo	Abr/2014	147 e 148	2
81	Claudia	24 horas com uma mediadora de conflitos	Reportagens da Capa	Informativo	Abr/2014	150, 151, 152 e 153	5
82	Claudia	Elas fazem arte	Comportamento	Informativo	Abr/2014	157	1
83	Claudia	Não há como fugir da menopausa	Beleza e Saúde	Informativo	Abr/2014	163 e 164	2
84	Claudia	“Convivo há 25 anos com o vírus da aids”	Comportamento	Opinativo	Abr/2014	166 e 167	2
85	Claudia	O que eu faço?	Casa e Família	Opinativo	Abr/2014	184	1

86	Claudia	Gente: Sobre heroínas de verdade	Inspiração	Informativo	Mai/2014	48	1
87	Claudia	Gente: Energia que transforma	Inspiração	Informativo	Mai/2014	54	1
88	Claudia	Conversa com Danuza: O tomate	Inspiração	Opinativo	Mai/2014	58	1
89	Claudia	Angélica	Reportagens da Capa	Informativo	Mai/2014	129, 130, 132 e 133	5
90	Claudia	Um novo rosto	Comportamento	Informativo	Mai/2014	136	1
91	Claudia	Os tempos do amor	Reportagens da Capa	Informativo	Mai/2014	146, 147, 148 e 149	5
92	Claudia	3 000 km com Vivi	Comportamento	Informativo	Mai/2014	159	1
93	Claudia	O amor incondicional	Reportagens da Capa	Opinativo	Mai/2014	166	1
94	Claudia	“Minha mãe gerou minhas filhas na barriga dela depois que retirei o útero”	Reportagens de Capa	Opinativo	Mai/2014	169	1
95	Claudia	O Dia das Mães sem Claudia	Comportamento	Informativo	Mai/2014	170	1
96	Claudia	O que eu faço?	Casa e Família	Opinativo	Mai/2014	208	1
97	Claudia	Este mês eu quero: Justo agora	Inspiração	Serviço	Jun/2014	50	1
98	Claudia	Este mês eu quero: Para ler, ver e amar	Inspiração	Serviço	Jun/2014	50	1
99	Claudia	Gente: Por mais igualdade	Inspiração	Informativo	Jun/2014	54	1
100	Claudia	Conversa com Danuza: Estremecer	Inspiração	Opinativo	Jun/2014	58	1
101	Claudia	Cláudia	Reportagens da Capa	Informativo	Jun/2014	124	2
102	Claudia	Um partidão...	Comportamento e Gente	Informativo	Jun/2014	128 e 130	2
103	Claudia	O que os signos védicos revelam?	Reportagens da Capa	Informativo	Jun/2014	133	1
104	Claudia	Com açúcar & com afeto	Reportagens da Capa	Informativo	Jun/2014	136, 137, 138, 139 e 140	5
105	Claudia	O amor hoje	Reportagens da Capa	Informativo	Jun/2014	142, 144 e 145	3
106	Claudia	Diário de bordo do coração	Comportamento de Gente	Informativo	Jun/2014	146, 147, 148	5

107	Claudia	A língua afiada da rainha do varejo	Reportagens da Capa	Informativo	Jun/2014	155 e 149	1
108	Claudia	“Tinha a sensação de estar numa bolha”	Comportamento e Gente	Opinativo	Jun/2014	170 e 171	2
Total							221

Tabela 2 – Imagens analisadas (identificadas por revista, título da matéria, seção, tipo de imagem, mês de publicação e página)

Imagens analisadas							
Id.	Revista	Título	Seção	Tipo de imagem	Mês/ano de publicação	Páginas	Unidades de análise
109	TPM	Dira Furacão	Páginas Vermelhas	Fotografia (pessoas)	Fev/2014	26	1
110	TPM	Hoje é dia de Maria	Perfil	Fotografia (pessoas)	Fev/2014	41	1
111	TPM	Na contramão	Páginas Vermelhas	Fotografia (pessoas)	Mar/2014	21	1
112	TPM	Livro: Álbum de família	Bazar	Fotografia (pessoas)	Mar/2014	34	1
113	TPM	24 Horas: Em família	Bazar	Fotografia (pessoas)	Mar/2014	36	1
114	TPM	Melanina sobre tela	Páginas Vermelhas	Fotografia (pessoas)	Abr/2014	26	1
115	TPM	24 Horas: Portas abertas	Bazar	Fotografia (pessoas)	Abr/2014	30	2
116	TPM	O que fazer diante do racismo?	Especial Racismo	Fotografia (pessoas)	Abr/2014	42	1
117	TPM	Um tesão de vida	Diário de bordo	Fotografia (pessoas)	Jun/2014	62	1
118	Claudia	Este mês eu quero: Lá fora	Inspiração	Fotografia (pessoas)	Fev/2014	28	1
119	Claudia	Nosso amor ficou melhor quando...	Reportagens da Capa	Fotografia (pessoas)	Fev/2014	113, 115 e 117	3
120	Claudia	“Meu legado é abrir cabeças”	Reportagens da Capa	Fotografia (pessoas)	Fev/2014	127	2
121	Claudia	Este mês eu quero: 3 filmes de amor + 2 estreias imperdíveis	Inspiração	Fotografia (pessoas)	Mar/2014	28	4
122	Claudia	Este mês eu	Inspiração	Fotografia	Mar/2014	30	1

123*	Claudia	quero: Paixão Este mês eu quero: Sensível e premiado	Inspiração	(pessoas) Fotografia (pessoas)	Abr/2014	34	1
124	Claudia	Este mês eu quero: União estável	Inspiração	Fotografia (pessoas)	Abr/2014	36	1
125	Claudia	Especial Noivas	Claudia São Paulo	Fotografia (objetos)	Mai/2014	240 e 241	2
126	Claudia	Especial Noivas	Claudia São Paulo	Fotografia (pessoas)	Mai/2014	250	1
127*	Claudia	Este mês eu quero: Especial presentes	Inspiração	Ilustração	Jun/2014	44	1
128	Claudia	Este mês eu quero: Justo agora	Inspiração	Fotografia (pessoas)	Jun/2014	50	1
129	Claudia	Este mês eu quero: Para ler, ver e amar	Inspiração	Fotografia (pessoas)	Jun/2014	50	1
130	Claudia	Com açúcar & com afeto	Reportagens da Capa	Fotografia (pessoas)	Jun/2014	137, 138, 139 e 140	4
131	Claudia	Diário de bordo do coração	Comportamento e Gente	Fotografia (pessoas)	Jun/2014	147, 148 e 149	5
Total							38

Para analisar as 259 unidades de registro, foram criados dez códigos, divididos em dois módulos: um para identificar características dos textos e outro para identificar características das imagens. No módulo 1, referente ao texto, criei quatro códigos: 1) para ver em qual revista o texto está; 2) para definir o tipo ou o formato do texto; 3) para verificar a quais relacionamentos românticos e/ou sexuais o texto faz menção e 4) para identificar a maneira como é abordada a relação. No módulo 2, referente à imagem, instituí seis códigos: 1) para ver em qual revista a imagem está; 2) para definir o tipo da imagem; 3) para verificar a quais relacionamentos românticos e/ou sexuais a imagem faz menção; 4) para identificar a presença de marcadores de raça/etnia; 5) para identificar marcadores de geração e 6) para identificar marcadores estéticos relacionados ao peso.

No primeiro módulo, o código 1 apenas identifica se o trecho selecionado é da revista *Claudia* ou da *TPM*, sendo estas as duas categorias estabelecidas. O código 2 abrange 3 categorias, que definem se o texto é do gênero “opinativo”, “informativo”, ou de “serviço”. No código 3 também foram estabelecidas 3 categorias, que visam determinar qual o tipo de relacionamento mencionado: heterossexual, não-heterossexual (homossexual feminino ou

masculino) ou presença de índices tanto de relacionamento heterossexual como não-heterossexual no mesmo trecho. Nestas categorias, são levadas em conta todas as palavras, frases ou expressões que supõem ou indicam o gênero da pessoa com quem a mulher se relaciona – considerando que ambas as revistas são voltadas apenas para mulheres. É importante ressaltar que não há a intenção de inferir a orientação sexual das pessoas quando não estiver explicitado: a categorização se dará apenas sobre o tipo de relação relatado. O último código deste módulo, o código 4, busca identificar as possíveis abordagens do texto sobre relacionamento. As categorias são “prescritivo”, em que as matérias têm um tom de ensinamento de maneiras, atitudes e comportamentos para ajudar a melhorar o relacionamento romântico ou sexual, e “não prescritivo”, em que os relacionamentos apenas são mencionados, sem um tom prescritivo aparente.

O módulo 2 segue alguns códigos do módulo anterior, apenas aplicando as categorias nas análises das imagens. O código 1 identifica se a imagem pertence à revista *Claudia* ou à revista *TPM*. No código 2, é especificado se a imagem está na categoria de “fotografia de pessoa”, “fotografia de objeto” ou “ilustração”. O código 3 determina se a imagem faz menção a relacionamento heterossexual, não-heterossexual (homossexual feminino ou masculino) ou se existem índices tanto de relacionamento heterossexual como não-heterossexual. O código 4 indica os marcadores de raça/etnia nos casais, com as categorias “casal negro”, “casal branco”, “casal inter-racial ou inter-étnico”, “casal de outra(s) raça(s) ou etnia(s)” e “não se aplica”. Considerando que a raça passa por identificação das pessoas com determinado grupo ou identidade, as categorizações feitas neste código são baseadas na identificação da própria da pessoa ou, em caso de não haver explícita esta identificação, a classificação é feita a partir do meu olhar pessoal. No código 5, as categorias “casal até 50 anos”, “casal acima de 50 anos”, “casal com uma pessoa até 50 anos e outra com 50 anos ou mais” e “não se aplica” revelam os marcadores relacionados a geração. O código 6 indica os marcadores estéticos referentes ao peso, com as categorias “casal com pessoas consideradas magras conforme os padrões vigentes”, “casal com pessoas consideradas gordas conforme os padrões vigentes”, “casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes” e “não se aplica”. Na tabela 3 está exposta a forma final de todos os códigos e categorias utilizados para a classificação das unidades de análise.

Tabela 3 – Códigos e categorias

Códigos e categorias	Identificador
Módulo 1 – Texto	
Código 1: Revista	C1
TPM	1
Claudia	2
Código 2: Tipo de texto	C2
Informativo	1
Opinativo	2
Serviço	3
Código 3: Relacionamento mencionado	C3
Heterossexual	1
Não-heterossexual	2
Heterossexual e não-heterossexual	3
Código 4: Abordagem	C4
Prescritivo	1
Não-prescritivo	2
Módulo 2 – Imagem	
Código 1: Revista	C1
TPM	1
Claudia	2
Código 2: Tipo de imagem	C2
Fotografia de pessoa	1
Fotografia de objeto	2
Ilustração	3
Código 3: Relacionamento mencionado	C3
Heterossexual	1
Não-heterossexual	2
Heterossexual e não-heterossexual	3
Código 4: Marcadores sociais	C4
Casal branco	1
Casal negro	2
Casal de outra(s) raça(s) ou etnia(s)	3
Casal inter-racial ou inter-étnico	4
Não se aplica	5
Código 5: Marcadores de geração	C5
Casal até 50 anos	1
Casal acima de 50 anos	2

Casal com uma pessoa até 50 anos e outra com 50 anos ou mais	3
Não se aplica	4
Código 6: Marcadores estéticos relacionados ao peso	C6
Casal com pessoas consideradas magras conforme os padrões vigentes	1
Casal com pessoas consideradas gordas conforme os padrões vigentes	2
Casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes	3
Não se aplica	4

A partir da apresentação dos objetos de estudo e dos procedimentos metodológicos adotados, passo para a análise da configuração da heteronormatividade nas edições escolhidas das revistas *Claudia* e *TPM*. Dessa forma, o capítulo seguinte tem o objetivo de analisar os textos e as imagens jornalísticas de acordo com esses procedimentos e essas categorias.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo tem o objetivo de apresentar a análise dos textos e das imagens jornalísticas que mencionam relacionamento afetivo e/ou sexual nas edições de fevereiro a junho de 2014 das revistas *Claudia* e *TPM*. A análise visa identificar as principais abordagens em relação à visibilidade dada aos diferentes tipos de relacionamentos e quem são as pessoas representadas nestes relacionamentos, a fim de problematizar a presença ou não da heteronormatividade nas publicações estudadas. Como discutido no referencial teórico, a heteronormatividade, de acordo com Butler (2013), é o conjunto de normas sobre o que é considerado “natural” quando se fala em gênero e sexualidade, considerando o contexto histórico e social. Além da sexualidade, também são pensados outros marcadores sociais, como raça, idade e estética, a fim de problematizar a questão da interseccionalidade nos relacionamentos.

