U.PORTO
FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

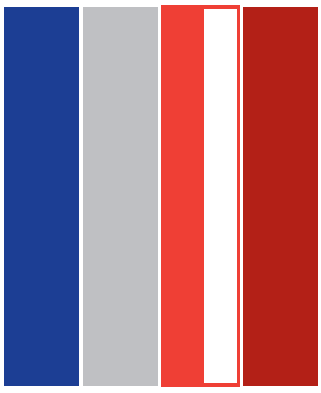
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESTUDOS DOS MÉDIA E DO JORNALISMO

O Feminismo para as Mulheres: Uma Análise Discursiva das Revistas Femininas Brasileiras Online

Juliana Costa Theodoro da Silva

M

2018



Juliana Costa Theodoro da Silva

O Feminismo para as Mulheres: Uma Análise Discursiva das Revistas Femininas Brasileiras Online

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Setembro de 2018

O Feminismo para as Mulheres: Uma Análise Discursiva das Revistas Femininas Brasileiras Online

Juliana Costa Theodoro da Silva

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva.

Membros do Júri

Professor Doutor Alexandre Miguel Barbosa Valle de Carvalho
Faculdade de Engenharia - Universidade do Porto

Professora Doutora Ana Isabel Crispim Mendes Reis
Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Classificação obtida: 18 valores

Aos meus pais, minha proteção e força.

Sumário

Declaração de Honra. 6
Agradecimentos 7
Abstract 10
Índice de ilustrações 11
Introdução aos estudos do discurso sobre feminismo nas revistas femininas brasileiras online. 12
Capítulo 1 - Feminismo no Brasil: conjuntura histórica e teórico-epistemológica 16
Capítulo 2 – Imprensa e a mulher: panorama da imprensa feminina no Brasil 26
2.1. Considerações sobre a imprensa feminina brasileira: uma breve reflexão sobre discurso, representação e identidade 36
Capítulo 3 - Revistas femininas brasileiras online: Marie Claire, TPM e AzMina 40
3.1. Caráter tradicional: Marie Claire 41
3.2. Caráter híbrido: TPM 42
3.3. Caráter alternativo: AzMina 45
Capítulo 4 – Metodologia de trabalho: Análise do Discurso 47
4.1. Estudos do Discurso 47
4.2. O discurso na Imprensa 59
4.3. Análise do Discurso das revistas femininas brasileiras online 63
Capítulo 5 - As revistas femininas brasileiras online e a Análise do Discurso sobre feminismo 67
5.1. Análise do Discurso sobre feminismo da revista Marie Claire 72
5.2 Análise do Discurso sobre feminismo da revista TPM 78
5.3 Analise do Discurso sobre feminismo da revista AzMina 82
5.4 Considerações sobre o feminismo nas revistas femininas brasileiras online 88
Considerações finais: as transformações da imprensa feminina brasileira 95
Referências bibliográficas 97

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro courso ou ainda unidades curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, Setembro de 2018.

Juliana Costa Theodoro da Silva

Agradecimentos

Este dois anos de percurso me trouxeram muito aprendizado, tanto acadêmico, quanto pessoal. Ficar longe de casa, da minha realidade, não foi fácil; mas, quase sempre, o ato de aprender não é.

Agredeço a Deus pela oportunidade que me foi dada, pela força, pelos caminhos que surgiram e por ter conseguido superar os obstáculos.

Aos meus pais, a quem dedico este Estudo, por todo o amor e apoio, por acreditar nos meus sonhos e aceitarem a minha ideia de atrevessar o Atlântico para aprender mais.

Às minhas amigas, irmãs, Alice, Manu, Lídia e Érica, vocês são parte de mim, uma parte do meu coração sempre estará junto de vocês. As saudades que eu sinto são gigantescas.

Ao Miguel, ter você ao meu lado é um acalento para o coração.

À Família Van Der Veen Fontainha, por toda paciência, carinho, compreensão e acolhimento neste tempo longe de casa. Serei eternamente grata.

À minha avó, Maria, espero que a senhora esteja orgulhosa de mim aí de cima. Não ter podido me despedir ainda é uma dor. Mas os bons momentos sempre serão belas lembranças.

À minha prima, Maria, por me substituir em casa, sempre, e principalmente nos momentos mais difíceis. Sua lealdade é um conforto e segurança.

À Ligia, você sempre aparece nos momentos em que eu preciso, é como mágica, agradeço, mais uma vez, todo o seu apoio, dessa vez, mesmo longe. Torço pela sua felicidade como se fosse a minha.

À Universidade Federal do Pará, minha casa, meu amor e gratidão por tudo que aprendi e conheci nesse lugar serão eternos. Espero sempre poder voltar.