5.1 A presença dos relacionamentos heterossexuais e não-heterossexuais nas revistas

O código 1 visa identificar a revista onde se encontra o trecho analisado, que faz menção a algum tipo de relacionamento afetivo e/ou sexual. Dos 221 trechos que correspondem a este critério de seleção, cerca de 35,3% estão na revista *TPM*, enquanto os outros 64,7% são da revista *Claudia*, como está demonstrado na tabela 4.

Tabela 4 – Trechos que mencionam relacionamentos por revista (por número de ocorrências)

C1 – Revista	
Categorias	Total
TPM	78
Claudia	143
Total	221

O código 2 tem o objetivo de classificar o trecho jornalístico em relação ao gênero de texto¹⁶, para quantificar o que mais correspondeu ao critério de seleção. Observa-se que, dos 221 trechos, cerca de 72,4% são de textos informativos, enquanto 17,6% são opinativos e

¹⁶ Gênero jornalístico pode ser entendido como “um conjunto de parâmetros textuais selecionados em função de uma situação de interação e de expectativa dos agentes do fazer jornalístico, estruturado por um ou mais propósitos comunicativos que resulta em unidades textuais autônomas, relativamente estáveis, identificáveis no todo do processo social de transmissão de informações por meio de uma mídia/suporte” (MARQUES DE MELO & ASSIS apud FERREIRA, 2012, P. 4).

10%, de serviço. Na revista *TPM*, são 61,5% de trechos pertencentes ao gênero informativo, aproximadamente 24,4% de opinativos e 14,1% de trechos encontrados em textos de serviço. Com relação aos trechos da revista *Claudia*, cerca de 78,3% pertencem a textos informativos, aproximadamente 14% pertencem a textos opinativos e 7,7%, a textos de serviço. As tabelas 5, 6 e 7 demonstram esses dados.

Tabela 5 – Tipo de texto nos trechos das duas revistas (por número de ocorrência)

C2 – Tipo de texto	
Categorias	Total
Informativo	160
Opinativo	39
Serviço	22
Total	221

Tabela 6 – Tipo de texto nos trechos encontrados na revista *TPM* (por número de ocorrência)

C2 – Tipo de texto	
Categorias	Total
Informativo	48
Opinativo	19
Serviço	11
Total	78

Tabela 7 – Tipo de texto nos trechos encontrados na revista *Claudia* (por número de ocorrência)

C2 – Tipo de texto	
Categorias	Total
Informativo	112
Opinativo	20
Serviço	11
Total	143

Analisando agora os dados obtidos no código 3, referente aos tipos de relacionamentos que são mencionados nos trechos que compõem o *corpus* da pesquisa, relacionando os números obtidos com a revista a que pertencem os trechos. Ao longo de todo o capítulo, reproduzo alguns fragmentos para ilustrar a maneira como estes se enquadram nas categorizações.

A análise é realizada com base nos textos jornalísticos que mencionam relacionamento

afetivo e/ou sexual e especificam, direta ou indiretamente, se tais relacionamentos são heterossexuais ou não, considerando sempre que o público-alvo são as mulheres. Também são considerados os trechos que abordam explicitamente orientações sexuais. Em textos opinativos escritos em primeira pessoa, para identificar o tipo de relação abordada, é levada em consideração a flexão de gênero do(a) autor(a) referindo-se a si mesmo(a) e as palavras que indiquem o gênero da outra pessoa da relação. É considerada na análise qualquer referência direta ou indireta à orientação sexual das pessoas abordadas nas matérias.

Dos 221 trechos analisados, a grande maioria se refere a relacionamento heterossexual, cerca de 92,7%, enquanto as matérias que fazem menção a relacionamentos não-heterossexuais correspondem a 5,9% e as que mencionam relacionamentos heterossexual e não-heterossexual, apenas 1,4%. Considerando somente a revista *TPM*, os trechos que se referem a relacionamentos heterossexuais são cerca de 89,7%, enquanto cerca de 9% abordam exclusivamente relações não-heterossexuais. Ainda na revista *TPM*, foram mencionados relacionamentos heterossexuais e não-heterossexuais em apenas 1,3% dos trechos. Quando analisamos a revista *Claudia*, a diferença é ainda maior: cerca de 94,4% dos trechos tratam de relacionamentos heterossexuais, ao passo que aproximadamente 4,2% destes dão visibilidade a relações não-heterossexuais. Na mesma revista, 1,4% dos trechos mencionam relações heterossexuais e não-heterossexuais. As tabelas 8, 9 e 10 apresentam os tipos de relacionamento considerando, respectivamente, todos os trechos encontrados e depois especificamente nas revistas *TPM* e *Claudia*.

Tabela 8 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados nas duas revistas (por número de ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total
Heterossexual	205
Não-heterossexual	13
Heterossexual e não-heterossexual	3
Total	221

Tabela 9 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados na revista *TPM* (por número de ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total

Heterossexual	70
Não-heterossexual	7
Heterossexual e não-heterossexual	1
Total	78

Tabela 10 – Tipo de relacionamento nos trechos encontrados na revista *Claudia* (por número de ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total
Heterossexual	135
Não-heterossexual	6
Heterossexual e não-heterossexual	2
Total	143

Para esta categorização, foram observadas palavras que indicassem, de forma sutil ou explícita, o gênero de todas as pessoas envolvidas no relacionamento, sempre considerando que todas as matérias se dirigem a um público de mulheres. Na revista *TPM*, podemos observar o trecho a seguir, em que a jornalista Micheline Alves entrevista a artista carioca Adriana Varejão. Antes de começar a entrevista, Micheline Alves apresenta a entrevistada já demonstrando uma grande valorização de sua vida afetiva, mesmo que a própria artista tenha manifestado que não gostaria de falar sobre isso.

A cara [de Adriana Varejão] só fecha diante de perguntas sobre maternidade, casamento, idade – coisas que ela define, sem rodeios, como “conversinha de revista feminina” e para a qual diz não ter a menor paciência. O papo, no entanto, está longe de ser difícil. Com mais de 20 anos de carreira, uma obra respeitável onde se leem as mais variadas referências, Adriana descreve com detalhes seu processo criativo, fala das viagens que fez, discorre sobre racismo, tema da *Tpm* e da *Trip* neste mês, fala sobre ser a pintora do quadro brasileiro de mais alto valor já alcançado num leilão internacional... **e em alguns momentos até baixa a guarda para tratar, de leve, de questões mais íntimas** – a relação com os pais, um ex-piloto da aeronáutica e uma nutricionista; **o casamento com o cineasta Pedro Buarque de Holanda**, pai de sua filha mais nova (Violeta, 9 meses); **o ex-casamento com Bernardo Paz**, dono do Inhotim, o grandioso instituto em Minas Gerais que reúne as maiores joias da arte contemporânea brasileira e pai de sua filha mais velha (Catarina, 8 anos) (*TPM*, abril/2014, p. 18).

A primeira observação que se pode fazer é que, assim como na maioria das matérias utilizadas no *corpus* desta pesquisa, as menções feitas são somente a relacionamentos heterossexuais. Percebe-se, ainda, a partir desta leitura, que o fato de a entrevistada visivelmente não gostar de falar sobre assuntos de sua vida pessoal – o que fica evidente

quando a própria jornalista afirma que Adriana Varejão “fecha a cara” com tais perguntas – não é relevante para a jornalista, que insiste e consegue obter respostas sobre seus dois casamentos:

[Tpm] **Quantas vezes você foi casada?**

[Adriana Varejão] **Casada mesmo, só uma, com o Bernardo [Paz]. E agora com o Pedro. Nós vamos nos casar.**

[Tpm] Com cerimônia, papel?

[Adriana Varejão] Sim, tudo.

[Tpm] **Como você conheceu o Pedro?**

[Adriana Varejão] Eu não lembro exatamente como a gente se conheceu... ele sempre frequentou o meio de artes plásticas, é filho de um colecionador, depois ele próprio começou a colecionar. E eu era amiga da mãe dele, a Heloisa Buarque, que foi curadora do *Manobras [Radicais, exposição que reuniu artistas mulheres em 2006]*. A gente se conhece já mais de dez anos e foi ficando próximo, mas nunca tinha passado pela cabeça algo que não fosse amizade. E aí, **quando os dois se separaram [ele da atriz Mariana Ximenes, Adriana de Bernardo Paz], a gente se encontrou, se apaixonou e ficou junto. Tive um amor que se tornou grande amigo, o Bernardo, e um amigo que se tornou meu amor, o Pedro.** Tem uma crônica do Rubem Braga, *As coisas boas da vida*, que cita essa situação – amor virando amigo e amigo virando amor. São de fato duas das melhores coisas da vida (*TPM*, abril/2014, p. 25).

A entrevista tem 48 perguntas, que são voltadas, em sua maioria, para a vida profissional da artista. Entretanto, questionamentos a respeito de sua vida amorosa não ficaram de fora: mesmo tendo se manifestado contrariamente a estas especulações pessoais, a jornalista não deixou de perguntar inclusive como Adriana havia conhecido seu atual parceiro. É importante questionar o fato de que a temática dos relacionamentos é algo geralmente abordada em entrevistas ou perfis jornalísticos de mulheres, o que parece não ser tão explorado quando o entrevistado é uma figura masculina. Mesmo quando a mulher se manifesta abertamente contra tais temas, a(o) repórter geralmente traz à tona a vida amorosa da entrevistada. O relacionamento afetivo/sexual heterossexual é algo central na vida das mulheres.

Pode-se observar a importância conferida ao relacionamento, quando se trata de mulheres, também em um trecho da entrevista da atriz Maitê Proença com a cantora Valesca “Popozuda”, em que a atriz reproduz a suposição de que as pessoas são heterossexuais, mesmo antes de a própria entrevistada ter falado sobre sua orientação sexual.

[Maitê Proença] Você acha que vai se **casar** um dia?

[Valesca] **Eu já tive esse grande sonho de entrar na igreja vestida de noiva, sabe? Ter uma megafesta, mostrar pra todo mundo “tô casando”**, mas hoje não sei, eu já sofri tanto por amor que eu me bloqueio.

(...)

[Maitê Proença] **O que um homem precisaria ter pra conquistar a Valesca Popozuda?**

[Valesca] Eu sou romântica. Gosto de receber flores, de carinho, de atenção. **O cara tem que ser verdadeiro, carinhoso**, dividir os problemas. Viver pra família, pro filho, dar atenção. **Ser companheiro**, né? Mesmo que tenha os perrengues. Na vida nada é 100% (TPM, junho/2014, p. 27 e 29).

No trecho acima, podemos perceber a exaltação do casamento, mesmo que a cantora não tenha especificado se heterossexual ou não. Um pouco depois, na mesma entrevista, entretanto, a entrevistadora supõe que Valesca é heterossexual e pergunta diretamente “o que um homem precisaria ter” para conquistá-la. Mesmo que isso se deva ao fato de Maitê já saber a orientação sexual da Valesca, já pressupõe uma orientação sexual muito estável, não cogita que, mesmo a cantora sendo heterossexual, possa eventualmente desenvolver um interesse/atração por uma mulher. Observa-se que a norma é, de fato, ser heterossexual, pois a possibilidade de mulheres famosas que se relacionam com homens serem bissexuais sequer é cogitada.

Em alguns casos, o namoro ou casamento é um dos aspectos da vida da pessoa famosa que a mídia mais costuma dar relevância, de modo que naturaliza a curiosidade constante em torno destas questões. A revista *Claudia* reforça essa curiosidade em diversas matérias com mulheres famosas – principalmente quando elas têm relações com outras pessoas famosas. O trecho destacado a seguir, de uma entrevista de Dalila Magarian com a apresentadora Angélica, exemplifica o tratamento dado ao relacionamento da entrevistada com seu marido, que também é famoso:

Existe um grupo de pessoas que dispensam apresentações. Basta dizer nome e sobrenome que já sabemos de quem se trata. Experimente: Brad Pitt, William Bonner, Michelle Obama, Silvio Santos. Existe outro grupo, ainda mais seletivo, daqueles que nem de sobrenome precisam. Gisele, por exemplo. E Angélica. Ocorre a você, leitora, que estejamos falando de alguém que não a apresentadora da TV Globo, **a loirinha que muitas de nós viu crescer na televisão, a mãe das fofuras Joaquim, 9 anos, Benício, 6, e Eva, 1, casada com o Luciano?** Luciano? Sim, o Luciano Huck.

Do universo de celebridades, Angélica é uma das figuras mais íntimas das brasileiras. **Existe nela algo que nos desperta uma simpatia imediata: como a maioria de nós, se equilibra entre o casamento, os filhos, o trabalho duro, os cuidados com a casa, a preocupação com a pele.** Virou um modelo de “mulher de vida perfeita” justamente por causa de suas imperfeições. Não há boa alma que, ao ler as incontáveis **fofocas a respeito da vida sexual do seu marido**, não se coloque no lugar dela Angélica [sic] e

se solidarize com ela (*CLAUDIA*, maio/2014, p. 130).

Além de retratar, mais uma vez, a vida de uma mulher heterossexual e dar bastante importância a isso, chegando inclusive a idealizar uma vida quase perfeita (“justamente por causa de suas imperfeições”) ao lado da família, pode-se perceber também que existe a afirmação de que a maioria das mulheres “se equilibra entre o casamento, os filhos, o trabalho duro, os cuidados com a casa, a preocupação com a pele”. Esta frase traz implícita a perspectiva de que a maioria das mulheres necessariamente assume as posições de esposa, de mãe, de profissional e de dona de casa – e ainda tem tempo para “cuidar de si”. A partir disto, podemos inferir que a matéria reflete a maneira como a sociedade ocidental contemporânea vê a mulher: uma pessoa que, apesar de ter conquistado o direito de ocupar o mercado de trabalho, continua sendo a única encarregada dos afazeres domésticos. E que, ainda por cima, precisa também ser bonita. Angélica consegue ser/fazer tudo isso, o que supostamente faz com que tenhamos uma “simpatia imediata” com ela.

A partir da análise, foi possível perceber que esses padrões ou normas de gênero – relativos a certas ideias sobre o que uma mulher “deve” ser ou fazer – não se restringem à revista *Claudia*. De maneira análoga, a revista *TPM*, que afirma tentar ir contra tais estereótipos, também os acaba reforçando. Em uma entrevista que a jornalista Karla Monteiro fez com a atriz Bruna Marquezine, um dos principais tópicos abordados foi a relação da atriz com o jogador de futebol Neymar. Já na abertura da matéria, a repórter escreve:

Bruna Marquezine convive desde cedo com holofotes, que vieram com a carreira de modelo e atriz mirim. Mas é agora, aos 18 anos, na **condição de estrela da novela das 9 e de ex-namorada do craque Neymar (pelo menos até o fechamento desta edição)**, que ela aprende o que é amadurecer no mundo nem sempre doce das celebridades. Nada que a tire do rumo que traçou para si: ir muito longe (*TPM*, março/2014, p. 41).

Ao colocar o relacionamento da atriz com Neymar como fator tão importante quanto a carreira dela – que foi o motivo de torná-la famosa – e ainda afirmar que Bruna Marquezine está na “condição de ex-namorada do Neymar”, a autora do texto supervaloriza a relação amorosa da atriz e coloca esta relação como um ponto decisivo na definição de “quem é Bruna Marquezine”. Isto fica evidente também em um trecho da matéria:

[...] A brincadeira começou a ficar séria em 2012. Naquele ano, ela apareceu “mulher feita” pela primeira vez, no papel da sexy Lurdinha de *Salve Jorge*, novela de Glória Perez, depois de uma série de papéis infantis de sucesso. **Ao mesmo tempo, virou a musa, a namorada, a gata do Neymar, a**

celebridade máxima. Exposta no centro da vitrine, Bruna levou pedradas. “Isso não acontecia antes. Não existe interesse na vida pessoal de uma criança. Mas aí, quando eu cresci e o público passou a me enxergar como mulher feita, a coisa mudou. Passei uma fase muito chata”, diz. E continua: **“Queríamos ficar juntos e tentamos meios de manter a nossa vida reservada. Não deu. Estou vivendo o meu sonho e o Neymar está vivendo o sonho dele. Ficamos felizes, de verdade, um pelo outro”** (*TPM*, março/2014, p. 42).

A jornalista seguiu colocando a entrevistada na posição de “musa, namorada, gata do Neymar”, indicando que a relação define a atriz tanto quanto suas conquistas profissionais. No fim da fala de Marquezine, entretanto, é possível perceber que ela reivindica seu espaço como atriz – e não somente como “ex-namorada do Neymar” – e deixa evidente que está feliz e vivendo o sonho dela, independentemente de sua vida amorosa.

Esta abordagem de exaltação do aspecto amoroso e sexual como fator essencial para a felicidade da mulher foi encontrada tanto na revista *Claudia* quanto na *TPM*, tanto em matérias informativas quanto em opinativas. No trecho a seguir, retirado de uma crônica da escritora Danuza Leão na coluna “Inspiração” da revista *Claudia*, a autora nem considera que mulheres possam não gostar exclusivamente de homens – ela sequer cogita a possibilidade de uma mulher não querer se relacionar ou sentir atração por um homem.

Há quanto tempo **você** não vê um **homem** e perde a noção de quem é, do que está fazendo, de onde está, com quem está, o que é? **Nada mexe mais com uma mulher do que encontrar um homem assim** ; é a melhor coisa que pode acontecer e também a pior, pois você não é mais dona de si mesma. E, pensando bem, quem quer ser dona de si mesma? E para quê? [...] “Ele me estremeceu”, foi o que ela falou. **Não há nada mais forte e emocionante e inesquecível e mágico e maravilhoso do que um homem que faz você estremeecer** (*CLAUDIA*, junho/2014, p. 58).

Esse trecho escrito por Danuza Leão demonstra a condição primeira para uma mulher estremeecer: um homem que seja capaz de mexer com ela. A autora da crônica coloca o relacionamento entre um homem e uma mulher como a “melhor coisa que poderia acontecer e também a pior”, dando a entender que a relação heterossexual (e somente ela, visto que ninguém além de um homem pode fazer uma mulher “estremeecer” assim) é tão intensa que é uma mistura de sensações que pode tirar totalmente a razão da mulher: ela “perde a noção de quem é, do que está fazendo, de onde está, com quem está, o que é”. Danuza Leão, ao afirmar que “não há nada mais forte e emocionante e inesquecível e mágico e maravilhoso” para a mulher do que um homem que a faça “estremeecer”, sugere que a relação afetiva e sexual é o aspecto da vida de uma mulher que mais a pode deixar feliz, que mais pode trazer emoções

para todas as mulheres – desconsiderando que podem existir mulheres cujos maiores interesses e maiores alegrias provêm de outros motivos que não necessariamente tenham a ver com a vida amorosa e sexual, e sobretudo com um homem.

A abordagem dos relacionamentos nas revistas geralmente acontece de forma sutil, apenas com algumas menções à vida amorosa das pessoas que são o foco das matérias. Na maioria dos trechos em que estas menções aparecem, não existe o objetivo de ressaltar a relação amorosa e/ou sexual de alguém, mas sim citar um fato na vida da pessoa em questão, como um namoro ou casamento. Esta abordagem pode ser vista em diversos trechos, inclusive na matéria da *TPM* com a atriz Dira Paes assinada por Karla Monteiro:

Vestida com malha de ginástica, cabelo preso num coque suado, Dira anda pela casa berrando ordens a Jupiara, sua Solineuza. Pede para servir uma água aqui, um café acolá, prender os cachorros. A casa está um pandemônio, com a equipe de produção das fotos ocupando a sala com araras de roupas e malas de maquiagem. Sem vergonha, Dira arranca a roupa, prova vestidos, desfila de um lado para o outro. É vaidosa. Olha-se no espelho faceira, **com orgulho do corpinho manequim 38 que Deus lhe deu**. Aos 35 anos, mãe de Inácio, 5 anos, **casada há nove anos com o fotógrafo Pablo Baião**, ela bem sabe o que é que Dira Paes tem. “Acho que sou sexy, sim. Naturalmente. Não faço esforço para isso” (*TPM*, fevereiro/2014, p. 21).

Neste caso, o casamento da atriz com um homem é citado, assim como o fato de ser mãe, apenas para que saibamos um pouco mais da vida pessoal dela, mesmo que isto aparentemente não tenha relevância para o conteúdo da matéria. Além de citar o casamento, este trecho ainda reforça outro padrão vigente na sociedade ocidental contemporânea: a obrigação que a mulher tem de ser magra. A jornalista ressalta o orgulho que é, para uma mulher, ter um “corpinho manequim 38”. Na pirâmide de valoração social (VEIGA, 2009), em que algumas características são consideradas de mais prestígio do que outras, conforme explicado no segundo capítulo desta pesquisa, a atriz Dira Paes possui “mais valor” porque, além de ser heterossexual, também é magra.

Nas duas publicações são encontrados trechos que evidenciam, além do gênero e sexualidade, outros marcadores sociais, como idade e raça/etnia. Aplicando nestes trechos o conceito de interseccionalidade, de Piscitelli (2008), observamos que estes outros marcadores são agentes simultâneos nas identidades dos sujeitos.

A funcionária pública Betinha da Rocha, 51 anos, que o diga: mesmo sem ser famosa, ela conta que muita gente que não tem nada a ver com sua vida opina a respeito. **Goiana, namora Eder, 24 anos mais novo**. Suas unhas são pontiagudas e cor de tomate, o short é curto e a blusa, de alcinha, que deixa à

mostra uma de suas 12 tatuagens. **“Me olham de cima a baixo, comentam até mesmo na minha frente. Quando não é pelo meu namorado, é pela roupa que estou usando”**, conta (*TPM*, março/2014, p. 48).

Fui aluna da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, sempre meio revolucionária, e nunca quis casar. Naquela época, junto com alguns amigos, cheguei até a assinar um documento garantindo que jamais faria isso. **Mas, anos depois, resolvi juntar os trapos com o Yu, Brinco que ele é um japonês importado, não era ciumento nem pegava no pé** (*CLAUDIA*, fevereiro/2014, p. 113 e 114).

Eu e o Julio estamos juntos há 20 anos. E o principal aprendizado desta história de amor “inter-racial” sobra pra mim, o lado “branco”. Porque antes o racismo era invisível, e eu, como a grande maioria da população brasileira, negava a sua existência.

A gente aprende que a pousada na praia tem quarto vago se eu pergunto; se ele vai na frente, está lotada. Quando o restaurante está cheio de mesas “reservadas” quando o Julio pergunta, mas que o gerente “quebra o galho” quando me vê chegar. Que o corretor de imóveis não acredita que queiramos ver o apartamento caro em um bairro bom, mas muda de ideia quando conhece a esposa loira do interessado. [...] E que, em São Paulo, se saio sozinha à noite, o Julio fica preocupado com assaltos; se é ele quem sai, dirigindo nosso carro, eu fico preocupada com a polícia: preto dirigindo carro bom, se não é famoso, deve ser ladrão (*TPM*, abril/2014, p. 43).

O primeiro trecho, retirado de uma matéria escrita por Natacha Cortêz, demonstra como ainda existe e é bastante evidente o preconceito com casais que possuem grande diferença de idade. O peso dos olhares de julgamento é maior em cima da mulher não somente por ser a pessoa mais velha da relação, mas também pela questão do gênero: homens mais velhos costumam ser considerados charmosos, enquanto as mulheres vão apenas “perdendo seu valor” à medida que envelhecem. Além do relacionamento, Betinha afirma que ainda é julgada por seu esmalte, suas roupas curtas e também suas tatuagens – o que exemplifica a maneira como as mulheres são submetidas a um “controle” e uma consequente aprovação ou reprovação da sociedade em relação ao seu corpo.

No trecho seguinte podemos ler o relato da história de um casal composto por uma brasileira e um japonês. A matéria, assinada por Camila Vargas, apresenta histórias de casais que estão felizes porque “conseguiram aumentar a cumplicidade e tornar a relação mais saudável” (*CLAUDIA*, fevereiro/2014, p. 112). É importante ressaltar que, apesar de o texto não estar focado na diferença de nacionalidade entre eles, percebe-se a estereotipização, por parte da mulher, dos japoneses. No trecho destacado, Kátia diz que seu marido, Yutaka, parece um “japonês importado” por não ser ciumento nem “pegar no pé”, reforçando a ideia de que os japoneses têm características psicológicas específicas da nacionalidade.

Dentre os 221 trechos encontrados que relatavam relacionamentos afetivos e/ou sexuais, o trecho destacado acima foi o único a abordar a história de um casal inter-racial. O texto foi escrito por Izabela, uma mulher branca, que namora Julio, um homem negro. Considero importante observar que, assim como a matéria que trata sobre o preconceito com a idade, esta também aparece com o objetivo de denunciar uma forma de preconceito. No trecho citado, Izabela exemplifica com situações do dia a dia como ela, mesmo sendo branca, percebe o racismo que o marido sofre: na pousada na praia, na compra de um imóvel e até em um restaurante. Neste caso, considerando a hipótese de Julio ser homem heterossexual, cisgênero e de classe média (nem todos os marcadores ficam evidentes no relato), talvez ele sofra opressão somente pelo marcador de raça. Izabela, por outro lado, se for uma mulher heterossexual, cisgênera e de classe média, talvez sofra opressão somente pelo marcador de gênero. Entretanto, por estarem em uma relação heterossexual e inter-racial, o casal passa por situações bastante específicas em função dessas características – conforme demonstrado no trecho reproduzido acima.