À Karina Negreiros, Camila Aldrighi, e todas as pessoas encantadoras que eu conheci nesta aventura, vocês serão sempre especiais.

À Universidade do Porto e ao Professor António Zamith, pela oportunidade de alcançar este objetivo e contribuir singelamente com a Acadêmia. Muito obrigada.

E por fim, agradeço às mulheres, jornalistas, personagens, militantes e acadêmicas, todas, que verdadeiramente protagonizam os estudos de gênero e militâncias feministas, que tentam mudar sua realidade e a das outras. A sororidade é uma das alianças mais belas. Todas vocês, nós, somos inspiradoras.

Resumo

Esta Dissertação do Mestrado em Ciências da Comunicação tem como objetos de pesquisa as revistas femininas brasileiras online Marie Claire, TPM e AzMina. Num contexto de Quarta Onda Feminista, cenário tipicamente brasileiro e latino-americano, torna-se importante investigar como a imprensa feminina, considerada uma instituição detentora de poder, elabora o discurso sobre o movimento. Assim, faz-se a pergunta: qual discurso as revistas femininas brasileiras online constroem sobre o feminismo para as mulheres? Objetiva-se refletir sobre o feminismo na imprensa feminina, entender qual discurso sobre o feminismo as revistas femininas desenvolvem e como realizam essa construção. Como hipótese, crê-se que as revistas femininas estão se apropriando do feminismo e construindo um discurso positivo a respeito do movimento, entretanto essa proximidade acontece devido à alta popularidade e aceitação do mesmo entre as mulheres no atual contexto social brasileiro. Para metodologia de trabalho, optou-se pela Análise do Discurso de matriz francesa, que possibilita o estudo do texto e sua exterioridade. Os teóricos fundamentadores desta Pesquisa são Judith Butler (2003), Marlise Matos (2003), Dulcídia Buitoni (2009), Helena H. Brandão (2006), Eni Puccinelli Orlandi (1994), Michel Pêcheux (2006), Louis Althusser (1970), Michel Foucault (2012, 2008, 1996), dentre outros.

Palavras-chave: Imprensa Feminina Online; Feminismo; Análise do Discurso; Quarta Onda Feminista.

Abstract

This Master's Dissertation in Communication Sciences has as objects of research the online brazilian women's magazines Marie Claire, TPM and AzMina. In a context of the Fourth Feminist Wave, typically brazilian and latin american, it becomes important to investigate how the female press, considered an institution that holds power, elaborates the discourse about the movement. So, the question is: what discourse do brazilian women's magazines online build about feminism for women? It aims to reflect about feminism in the women's press, to understand which discourse about feminism women's magazines develop and how they carry out this construction. As a hypothesis, it is believed that women's magazines are appropriating feminism and constructing a positive discourse about the movement, but this proximity happens due to the high popularity and acceptance of it among women in the current brazilian social context. For the work methodology, we opted for Discourse Analysis of french matrix, which makes possible the study of the text and its externality. The main theorists of this research are Judith Butler (2003), Marlise Matos (2003), Dulcídia Buitoni (2009), Helena H. Brandão (2006), Eni Puccinelli Orlandi (1994), Michel Pêcheux (2006), Louis Althusser, Michel Foucault (2012, 2008, 1996), among others.

Keywords: Online Female Press; Feminism; Discourse Analysis; Fourth Feminist Wave.

Índice de ilustrações

Figura 1: Capas das edições de janeiro, fevereiro e março de 2018 da Marie Claire, edições analisadas nesta Dissertação..... 41

Figura 2: Edição de março de 2018 da TPM, duas capas diferentes..... 44

Figura 3: *Printscreen* da Revista AzMina..... 45

Figura 4: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da Pesquisa 68

Figura 5: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da Pesquisa 69

Figura 6: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da Pesquisa 69

Introdução aos estudos do discurso sobre feminismo nas revistas femininas brasileiras online

O feminismo no Brasil tem visto nos últimos anos o crescimento de seu nome e movimentação, tanto na academia, na política, como também fora dessas duas esferas. A ebulição das pautas e temáticas defendidas pela militância tem chamado atenção pública, principalmente das mulheres. Vive-se uma Quarta Onda Feminista, e segundo a pesquisadora Marlise Matos (2010, p.69): uma movimentação, diferentemente das fases anteriores do feminismo, tipicamente brasileira, latino-americana, e impulsionada pelas internet e as redes sociais.

O movimento feminista atual adota uma distinção do âmbito político e acadêmico, porém é inegável a influência mútua. Neste sentido, seguindo caminhos separados, ainda que relacionados, o feminismo tem avançado numa direção de desconstruções e quebra de essencialismos típicos das ciências pós-modernas.