De todos os trechos que mencionam algum tipo de relacionamento afetivo ou sexual, ou dão visibilidade explicitamente a alguma orientação sexual, cerca de 7,3% não tratam exclusivamente de pessoas heterossexuais. Nas cinco edições analisadas da revista *Claudia*, foram encontrados 143 trechos sobre relacionamentos ou orientações sexuais, dentre os quais apenas oito são de pessoas ou relações assumidamente não-heterossexuais – destes, dois mencionam relacionamentos tanto heterossexuais quanto não-heterossexuais. Um dos trechos que aborda apenas relacionamento não-heterossexual foi extraído da entrevista que a jornalista Dagmar Serpa fez com Daniela Mercury e Malu Verçosa. O assunto de toda a reportagem é a relação da cantora com sua esposa, e a repercussão após assumirem publicamente o namoro.

[Revista *Claudia*] Vocês dizem no livro que não faziam ideia de como seria depois de postar as fotos no Instagram. Passados meses, qual foi, de fato, o impacto na sua vida cotidiana?

[Daniela Mercury] Foi um novo momento para mim, com muita demanda da imprensa, como se fosse um lançamento vibrante de um disco. Foi maravilhoso. Oh, meu Deus, sonhei tanto em mudar o mundo, e Malu também, como jornalista. **E a gente descobre que nossa experiência pode fazer um bem enorme a tanta gente.** Aí tivemos coragem para dar continuidade. Porque a gente ouviu muito: “Pra que isso? Por quê?” Porque a gente viu que era importante e resolveu segurar essa. **Perguntam: “Daniela, você tá levantando bandeira?” Digo: “Não, eu sou a própria bandeira, pela primeira vez”.** Não sou a preta¹⁷ que canta *Pérola Negra*,

17 Apesar desta fala se identificando como negra, Daniela Mercury já afirmou mais de uma vez, fora do palco, que é “a branquinha mais negrinha do Brasil”. Informação disponível no site

eu sou a mulher que diz que namora com outra mulher, e isso fez bem a outras pessoas. O foco do livro é o amor que transforma. Nós fizemos uma revolução pelo amor (*CLAUDIA*, fevereiro/2014, p. 126).

A entrevista, que ocupa quatro páginas da revista, é toda direcionada ao relacionamento homossexual de Daniela com Malu. Não há indício de exotização da relação homossexual por parte da entrevistadora ou das entrevistadas, pelo contrário: Daniela e Malu assumem a identidade como luta política. A cantora deixa isso evidente quando afirma que descobriu que a experiência delas poderia “fazer um bem enorme a tanta gente” e, ainda neste trecho, ao se colocar como “a própria bandeira” [da luta pelo empoderamento de pessoas que não são heterossexuais]. Na abertura da reportagem, Dagmar Serpa fala sobre o casamento anterior de Daniela Mercury, com o empresário Marco Scabia, porém apenas para citar alguns fatos marcantes da vida pessoal da cantora.

Os outros dois trechos encontrados ao longo das cinco edições da revista *Claudia* são de jornalismo de serviço e divulgam filmes brasileiros que retratam relações masculinas homossexuais:

O diretor paulistano Daniel Ribeiro faz uma estreia e tanto em longa-metragem com *Hoje Eu Quero Voltar Sozinho*, vencedor do Teddy no Festival de Berlim, prêmio para filmes de temática LGBT. **Traz a história de Leonardo (Guilherme Lobo, em ótima atuação), adolescente cego que se descobre apaixonado pelo garoto novo da escola, Gabriel (Fabio Audi)** (*CLAUDIA*, abril/2014, p. 34).

Wagner Moura é o protagonista de *Praia do Futuro*, do brasileiro Karim Aïnouz. **No filme, ele é Donato, salva-vidas que fracassa em um resgate e conhece o alemão Konrad (Clemens Schieck), com quem se relaciona amorosamente.** Donato se muda para Berlim, deixando o passado e a família para trás. A estreia está marcada para 1º de maio (*CLAUDIA*, abril/2014, p. 36).

Ainda na revista *Claudia*, observamos a ocorrência de dois trechos em que são mencionados relacionamentos heterossexual e não-heterossexual. O primeiro na reportagem com Daniela Mercury, em que a entrevistadora comenta brevemente o relacionamento da cantora com Marco Scabia, que aconteceu antes da relação com a jornalista Malu Verçosa. Outro trecho em que é encontrada a menção a relações heterossexuais e não-heterossexuais está na matéria com Giovanna Antonelli, assinada por Laura Calvi Anic, e trata de uma personagem vivida pela atriz:

<http://www.tribunadabahia.com.br/2014/03/01/daniela-mercury-comanda-pipoca-na-barra-homenageando-dorival-caymmi>. Acesso em: 07 de novembro de 2014.

[...] Neste mês, no entanto, o foco está na TV, com a estreia de *Em Família*, novela das 9 escrita por Manoel Carlos. **No folhetim da Globo, ela interpreta Clara, mulher de 35 anos que larga o marido ao se apaixonar pela fotógrafa Marina, personagem vivida por Tainá Muller.** “A Clara é linda, sensível, família. Tem uma sinceridade e uma pureza muito bacanas. Estou amando fazer!”, afirma, lembrando da função anti-preconceito que a trama deve ter. **“A relação entre pessoas do mesmo sexo é uma realidade que está aí. E, como em toda novela que o Maneco (o autor Manoel Carlos) escreve, vamos abordar uma linda história de amor.** Como é o sentimento mais bonito, espero que cale qualquer preconceito e hipocrisia” (*CLAUDIA*, fevereiro/2014, p. 102).

A atriz evidencia a importância de lutar contra o preconceito e parece lidar com bastante naturalidade e conforto com a orientação sexual da personagem Clara. Apesar de a revista, de modo geral, não aprofundar ou dar muita visibilidade ao tema da não-heterossexualidade, a abordagem percebida – que partiu muito mais da própria Giovanna Antonelli do que da autora do texto, neste caso – foi de bandeira contra a homofobia, já que “a relação entre pessoas do mesmo sexo é uma realidade que está aí”. Assim como na reportagem com Daniela Mercury, essa também demonstra posicionamento combativo em relação ao preconceito pela orientação sexual.

Apesar da abordagem de forma não-exotizada, a discrepância entre a visibilidade dada a casais/pessoas heterossexuais e a visibilidade dada a casais/pessoas não-heterossexuais na *Claudia* é bastante grande. Pessoas que não estejam no padrão de relacionamento dominante na sociedade – heterossexual, cisgênero e monogâmico¹⁸ – não são abordadas pela mídia, uma vez que são estas as relações que estão no quadro de significações familiares ao público e fazem parte dos “mapas” culturais dos próprios jornalistas (HALL et. all, 1993).

Na revista *TPM*, apesar de, proporcionalmente, haver mais menções a relacionamentos não-heterossexuais, a expressividade ainda é pequena: dentre as 78 referências a relacionamentos, oito correspondem a relações não-heterossexuais, sendo que somente uma delas traz a alternativa de relação heterossexual ou não, sem deduzir a orientação sexual da leitora. Estas relações são mencionadas em matérias opinativas e informativas. A “Coluna do Meio” contém relatos de vivências e percepções pessoais da jornalista lésbica Milly Lacombe e traz três das oito menções a relações não-heterossexuais.

18 Casais monogâmicos são aqueles cujo acordo de relacionamento não permite que nenhuma das partes se relacione com outras pessoas além do casal. Informações disponíveis no site: <<http://relacoeslivres.com.br/site/essencial-2/o-que-e-monogamia/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2014.

[...] Você disse que não via o mundo desse jeito careta, nunca tinha sonhado em entrar na igreja vestida de branco para ser entregue por seu pai a um outro homem e, **mesmo agora, apaixonada por uma mulher, não via sentido em se fechar em um relacionamento.** Havia, você argumentava, muitas outras pessoas com as quais talvez ainda gostaria de se deitar. Tinha apenas 27 anos, você dizia, e não conseguia começar a pensar na possibilidade de terminar comigo suas experimentações. **E, afinal, não seria essa uma das grandes vantagens de um relacionamento homossexual?, você ponderava.** Justamente a capacidade de quebrar convenções e tradições em nome de liberdade e honestidade e de uma verdade tão cara e rara? (*TPM*, março/2014, p. 96).

Todas as colunas assinadas por Milly Lacombe que abordam a homossexualidade feminina, fazem-no como mais um entre os diversos aspectos da identidade da autora, com familiaridade e sem dar visibilidade apenas ao viés combativo e político das orientações sexuais não normativas. Outro trecho da *TPM* que trata de pessoa não-heterossexual está no texto de Ellen Oléria, vencedora da primeira edição do programa *The Voice Brasil*.

Penso que sou uma espécie de intersecção de processos discriminatórios. Sou mulher, lésbica, gorda e negra. Nenhum é mais expressivo que o outro, cada um tem sua especificidade. Mas eu posso não dizer que sou lésbica ou me passar por homem – isso já aconteceu muitas vezes –, o recorte econômico também não precisa ser exposto, e posso perder peso até, mas não posso esconder minha negritude. Sou negra, aqui ou em qualquer lugar (*TPM*, abril/2014, p. 45).

Com a fala da cantora, podemos retomar a questão da interseccionalidade: além dos preconceitos pelo gênero e pela orientação sexual, Ellen Oléria também sofre opressões por ser negra e gorda. De acordo com Brah (apud LOURO, 2003), estes marcadores sociais – classe, raça, gênero, sexualidade (e talvez possamos acrescentar também o peso ou a aparência corporal) – são constituídos e constituintes uns dos outros, por isso não podem ser tratados como variáveis independentes. Ellen Oléria exemplifica esta perspectiva das interseccionalidades como constituintes e constituidoras de quem ela mesma é quando afirma que é “mulher, lésbica, gorda e negra” e que “nenhum é mais expressivo que o outro”. No texto de onde o trecho foi destacado, todavia, Ellen aprofunda apenas o tema do racismo porque está na edição especial sobre racismo da revista *TPM*. É interessante observar que as outras menções a casais não-heterossexuais visibilizam apenas casais que correspondem a um padrão de beleza magro, branco e classe média – lésbicas mais masculinizadas e fora dos padrões estéticos parecem não existir nessas revistas. Ellen Oléria foi o único caso de uma pessoa não-heterossexual que foge aos padrões hegemônicos, o que talvez só ocorra por estar dentro de uma edição especial sobre racismo.

O único trecho sobre relacionamento isento de deduzir a orientação sexual da leitora está em uma coluna opinativa também da revista *TPM*, assinada por Nina Lemos. A matéria aborda a Copa do Mundo e o Dia dos Namorados, que aconteceram no mesmo mês, trazendo dicas para as mulheres sobre novidades relacionadas a ambos os temas:

Produtos eróticos inspirados pela Copa: sim, eles existem. **Você pode fazer um mix de temas e dar de presente para a namorada ou namorado um vibrador verde e amarelo.** Ou em formato de bola. Ou a coisa mais brochante de todas: uma caixa de camisinha verde e amarela (*TPM*, junho/2014, p. 88).

A coluna possui um tom prescritivo, com dicas sobre presentes e práticas que relacionam os dois acontecimentos do mês de junho: a Copa do Mundo e o Dia dos Namorados. Ao longo do texto, em outros trechos, a autora utiliza termos como “o seu amor” e “o casal”, fazendo com que toda a matéria assumira um tom de neutralidade com relação à orientação sexual da leitora – são dicas que podem servir tanto para casais heterossexuais quanto para casais não-heterossexuais.

Considero importante exemplificar, através de um trecho da revista *TPM*, a maneira como são reforçados os papéis de gênero e os estereótipos relacionados ao que é considerado feminino e ao que é considerado masculino, e também a padronização da maneira que “deveria ser” uma relação heterossexual:

Minha mãe brinca que a gente é como se fosse um casal gay. E ao longo dos seis anos de namoro eu cheguei à conclusão de que nós somos mesmo. Eu sou o oposto dele em personalidade, mas os nossos interesses são os mesmos.

O João é vaidoso demais. Ele é meu estilista, escolhe as minhas roupas, demora muito mais tempo para se arrumar do que eu... E quem sabe tudo sobre futebol e as datas dos jogos do Flamengo, o time dele? Eu, uma botafoguense doente. Por causa dele também acabei aprendendo os nomes de todos os jogadores da NBA, a liga americana de basquete – esporte que é sua maior paixão na vida, além da fotografia (*TPM*, junho/2014, p. 68).

O texto é assinado por Benedita Casé Zerbini, filha da apresentadora Regina Casé e namorada do fotógrafo João Pedro Januário, mencionado no trecho acima. A autora do texto reforça a heteronormatividade ao usar de estereótipos de gostos e estilos para justificar como ela e o namorado estão fora do padrão esperado de homem e de mulher: ele, por ser vaidoso e demorar para se arrumar, e ela, por saber mais de futebol. Além deste reforço da imposição dos papéis designados ao homem e à mulher em uma relação heterossexual, Benedita também reforça os papéis designados aos homens que estão em uma relação homossexual. A autora

unifica em um bloco homogêneo todas as mulheres heterossexuais (que não entendem de futebol), todos os homens heterossexuais (que não são vaidosos) e todos os homens homossexuais (que não possuem gostos/interesses e formas de agir comumente atribuídos aos homens).

Após analisar esses trechos, observamos que a grande maioria dos relacionamentos que têm representatividade nestas edições das revistas *TPM* e *Claudia* são os relacionamentos heterossexuais. Além disso, não foi encontrada nenhuma ocorrência de pessoa transgênera – cujo sexo associado aos genitais não corresponde ao gênero designado ao (ou antes do) nascimento. Outros marcadores sociais, como idade, raça e etnia, foram identificados em poucas matérias, conforme observado nos trechos reproduzidos. Podemos perceber que pessoas/casais cisgêneros, heterossexuais, não-idosos e brancos ganharam muito mais visibilidade nos textos sobre relacionamentos das dez edições das revistas *TPM* e *Claudia* escolhidas para análise.

A partir dessas primeiras impressões, passo para uma reflexão sobre o tipo de texto encontrado nas revistas e o “tom/caráter” que ele assume, buscando pensar como a visibilidade ou invisibilidade também pode se relacionar com formas de “ensinar” sobre o tipo de relacionamento certo/normal/adequado que as mulheres devem ter – normas que parecem atravessar tanto os relacionamentos heterossexuais quanto os homossexuais (embora as revistas façam menção majoritariamente ao primeiro).

5.2 Abordagem dos relacionamentos mencionados nos textos

Como já dito, o código 4 foi criado com a intenção de identificar a maneira como os relacionamentos foram abordados, visando verificar se os trechos selecionados possuem tom prescritivo, ou seja, se buscam conduzir ou ensinar às mulheres como elas devem agir e que atitudes devem tomar para ter um relacionamento romântico e/ou sexual feliz e realizado. As tabelas 11, 12 e 13 demonstram o número de ocorrências em todos os trechos encontrados e, depois, separadamente por revista.

Tabela 11 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados nas duas revistas (por ocorrência)

C4 – Abordagem do relacionamento	
Categorias	Total

Prescritiva	49
Não-prescritiva	172
Total	221

Tabela 12 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados na revista *TPM* (por ocorrência)

C4 – Abordagem do relacionamento	
Categorias	Total
Prescritiva	17
Não-prescritiva	61
Total	78

Tabela 13 – Abordagem do relacionamento nos trechos encontrados na revista *Claudia* (por ocorrência)

C4 – Abordagem do relacionamento	
Categorias	Total
Prescritiva	32
Não-prescritiva	111
Total	143

Assim, considerando os 221 trechos analisados, 49 – que representam cerca de 22,1% – apresentaram os relacionamentos de forma prescritiva, direcionando o que seriam práticas consideradas boas ou ruins para determinado relacionamento. Estes trechos estão representados, proporcionalmente, de forma semelhante em cada revista: 21,8% dos trechos selecionados da *TPM* e 22,3% da *Claudia* correspondem a abordagens prescritivas em relação aos relacionamentos. No fragmento a seguir, pode ser observada esta abordagem:

Por ser tão corriqueira nos lares brasileiros, a reclamação foi banalizada e não é levada em conta. **“Não se pode esperar que o feedback em casa venha de maneira adequada como no ambiente de trabalho. Às vezes ele chega no grito; em outras, nas entrelinhas. O importante é parar para escutar, não com a cabeça quente, mas quando ambos estiverem tranquilos”, observa a terapeuta Margareth Signorelli, coach de relacionamento, de São Paulo.** Ela explica que, no âmbito pessoal, essas devolutivas são ferramentas poderosas para a construção de uma relação com cumplicidade, confiança, afeto e respeito. **“A minha sugestão é que os dois se acalmem e combinem um momento melhor para conversar. Não adianta querer falar quando o jogo do time dele está passando na televisão ou no meio da sua TPM, pois será mais difícil controlar as emoções”, avisa Margareth, que também acha essencial excluir**

acusações e qualquer vitimização do papo (*CLAUDIA*, abril/2014, p. 127 e 128).

Pode-se observar neste trecho o explícito objetivo de ajudar as mulheres a melhorar as relações, tendo inclusive dicas de uma *coach* de relacionamentos. Ao sugerir as ferramentas para uma relação com “cumplicidade, confiança, afeto e respeito”, a terapeuta também deixa implícito que qualquer bom relacionamento precisa necessariamente destes valores mencionados. No fim do trecho, em que Margareth faz sugestões quanto a melhor forma e o melhor momento de o casal conversar, percebemos o reforço da heteronormatividade – com a suposição de que todos os casais são heterossexuais – e dos papéis de gênero impostos pela sociedade – ao fazer referência ao lado emocional da mulher quando está na TPM e ao jogo de futebol, como se todos os homens gostassem e assistissem ao esporte na televisão.

Ainda na revista *Claudia*, em uma matéria de Liliane Oraggio sobre queixas de homens e mulheres na terapia, percebemos ainda mais fortemente a intenção de “ajudar” o casal heterossexual a lidar melhor com as queixas que chegam na sessão de terapia.

O primeiro passo para sair das ciladas sentimentais que surgem pelo caminho é assumir as diferenças: “Homens e mulheres têm registros distintos em relação ao sexo, diálogo, corpo, tempo. Para elas, a vida sexual pode ser uma declaração de amor a cada relação. Enquanto, para o homem, a transa tem um sentido estrito de alívio e relaxamento, o que não significa que ele não ame a parceira”, afirma o psiquiatra e psicoterapeuta Luiz Cuschnir, de São Paulo, pioneiro em estudos de gênero no Brasil e especialista em comportamento masculino com mais de 35 anos de experiência. **“Se as mulheres quiserem conviver bem com o sexo oposto, precisam deixar que eles sejam o que realmente são: homens”**, afirma (*CLAUDIA*, abril/2014, p. 143).

Os homens andam ressentidos com a fixação feminina por um corpo perfeito. Eles afirmam que, quando a mulher não atinge seus ideais de beleza, há reflexos na cama. **“Se não se sente tão bela quanto a mídia manda, o sexo se torna raro ou tem de ser no escuro. E eles reclamam que nem adianta dizer quanto a parceira é amada e gostosa, pois, se tem vergonha do corpo, não vai acender a luz”**, conta Lúcia Rosenberg. **Para ela, as mulheres devem entender que não são curvas, peitos ou bumbum que contam, mas “a sedução e o encontro”. Os homens também reclamam da obsessão por trabalho e até pelos cuidados com a casa e os filhos. “Aí é preciso cuidar da compulsão e diversificar as atividades”** (*CLAUDIA*, abril/2014, p. 145).

Os dois trechos, retirados da mesma matéria, exemplificam a forma como a revista ensina as mulheres, dizendo-lhes o que devem fazer para “conviver bem com o sexo oposto” – ou, como fica subentendido, no segundo trecho, para agradar seus parceiros (homens,

evidentemente). Esse segundo trecho, inclusive, é contraditório: ao mesmo tempo que reconhece que a mídia é quem determina o padrão estético que as mulheres devem buscar (ou a mídia é quem “manda”), sugere que elas não devem se deixar afetar por estes padrões impostos, uma vez que “devem entender que não são curvas, peitos ou bumbum que contam”. Assim, a revista parece indicar que, em uma relação, estes padrões podem não ser importantes, mas ao representar apenas corpos que seguem rigidamente determinado padrão, a mensagem que essa mesma revista passa é que elas devem ao menos tentar se aproximar dele. Pode-se destacar também que essas matérias sobre como conduzir um relacionamento a partir das prescrições de um psicólogo ou “*expert*” em relacionamento também estão produzindo um padrão – não um padrão de beleza, mas de conduta, de forma de se relacionar.

No fim do segundo trecho, ainda aparece a reclamação dos homens com a “obsessão” das mulheres por “trabalho” e “cuidados com a casa e os filhos”. Esta generalização, em primeiro lugar, não dá conta da realidade de todos os casais heterossexuais. Em segundo lugar, ela ignora fatores importantes do cotidiano das mulheres: no Brasil, os homens ganham aproximadamente 30% a mais que as mulheres de mesma idade e nível de instrução¹⁹, o que pode justificar o esforço quase “obsessivo” de algumas mulheres quando se trata da carreira; a jornada dupla de muitas mulheres, que precisam conciliar vida profissional e vida familiar, além de interferir na possibilidade de dedicação total ao emprego²⁰, também as coloca, muitas vezes, como únicas responsáveis por cuidar da casa e dos filhos. Os maridos frequentemente ficam isentos de grande parte da responsabilidade familiar, o que também contribui para que muitas mulheres precisem se dedicar muito mais que os homens, fazendo com que sejam vistas como “compulsivas” e “obcecadas”.

Na revista *TPM*, que mantém a proporção de trechos prescritivos em relação à revista *Claudia*, o caráter educativo aparece mais nas matérias opinativas, como na seção *Badulaque*, por exemplo. Isto pode ser observado na reportagem “Guia de sobrevivência para o mês mais louco da história”, assinada por Nina Lemos, em que a autora do texto dá dicas para meninas manterem seus relacionamentos no mês do Dia dos Namorados e da Copa do Mundo.

19 Dados divulgado por estudo realizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em 2009. Disponível, na íntegra e em inglês, em <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2208929>. Acesso em 01 de novembro de 2014.

20 Segundo estudo de Bain & Company, empresa global de consultoria de negócios, apenas 4% dos principais executivos entre as 250 maiores companhias brasileiras são mulheres e elas ocupam 14% dos cargos de gerência executiva. Para 42% das 514 pessoas entrevistadas, ainda de acordo com o estudo, a razão disto é que mulheres possuem “prioridades conflitantes”, pois dividem o trabalho entre casa e emprego. Disponível em <http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-and-company-revela-razoes-pelas-quais-mulheres-brasileiras-nao-chegam-a-lideranca-de-empresas.aspx>. Acesso em 01 de novembro de 2014.

Se você namora um manifestante: esqueça o Dia dos Namorados. Seu boy estará mais preocupado em comprar vinagre e em gritar “não vai ter Copa” do que com você. Aceita. Não, por favor, não resolva comemorar o Dia dos Namorados em um protesto (se você tem medo e não é a sua). Correr da polícia de mão dada só é romântico em filme. Na vida real é só horrível mesmo.

Se você namora um fanático por futebol: se você gosta de futebol, ótimo. Se não gosta, bem, esqueça o Dia dos Namorados. E esqueça também que tem namorado. Deixe ele em paz e deixe você em paz também. Vai ser melhor para todo mundo. E, pelo amor de Deus, um homem tocando vuvuzela pode significar o fim de um relacionamento para garotas que não gostam de futebol.

Se você tem medo de fogos: fuja para uma praia deserta sem nenhum habitante e fique o mês inteiro sozinha. Só fugir para uma praia não é o bastante. Na praia também vai ter fogos. O país vai pegar fogo e você vai ter sérias dificuldades para entender a diferença entre fogos de artifício pelos jogos, fogos de artifício pelas festas juninas e os fogos (ou bombas) das manifestações (*TPM*, junho/2014, p. 90).

A matéria possui tom humorístico – a seção *Badulaque* geralmente traz reportagens mais descontraídas – mas ainda assim observamos que é um guia para meninas lidarem melhor com seus namorados durante os eventos previstos para o mês. Talvez a intenção de fazer um guia relacionando Dia dos Namorados e Copa do Mundo tenha sido justamente satirizar este formato de reportagem que aconselha mulheres nos relacionamentos, avisando ironicamente que os “boys” estariam mais preocupados “em comprar vinagre e em gritar ‘não vai ter Copa’” do que com as namoradas. Entretanto, mesmo que em tom satírico, o objetivo da enunciativa não fica claro na reportagem, e o que lemos é mais um guia ensinando às meninas a melhor forma de agir em relação aos namorados.

Mesmo nas matérias em que o tom prescritivo não está explícito, como ocorre em aproximadamente 22,1% dos trechos analisados, é possível afirmar que, ao visibilizar apenas determinados corpos, relacionamentos e comportamentos, a mídia está também sugerindo que são estes os corpos, relacionamentos e comportamentos aceitáveis, “bonitos”, que merecem ser mostrados. Não é somente nestes 49 trechos que percebemos a mídia ensinando mulheres como elas devem agir: quando aparecem majoritariamente pessoas heterossexuais, brancas, cisgêneras e de classe média nas revistas, as pessoas (neste caso, mulheres) entendem que é assim que devem tentar ser/agir, afinal este é o padrão considerado bonito, desejável e aceitável na sociedade.

Após analisar os trechos encontrados sobre relacionamentos afetivos/sexuais, passo para a análise das imagens que mencionam algum tipo de relacionamento, buscando refletir sobre os corpos e casais que nelas são visibilizados – onde podemos observar a representatividade dos diversos marcadores sociais de forma ainda mais explícita.

5.3 Os relacionamentos nas imagens das revistas

O código 1 das imagens tem o objetivo de identificar em que revista as 38 imagens referentes a relacionamentos se encontram. Observamos que cerca de 73,7% delas estão na revista *Claudia*, enquanto 26,3%, na revista *TPM*, conforme demonstrado na tabela abaixo.

Tabela 14 – Imagens que mencionam relacionamentos por revista (por número de ocorrências)

C1 – Revista	
Categorias	Total
TPM	10
Claudia	28
Total	38

Assim como na análise do texto, o segundo código das imagens também visa apenas classificá-las quanto ao seu tipo. Observa-se que 92,1% das 38 referem-se à fotografia de pessoas, enquanto 5,3% são fotografia de objetos e 2,6% são ilustrações. Analisando apenas a revista *TPM*, obtém-se 100% de fotografias de pessoas. Na revista *Claudia*, cerca de 89,3% retratam pessoas, aproximadamente 7,1%, fotografias de objetos, e 3,6%, ilustrações.

Tabela 15 – Tipos de imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)

C2 – Tipo de imagem	
Categorias	Total
Fotografia de pessoa	35
Fotografia de objeto	2
Ilustração	1
Total	38

Tabela 16 – Tipos de imagens encontradas na revista *TPM* (por ocorrência)

C2 – Tipo de imagem	
Categorias	Total
Fotografia de pessoa	10
Fotografia de objeto	0
Ilustração	0
Total	10

Tabela 17 – Tipos de imagens encontradas na revista *Claudia* (por ocorrência)

C2 – Tipo de imagem	
Categorias	Total
Fotografia de pessoa	25
Fotografia de objeto	2
Ilustração	1
Total	28

Passo agora para a leitura dos dados obtidos com o código 3, que se refere ao relacionamento representado na imagem. São utilizadas no *corpus* desta pesquisa todas as imagens que abordam algum casal ou algo relacionado a relacionamento, considerando a foto/ilustração e também as legendas e trechos de textos que eventualmente expliquem tais imagens.

Das 38 imagens sobre relacionamentos encontradas nas dez edições analisadas, apenas três referem-se exclusivamente a casais não-heterossexuais – o que corresponde a 7,9%. As três são fotografias de pessoas e estão na revista *Claudia*, sendo que duas delas estão na mesma matéria e a outra está relacionada a um filme com temática LGBT. Na revista *TPM* não foi encontrada nenhuma ocorrência de imagem que se refira a casais não-heterossexuais. As tabelas 18, 19 e 20 mostram os dados obtidos.

Tabela 18 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total
Heterossexual	35
Não-heterossexual	3
Heterossexual e não-heterossexual	0
Total	38

Tabela 19 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas na revista *TPM* (por ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total
Heterossexual	10
Não-heterossexual	0
Heterossexual e não-heterossexual	0

Total	10
--------------	-----------

Tabela 20 – Tipo de relacionamento nas imagens encontradas na revista *Claudia* (por ocorrência)

C3 – Tipo de relacionamento	
Categorias	Total
Heterossexual	25
Não-heterossexual	3
Heterossexual e não-heterossexual	0
Total	28

Duas fotografias que abordam casais não-heterossexuais estão na matéria de Dagmar Serpa com Daniela Mercury e Malu Verçosa. As fotografias são de Alexandre Severo.

Figura 1



Fonte: Revista Claudia, fevereiro/2014, p. 127.

Figura 2 – Daniela se diverte posando com Malu na sala da casa delas, em Salvador. Na foto menor, o porta-retrato do meio exibe a foto postada no Instagram que iniciou “uma revolução pelo amor”



Fonte: Revista Claudia, fevereiro/2014, p. 127.

As fotos e a legenda, reproduzida acima, deixam evidente que Daniela e Malu estão em um relacionamento homossexual. Apesar de as fotografias não demonstrarem por si só este

fato – não é registrado beijo, por exemplo – através da legenda e do texto da matéria isto é explicado.

A terceira e última imagem encontrada relacionada a um casal que não seja heterossexual é o cartaz do longa “Hoje Eu Quero Voltar Sozinho”, dirigido por Daniel Ribeiro. A fotografia está na seção “Inspiração” da edição de abril/2014 da revista *Claudia*. Apesar de somente pela foto também não ficar explícito que os dois meninos são um casal, pela descrição do filme, que ganhou um prêmio para filmes de temática LGBT, pode-se perceber que se trata de dois meninos que se envolvem em uma relação homossexual.

Figura 3

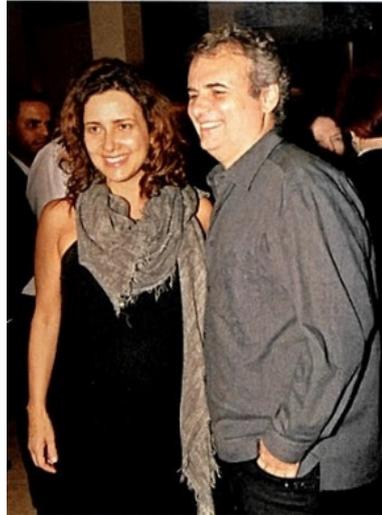


Fonte: Revista Claudia, abril/2014, p. 34.

Pode-se ressaltar o fato de que, apesar de a revista *TPM* parecer tentar adotar um discurso menos discriminatório e mais inclusivo que as outras revistas direcionadas ao público feminino, ela não dá nenhuma visibilidade em termos “visuais” ou fotográficos a casais não-heterossexuais – ao contrário da revista *Claudia*, que segue abertamente o padrão de revistas femininas, mas ainda traz de alguma forma imagens que representam casais sexualmente não-normativos.

As outras 35 imagens ilustram apenas relações heterossexuais. Um destes exemplos está na matéria de Micheline Alves com a artista Adriana Varejão, na revista *TPM*. A foto, creditada a Murilo Meirelles, mostra Adriana ao lado de seu marido.

Figura 4 – Adriana e o Marido, Pedro Buarque de Holanda, com quem tem uma filha de 9 meses



Fonte: Revista TPM, abril/2014, p. 26

Um fato observado é que todas as imagens da revista *TPM* são fotografias de pessoas, não foi encontrada nenhuma fotografia de objeto ou ilustração relacionada a qualquer tipo de relacionamento. Na revista *Claudia*, contudo, dentre as 25 imagens relacionadas a casais heterossexuais, foram encontradas duas fotografias de objetos e uma ilustração. As fotografias de objetos referentes a relacionamentos estão na seção de jornalismo de serviço da revista, no “Especial Noivas”, como observamos abaixo:

Figura 5



Fonte: Revista Claudia, maio/2014, p. 240

Figura 6 – BOAS VINDAS: Cada convite de papel cortado a laser da Phatt Design sai por 20,80 reais (pedido de 100 unidades)



Fonte: Revista Claudia, maio/2014, p. 241.

Ambas as fotografias são de objetos que fazem referência a casais heterossexuais – o primeiro, ao mostrar o enfeite do bolo com dois bonecos que representam um homem e uma mulher; o segundo, ao exemplificar o convite com os nomes “Ana Clara” e “Felipe”, que são associados, respectivamente, a mulher e a homem.

Assim como os textos, as imagens também possuem caráter pedagógico: ao visibilizar somente – ou majoritariamente – alguns tipos de casais, as revistas ensinam que estes são os modelos aceitáveis, bonitos e “normais”. Para identificar se estão presentes marcadores sociais de raça/etnia, idade e padrões estéticos relacionados a peso nas imagens que compõem o *corpus* da pesquisa, foram criados os códigos 4, 5 e 6. A ocorrência do primeiro deles, referente aos marcadores sociais de raça/etnia, é demonstrado nas tabelas abaixo:

Tabela 21 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)

C4 – Marcadores de raça ou etnia	
Categorias	Total
Casal branco	29
Casal negro	0
Casal inter-racial ou inter-étnico	5
Casal de outra(s) raça(s) ou etnia(s)	0
Não se aplica	4
Total	38

Tabela 22 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas na revista *TPM* (por ocorrência)

C4 – Marcadores de raça ou etnia	
Categorias	Total
Casal branco	8
Casal negro	0
Casal inter-racial ou inter-étnico	2
Casal de outra(s) raça(s) ou etnia(s)	0
Não se aplica	0
Total	10

Tabela 23 – Marcadores de raça ou etnia nas imagens encontradas na revista *Claudia* (por ocorrência)

C4 – Marcadores de raça ou etnia	
Categorias	Total
Casal branco	21
Casal negro	0
Casal inter-racial ou inter-étnico	3
Casal de outra(s) raça(s) ou etnia(s)	0
Não se aplica	4
Total	28

Antes de passar para a análise qualitativa dos dados, é importante explicar que esse processo de identificação quanto à raça ou etnia está relacionado a um movimento de identificação própria pessoa de determinado grupo ou identidade, de modo que o critério dessa categoria é a identificação pessoal; em casos em que isto não fica explícito, entretanto, o critério de classificação foi arbitrário – o meu olhar pessoal com relação à cor ou à etnia das pessoas registradas nas fotografias.

Podemos observar, neste código, que 76,3% de todas as imagens encontradas mostram casais brancos. Ainda considerando as duas revistas, cerca de 13,2% mostram casais inter-raciais ou inter-étnicos, enquanto 10,5% são de imagens de casais que não podem ser enquadrados em nenhuma das outras categorias, pois são fotografias de objetos ou ilustrações. Levando em consideração apenas a revista *TPM*, nas 10 imagens encontradas, que são todas fotografias de pessoas, percebemos a presença de 80% de casais brancos e 20% de casais inter-raciais ou inter-étnicos. Na revista *Claudia* observamos que 75% das fotos são de casais brancos e aproximadamente 10,7%, casais inter-raciais ou inter-étnicos. Os outros 14,3% retratam ilustrações ou fotografias de objetos. Nas dez edições analisadas, não encontramos sequer um casal que não seja composto por ao menos uma pessoa branca: não existem casais negros ou de outra etnia retratados nas edições que compõem o *corpus* desta pesquisa.

Como casais brancos já foram representados nas fotografias ao longo desta análise,

trago agora exemplos de casais inter-raciais e inter-étnicos abordados nas revistas.

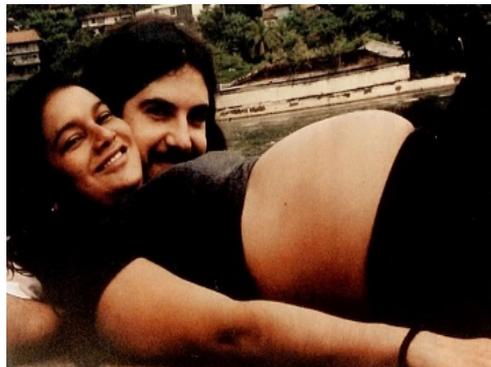
Figura 7 – Izabela Moi, 43 anos, jornalista, casada com Julio Pinheiro, 42, digital expert de uma multinacional. E negro



Fonte: Revista TPM, abril/2014, p. 43.

A fotografia, que é do arquivo pessoal do casal, está em uma edição da *TPM* dedicada inteiramente ao racismo. A outra fotografia de casal inter-racial que aparece nesta revista é da atriz Dira Paes com o marido Pablo Baião, e é importante ressaltar que a atriz não possui fortes traços negros, mas também não se considera branca. Em entrevista à Folha de São Paulo, Dira Paes afirmou que seu corpo é “uma mistura de índio com negro”²¹. Nesta fotografia, Pablo Baião parece ter quase a mesma cor de pele da atriz, mas é considerado uma pessoa branca.

Figura 8 – Com o marido Pablo Baião, aos seis meses de gravidez de Inácio, hoje com 5 anos



Fonte: Revista TPM, fevereiro/2014, p. 26.

Na revista *Claudia*, encontramos três fotografias de casais inter-raciais ou inter-étnicos: um casal com um homem branco e uma mulher negra e dois casais com uma mulher brasileira

21 Disponível em <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/01/1395307-dira-paes-agradece-a-diretor-por-esconder-suas-celulites-em-amores-roubados.shtml>. Acesso em 05 de novembro de 2014.

e um homem com traços orientais. Podemos ver um dos exemplos na foto abaixo, encontrada na matéria de Fernando Esselin “Diário de bordo do coração”. A fotografia é do arquivo pessoal do casal.

Figura 9 – Flaviana Bernardo, 34 anos, galerista, mulher de Denis Kamioka, 35, diretor de filmes publicitários



Fonte: Revista Claudia, junho/2014, p. 147.

Assim como a representatividade de casais que não são compostos exclusivamente por pessoas brancas, o marcador social da geração também aparece muito pouco nas imagens que retratam casais nas edições analisadas das duas revistas. Das 38 imagens encontradas, aproximadamente 81,5% das imagens mostram casais em que as duas pessoas possuem menos de 50 anos. Em apenas 2,7% das fotografias aparecem casais em que uma das pessoas possui 50 anos ou mais, e em 7,9% encontramos casais em que as duas pessoas têm 50 anos ou mais. Os 7,9% das imagens restantes são as fotografias de objetos e ilustrações, portanto não entram em nenhuma das categorias anteriores. Analisando separadamente a revista *TPM*, encontramos 90% de casais compostos por duas pessoas com menos de 50 anos, enquanto os outros 10% retratam um casal em que as duas pessoas possuem 50 anos ou mais. Na *Claudia* observamos a ocorrência de casais exclusivamente com menos de 50 anos em cerca de 78,6% das imagens. Em 7,1%, encontramos casais compostos por duas pessoas com 50 anos ou mais, enquanto 3,6% mostram casais em que uma das pessoas possui menos de 50 anos e a outra possui 50 anos ou mais. Os outros 10,7% correspondem às fotografias de objetos e ilustrações. As tabelas 24, 25 e 26 demonstram as ocorrências do código 5, referente a tais marcadores geracionais.

Tabela 24 – Marcadores de geração nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)

Categorias	Total
Casal com até 50 anos	31
Casal com 50 anos ou mais	3
Casal com uma pessoa com até 50 anos e outra com 50 anos ou mais	1
Não se aplica	3
Total	38

Tabela 25 – Marcadores de geração nas imagens encontradas na revista *TPM* (por ocorrência)

C5 – Marcadores de geração	
Categorias	Total
Casal com até 50 anos	9
Casal com 50 anos ou mais	1
Casal com uma pessoa com até 50 anos e outra com 50 anos ou mais	0
Não se aplica	0
Total	10

Tabela 26 – Marcadores de geração nas imagens encontradas na revista *Claudia* (por ocorrência)

C5 – Marcadores de geração	
Categorias	Total
Casal com até 50 anos	22
Casal com 50 anos ou mais	2
Casal com uma pessoa com até 50 anos e outra com 50 anos ou mais	1
Não se aplica	3
Total	28

A única fotografia encontrada na revista *TPM* que não representa um casal com menos de 50 anos está na matéria de Micheline Alves com Yvonne Bezerra de Mello. A fotografia, creditada a Marizilda Cruppe, mostra Yvonne com seu marido. Ambos com mais de 60 anos na ocasião.

Figura 10 – Com o marido, Álvaro, no Chile, em 2010, meses antes da morte dele

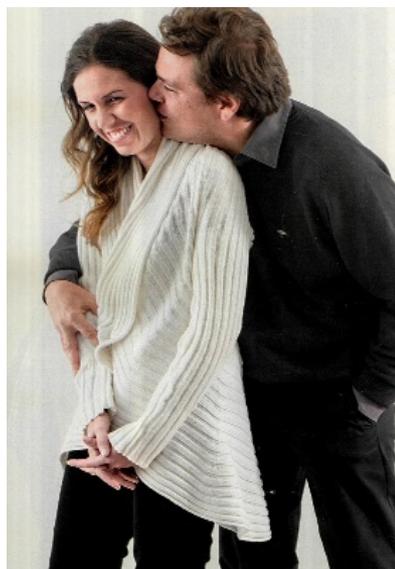


Fonte: Revista TPM, março/2014, p. 21.

Nesta fotografia também podemos ressaltar que, apesar de ser um casal considerado velho, são pessoas que se enquadram em todos os outros padrões: são brancas, em um relacionamento heterossexual, consideradas magras e possivelmente não são pobres. Mesmo que o casal seja parte de um grupo que recebe menor visibilidade na mídia, ainda pertence a diversos outros grupos que são visibilizados.

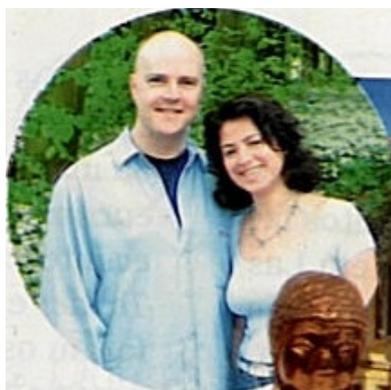
A revista *Claudia* também mostra poucos casais com 50 anos ou mais – e os poucos que aparecem, estão dentro dos outros padrões estéticos e comportamentais vigentes na sociedade. As fotografias a seguir são, respectivamente, de Manu Oristanio e do arquivo pessoal do casal.

Figura 11 – Morena Leite, 33 anos & Caio Monteiro da Silva, 51 anos. Ela é chef do Capim Santo, em São Paulo; ele, publicitário. Estão juntos há sete anos



Fonte: Revista Claudia, junho/2014, p. 140.

Figura 12 – Rosane Brancatelli, 55 anos, publicitária, mulher de Jonathan Dicks, 51 anos, professor



Fonte: Revista Claudia, junho/2014, p. 148.

Considerando a juventude como um padrão também tido como “desejável, normal ou belo”, observa-se que mesmo essas pessoas com mais de 50 anos possuem características que as aproximam de um padrão de juventude. Com exceção da primeira foto, em que aparece o marido de Yvonne Bezerra de Mello com cabelo branco, todas as outras pessoas retratadas têm aparência relacionada à “juventude” – roupas, pele, cabelo pintado. Além disso, também podemos observar que se encontrou fotografia de somente um casal inter-geracional, e, no caso, o homem é mais velho que a mulher. É interessante problematizar como casais inter-geracionais ainda causam bastante estranhamento, especialmente quando a mulher é a pessoa mais velha da relação. Na foto do casal inter-geracional acima, nota-se que o homem, mesmo sendo 18 anos mais velho do que a mulher, não apresenta sinais de velhice na fotografia.

Além de também se enquadrarem nos padrões da sociedade, percebe-se que os casais estão sorrindo, abraçados, aparentando estar muito felizes nas fotografias. É notável o tom prescritivo que se apresenta sutilmente nas fotografias através desta felicidade que precisa ser alcançada por todos os casais. Ao olhar para estas fotografias de casais que parecem estar alegres, entendemos que este valor é importante e, ao ler a matéria, buscamos descobrir como atingi-lo.

O código 6 refere-se a marcadores estéticos relacionados a peso. Para a classificação entre pessoa considerada magra ou gorda (sempre conforme os padrões vigentes) foram observadas as fotografias de pessoas em que aparece o corpo, de modo que seja possível analisar se a pessoa está ou não dentro dos padrões esperados com relação ao peso. As fotografias de objetos, as ilustrações e as fotografias em que não esteja evidente se a pessoa pode ser considerada magra ou gorda foram categorizadas como “não se aplica”.

Analisando o total de 38 imagens, cerca de 81,6% representam casais considerados

magros conforme os padrões vigentes. Encontramos 15,8% de imagens que correspondem a fotografia de objetos, ilustrações ou fotografias em que não é possível afirmar se as pessoas mostradas são consideradas gordas ou magras, enquanto apenas 2,6% mostram casais em que uma das pessoas está dentro dos padrões e a outra pode ser considerada gorda. Na revista *TPM*, não existe casal de pessoas consideradas gordas: enquanto 80% representam casais considerados magros, os outros 20% mostram imagens, ilustrações, fotos de objetos ou imagens que não deixam evidente o padrão estético das pessoas. A revista *Claudia* traz 82,1% de fotografias de pessoas consideradas magras, cerca de 3,6% de fotografias com uma das pessoas considerada gorda e os outros 14,3% não são aplicáveis às categorias anteriores. Não foram encontrados casais com as duas pessoas consideradas gordas em nenhuma fotografia das dez edições analisadas no *corpus* do trabalho. As tabelas 27, 28 e 29 mostram os dados obtidos no código 6.

Tabela 27 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas nas duas revistas (por ocorrência)

C6 – Marcadores estéticos relacionados a peso	
Categorias	Total
Casal com pessoas consideradas magras conforme os padrões vigentes	31
Casal com pessoas consideradas gordas conforme os padrões vigentes	0
Casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes	1
Não se aplica	6
Total	38

Tabela 28 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas na revista *TPM* (por ocorrência)

C6 – Marcadores estéticos relacionados a peso	
Categorias	Total
Casal com pessoas consideradas magras conforme os padrões vigentes	8
Casal com pessoas consideradas gordas conforme os padrões vigentes	0
Casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes	0
Não se aplica	2
Total	10

Tabela 29 – Marcadores estéticos relacionados a peso nas imagens encontradas na revista *Claudia* (por ocorrência)

C6 – Marcadores estéticos relacionados a peso	
Categorias	Total
Casal com pessoas consideradas magras conforme os padrões vigentes	23
Casal com pessoas consideradas gordas conforme os padrões vigentes	0
Casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes	1
Não se aplica	4
Total	28

A única fotografia encontrada nas dez edições que mostra uma pessoa que não está no padrão de peso exigido pela mídia está na matéria “Com açúcar & com afeto”, da revista *Claudia*, assinada por Isabella D'Ercole. A fotografia do casal é creditada a Manu Oristanio.

Figura 13 – Carol Thomé, 31 anos & Duca Mendes, 35 anos, Produtores audiovisuais e apresentadores do *Cozinha para 2*, série de gastronomia da internet, eles estão juntos há seis anos



Fonte: Revista *Claudia*, junho/2014, p. 137.

A menina mostrada na fotografia é considerada fora dos padrões estéticos relacionados a peso. Entretanto, vale ressaltar que visivelmente ela não é uma pessoa gorda. Esta constatação nos leva ao questionamento de quão inatingíveis – ou dificilmente atingíveis – são estes padrões impostos pela sociedade e reforçados pela mídia. A representatividade de pessoas fora deste padrão é muito pequena, como observado ao longo deste capítulo, fazendo com que cada vez mais as cobranças em relação ao comportamento e à estética sejam não somente estimuladas como naturalizadas.

É importante observar que nenhum casal é perpassado por mais de um marcador social

não-hegemônico: casais não-heterossexuais são compostos por pessoas brancas, com menos de 50 anos e consideradas magras conforme os padrões vigentes; casais inter-raciais são heterossexuais e compostos por pessoas com menos de 50 anos e consideradas magras conforme os padrões vigentes; casais cujas pessoas (ou uma delas) possuem 50 anos ou mais são heterossexuais e compostos por pessoas brancas e consideradas magras conforme o padrão vigente; o casal com uma das pessoas considerada gorda conforme os padrões vigentes é heterossexual e composto por pessoas brancas e com menos de 50 anos.

Ao comparar as duas revistas, constatamos que ambas representam majoritariamente casais heterossexuais, brancos, magros e jovens tanto nos textos quanto nas imagens. Apesar de a revista *TPM* criticar fórmulas prontas que revistas femininas costumam vender, como maneiras de “ficar jovem para sempre”, “ser linda, poderosa e feliz aos 20, 30 e 40 anos” e “ter qualquer homem, um superemprego, todo o tempo do mundo”, além de se posicionar “contra qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um padrão, cercar [sic] seu desejo e diminuir suas possibilidades”²², suas matérias e imagens, como demonstrado ao longo da análise, visibilizam justamente mulheres que são jovens, lindas, poderosas e felizes, que se relacionam com homens igualmente jovens, lindos, poderosos e felizes, que são bem-sucedidas e que ainda têm tempo para “cuidar de si”. Além disto, também é evidente a suposição de que as mulheres que leem a revista são todas heterossexuais: mesmo afirmando que não existem fórmulas para “ter qualquer homem”, em nenhum momento existe uma proposta de desconstrução da ideia de que mulheres precisam de homens para ser felizes. Assim, podemos entender que, comparativamente, a revista *Claudia* e a revista *TPM* não diferem com relação à baixa representatividade de casais que não estão no topo da pirâmide de valores da sociedade.

Podemos notar que existe um padrão que determina os tipos de corpos e relacionamentos terão representatividade e visibilidade na mídia. Se a maioria dos casais abordados pelas revistas são heterossexuais, brancos, jovens e magros, e todos os casais são monogâmicos e cisgêneros, o ensinamento é que estes são os modelos ideais de relacionamento – modelos estes que devem ser buscados para atingir uma suposta felicidade e ter sucesso pessoal e sexual. Assim, aproximando-se do que propõe Fischer (1997, p. 63), podemos entender que a mídia, através de seu caráter pedagógico, “não apenas veicula mas constrói discursos e produz significados e sujeitos”, de modo que a representatividade e a visibilidade de determinados sujeitos em detrimento de outros, de forma sistemática e

22 Trechos retirados do “Manifesto *TPM*”, que prega a liberdade da mulher. Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/manifesto/index.php>. Acesso em 06 de novembro de 2014.

naturalizada, ajuda a produzir formas específicas de as pessoas pensarem a si mesmas e constituírem verdades sobre si e sobre outros corpos e identidades.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa tinha o objetivo de compreender como se configura a heteronormatividade e de que forma a sexualidade se relaciona com outros marcadores sociais da diferença (raça/etnia, geração e peso/aparência corporal) nas revistas *Claudia* e *TPM*. O tema foi escolhido devido a inquietações diante da falta de visibilidade, em revistas femininas, de mulheres que não correspondiam aos padrões estéticos e comportamentais dominantes na sociedade ocidental contemporânea. Um destes padrões diz respeito à sexualidade: enquanto a heterossexualidade é vista como “normal”, pessoas cuja orientação sexual não corresponde à prática heterossexual são vistas como desviantes (BUTLER, 2013). Esta “heterossexualidade compulsória”, segundo Butler e outros autores, serve para controlar os corpos e mantê-los dentro de determinado padrão imposto. A heterossexualidade compulsória sustenta a heteronormatividade (BUTLER, 2013), entendida como a matriz normativa que pressupõe que os sujeitos sempre vão ter desejo ou interesse por indivíduos de outro sexo/gênero.

Partindo das teorias construcionistas e dos estudos de gênero, apresentei conceitos como gênero, sexo e sexualidade, buscando compreendê-los como constructos sociais que foram produzidos e apreendidos pelos sujeitos e só possuem sentido se entendidos dentro de determinado contexto histórico e social (LAQUEUR, 2001; SCOTT, 1995; WEEKS, 2010). Observando os casais mostrados nas revistas que compõem o *corpus* da pesquisa, percebe-se que a heterossexualidade não é o único padrão que perpassa as pessoas representadas; optou-se, portanto, por trabalhar também com o conceito de interseccionalidades, a partir de Piscitelli (2008). Foram considerados, então, outros marcadores sociais, como raça/etnia, geração e aparência física com relação a peso. Tanto os textos quanto as imagens que mencionam relacionamentos românticos ou sexuais foram pensados sob a perspectiva destes marcadores que aparecem interseccionados e que são produtos ou efeitos de relações de poder – a partir da compreensão foucaultiana de que o poder é uma rede de relações exercida em variadas direções (FOUCAULT apud SCOTT, 1995).

Fez-se necessário, também, buscar o embasamento teórico acerca do jornalismo para pensar o objeto escolhido. Entendendo-o como um discurso socialmente produzido, vimos que o jornalismo ao mesmo tempo que contribui para a produção social da realidade também é por ela produzido. Desta forma, a partir de autores como Traquina (2004), Meditsch (1997) e Hall (2003), discutiu-se o processo de construção da realidade e a maneira como a mídia reproduz noções socialmente dominantes e mantém valores que hierarquizam grupos e identidades. Ainda foi abordado o jornalismo de revista e, especificamente, a segmentação direcionada ao

público feminino, que, desde seu surgimento, no século XIX, repete fórmulas e trata mais ou menos do mesmo universo (SCALZO, 2004).

Utilizando a Análise de Conteúdo como metodologia de pesquisa, foi possível definir unidades de análise e categorias para transformar os trechos e as imagens do *corpus* da pesquisa em dados sistemáticos e organizados, reduzindo sua complexidade. Considerando que a revista *TPM* surgiu com o propósito de desconstruir padrões e estereótipos representados por outras revistas femininas – como a *Claudia* – buscou-se analisar empiricamente textos e imagens de ambas as revistas, a fim de problematizar se e como acontece essa distinção entre elas. Foram consideradas todas as referências explícitas a relações afetivas ou sexuais, também levando em conta que todas as matérias são direcionadas a mulheres. As imagens que fazem parte do *corpus* da pesquisa são aquelas que, seja pela imagem sozinha ou pela sua combinação com a legenda ou texto complementar, fica evidente representarem um casal.

Verificou-se, assim, que, dentre os 221 trechos jornalísticos que mencionavam relacionamentos afetivos e/ou sexuais nas duas revistas, cerca de 92,7% deles referiam-se exclusivamente a relacionamentos heterossexuais. A diferença entre as duas revistas não foi muito grande: na *TPM*, aproximadamente 89,7% dos relacionamentos mencionados nos textos eram heterossexuais, enquanto esse número, na revista *Claudia*, era de 94,4%. Das 38 imagens encontradas nas dez edições das duas revistas, considerando fotografias de pessoas, fotografias de objetos e ilustrações, somente três eram referentes explicitamente a casais não-heterossexuais – o que corresponde a cerca de 7,9% das imagens.

Além da sexualidade, também foram observados os marcadores de raça/etnia, geração e em relação à estética (especificamente a peso) nas imagens. Nas duas revistas, encontrou-se 76,3% de casais brancos e 13,2% de casais inter-raciais ou inter-étnicos. Na revista *TPM*, viu-se que 80% dos casais eram brancos e 20% são inter-raciais ou inter-étnicos, enquanto na *Claudia* 75% das fotografias eram de casais brancos e cerca de 10,7% são inter-raciais ou inter-étnicos. Não se registra nenhum casal que não seja composto por, pelo menos, uma pessoa branca. Quanto à geração, cerca de 81,5% das 38 imagens retratavam casais compostos por duas pessoas abaixo dos 50 anos: na revista *TPM*, este número era de 90%; enquanto na *Claudia*, de aproximadamente 78,6%. E, por fim, analisando-se o marcador social estético relacionado a peso, encontrou-se apenas uma imagem, dentre as 38, em que o casal era formado por uma pessoa considerada magra e outra pessoa considerada gorda. Esta fotografia, encontrada na revista *Claudia*, corresponde a cerca de 2,6% das imagens totais. Não foi encontrado nenhum casal em que as duas pessoas fossem consideradas fora dos padrões vigentes na sociedade relacionados a peso. Mesmo optando-se por não criar códigos e

categorias relacionados a estes outros marcadores sociais para categorizar os textos – por, na maioria das vezes, não constar informações além da sexualidade – percebeu-se que casais fora dos padrões mencionados anteriormente também tiveram pouca ou nenhuma representatividade.

Tendo em vista o caráter pedagógico da mídia, estruturado a partir de seus textos, sons e imagens (FISCHER, 1997), e a evidente visibilização de determinados corpos e comportamentos em detrimento de outros, percebe-se que as revistas que compõem o *corpus* do trabalho mantêm diversos padrões vigentes na sociedade. Mesmo sem explicitamente abordar uma característica ou comportamento como “padrão” e outro como “desviante”, a mídia, por ocupar um lugar privilegiado na produção de “verdades” (FISCHER, 1997), acaba por determinar quais são os tipos certos e considerados “bonitos” de relacionamentos, de aparência, de idade e de comportamentos. Partindo da ideia de Mesmo e de Outro, abordada por Lago (2010), observa-se que a mídia, assim como seu público, também estabelece distâncias relativas de todos os valores enquadrados como Outro, de modo que tudo que não faz parte do universo do seu público ideal é tratado com indiferença e invisibilidade – é como se o Outro não existisse, ou aparecesse somente em casos muito específicos.

Persiste, portanto, a reflexão sobre a maneira como a mídia opera e de que forma é possível desconstruir padrões hegemônicos na sociedade. Lago (2010) propõe a incorporação do saber antropológico no jornalismo, visto que uma educação para a mídia significaria a desconstrução dos dispositivos em geral que não preparam jornalistas para refletir sobre questões de alteridade – ou seja, sobre como incorporar o Outro em sua plenitude. Ao dar voz unicamente a determinados grupos sociais, a mídia contribui para a legitimação e consolidação destes grupos como representações hegemônicas de gênero, sexualidade e outros marcadores. Acredito que, visibilizando diferentes grupos sociais nas narrativas jornalísticas, seria possível tirar deles o caráter de “exótico” e de Outro, e questionar padrões que foram socialmente “naturalizados” e que mantêm a marginalização ou invisibilidade de uma grande parcela da população.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUAD, Daniela. **Feminismo: que história é essa?**. 1. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. v. 1. 106 p.

BARBOSA, Erly. SILVA, Silvano. Mulheres invisíveis: a imagem da mulher negra no jornalismo de revista feminino brasileiro. **Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA**, São Luís, jan/dez 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1997.

BAUER, Martin W. **Análise de conteúdo clássica**: uma revisão. In: BUENO, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1492/964>> Acesso em set. 2014.

_____. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

BIRD, Elizabeth. DARDENNE, Robert. Mito, registo e 'estórias': explorando as qualidades narrativa das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

BRANCO, Patrícia. Do gênero à interseccionalidade: considerações sobre as mulheres, hoje e em contexto europeu. **Julgar**, Lisboa, n. 4, 2008.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2013.

COSTA, Maria Paula. **Entre o sonho e o consumo**: as representações femininas na revista *Claudia* (1961-1985). 234f. Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2009.

FARIA, Aline. SIQUEIRA, Denise. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 4, n. 9, p. 171-188, mar. 2007. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewFile/5032/4656>> Acesso em out. 2014.

FERREIRA, Fábio. Gêneros jornalísticos no Brasil: estado da arte. **Bibliocom**, Ano 4, edição semestral, junho de 2012. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1194/1114>> Acesso em nov. 2014.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. **Revista Educação & Realidade**: Cultura, Mídia e Educação, vo. 22, n. 2, jul/dez, 1997.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge.

BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. 1987. Documento digitalizado, disponível em <<http://adelmo.com.br/index3.htm>> Acesso em set. 2014.

HALL, Stuart et al. A produção das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv (Org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

LAGO, Cláudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, 2010. Disponível em <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/253/252>> Acesso em set. 2014.

LAQUEUR, Thomas. **Inventando o sexo**: corpo e gênero dos gregos a Freud. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LOPES, Maria. MATOS, Auxiliadôra. Corpo e gênero: uma análise da Corpo e gênero: uma análise da revista *TRIP Para Mulher*. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 16(1): 288, janeiro-abril/2008. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v16n1/a05v16n1.pdf>> Acesso em out. 2014.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. 6. ed. Petrópolis, RS: Vozes, 2003.

LOURO, Guacira Lopes (Org.). Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade, 3. ed., Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

MAIA, Carolina. **Jornalismo e identidades coletivas**: representações de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros no portal *Mix Brasil*. 139f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** [online] Conferência feita nos cursos da Arrábida – Universidade de Verão, set. 1997. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>> Acesso em set. 2014.

MIRANDA, Francielle. Heteronormatividade: uma leitura sobre construção e implicações na publicidade. **Fragmentos de Cultura**, Goiânia, v. 20, n. 1/2, 2010. Disponível em <<http://seer.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/1314/898>> Acesso em set. 2014.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, v.8, n. 2, 2000. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917>> Acesso em set. 2014.

PASSOS, Clarice. **A escrita de Carmen da Silva**: as colunas *A arte de ser mulher*. 140f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

PASSOS, Larissa. SILVA, Eriéide. Invisibilidade homoafetiva nos meios de comunicação: um olhar sobre a heteronormatividade nas propagandas de outdoor no Dia dos Namorados. **Anais do Colóquio Nacional de Estudos de Gênero e História**, Paraná, p. 251-256, 2012. Disponível em <<http://sites.unicentro.br/wp/lhag/files/2013/10/Eriéide-Silva-e-Larissa-Passos.pdf>> Acesso em set. 2014.

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade e Cultura**, v.11, n.2, jul/dez. 2008.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

ROCHA, Patrícia. **Jornalismo em primeira pessoa**: a construção de sentidos das narradoras da revista TPM. 155f. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

RODRIGUES, Bruna. **Novas representações da mulher: um estudo dos editoriais da revista Tpm**; In: VIII POSCOM – Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em <<http://puccposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Novas-representacoes-da-mulher-Bruna-Rodrigues.pdf>> Acesso em out. 2014.

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

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, jul./dez. 1995.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

VEIGA, Marcia. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias, 2010. 250f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

_____. **Ronaldinho, as travestis e o padrão Globo de heteronormatividade**. In: V ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2009, Salvador. V ENECULT, 2009. Disponível em <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19357.pdf>> Acesso em set. 2014.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 3. ed., Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

Revistas

Claudia, n. 0629, São Paulo: Abril, fev/2014.

Claudia, n. 0630, São Paulo: Abril, mar/2014.

Claudia, n. 0631, São Paulo: Abril, abr/2014.

Claudia, n. 0632, São Paulo: Abril, mai/2014.

Claudia, n. 0633, São Paulo: Abril, jun/2014.

TPM, n. 139, São Paulo: Trip Editora, fev/2014.

TPM, n. 140, São Paulo: Trip Editora, mar/2014.

TPM, n. 141, São Paulo: Trip Editora, abr/2014.

TPM, n. 142, São Paulo: Trip Editora, mai/2014.

TPM, n. 143, São Paulo: Trip Editora, jun/2014.

ANEXOS – Revistas digitalizadas e unidades de análise (DVD-RW)