O chamado determinismo biológico foi vencido. E no momento atual, numa conjuntura que se nomeia como estudos de gênero, fala-se sobre a desconstrução das oposições binárias, do discurso sobre sexo e gênero, e ainda da própria desestruturação da identidade mulher, e sua provável inexistência.

Foram acrescentadas tanto aos estudos, quanto à militância política, questões como classe, raça, sexualidade, idade; consideradas determinantes para se entender as especificidades das condições femininas. Essa perspectiva encara o gênero somente como mais um dos elementos que influenciam a vida feminina. Assim, surgem o feminismo negro, feminismo lésbico, de terceiro mundo, transfeminismo e muitas outras denominações e movimentações que abrangem a diversidade da realidade das mulheres.

Na imprensa feminina, este fenômeno tem chegado com força perceptível. O feminismo contrasta e repudia muitas das características do modelo clássico da revista feminina - inclusive influenciando, na era digital, a criação de revistas femininas online com outros formatos, em tentativa de quebrar os padrões. A imprensa dita feminina, segundo a autora Dulcídia Buitoni (2009, p.209) tem, ao longo de sua história,

construído uma verdadeira “mulher de papel”, extremamente distante da pluralidade das mulheres brasileiras.

Buitoni (2009, p.209) discorre sobre o que considera as características das revistas femininas (que fogem, em muitos aspectos, do que deveria ser jornalismo) , já que estas se apresentariam como dissertativas, normativas, opinativas e didáticas; e usariam de artifícios linguísticos para perpassar seu ideário ideológico, fortemente ligado ao capitalismo, às leitoras.

A relevância da imprensa feminina vem da função social que assumiu de conselheira e guia da mulher. Com seus discursos e representações sociais consegue influenciar na identidade das leitoras e formar o imaginário social; e esta influição não é qualquer uma, é a que é realizada sobre as mulheres para as mulheres. Assim, afirma-se o que é ser mulher, quais são suas funções sociais, quais lugares devem e podem ocupar, quais devem ser seus comportamentos.

No contexto da nova fase do feminismo, e sua “repentina” influência em diversas áreas, é importante perceber como as revistas femininas brasileiras, instituições detentoras de poder e responsáveis pela produção da verdade para as mulheres, (partindo dos pensamentos de Michel Foucault (2012, p.54)), discursam sobre o feminismo e suas nuances. Desta forma, define-se o tema deste Trabalho de Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, variante de Estudos dos Média e do Jornalismo, e pergunta-se: qual discurso as revistas femininas brasileiras online constroem sobre o feminismo para as mulheres?

Para responder à questão norteadora, tomam-se como objetos de pesquisa as revistas femininas brasileiras online: Marie Claire, TPM e AzMina, tendo estas perfis tradicional, híbrido e alternativo, respectivamente. Acredita-se, desta forma, poder abranger no estudo uma amostra próxima da realidade da imprensa feminina brasileira.

A escolha pelo formato digital se dá pela forte influição da Quarta Onda Feminista e sua relação com a internet; tenta-se, assim, chegar mais perto do cenário de efervescência deste período.

Objetiva-se com a Pesquisa, de forma geral, a reflexão sobre o feminismo na imprensa feminina. Especificamente, pretende-se entender qual discurso sobre o feminismo as revistas femininas elaboram e como realizam essa construção.

Acredita-se, como hipótese, que as revistas femininas brasileiras online estão, cada vez mais, apropriando-se do feminismo, e construindo um discurso positivo a respeito do movimento, entretanto essa proximidade acontece devido à alta popularidade e aceitação do feminismo entre as mulheres na atual conjuntura social brasileira.

Para confirmar ou não esta hipótese, escolhe-se como metodologia de trabalho a Análise do Discurso de matriz francesa. Opta-se por esta sistematização por se entender a linguagem não como neutra ou imparcial, mas como uma estrutura imersa num contexto e realidade social. Dessa forma, entende-se que as revistas femininas quando utilizam da linguagem para falar sobre feminismo, corroboram para a manutenção ou alteração de estruturas sociais.

A Análise do Discurso tem como pilares os estudos sobre discurso e ideologia, sendo seus principais pensadores Michel Foucault e Louis Althusser, portanto, além do estudo do texto, proporciona a investigação sobre sua exterioridade, as dinâmicas sociais que estão ao entorno da estrutura textual. Entendendo-se, segundo Helena Brandão (2006), o discurso como

> [...] o efeito de sentido construído no processo de interlocução (opõe-se a concepção de língua como mera transmissãode informação). "O discurso não é fechado em si mesmo e nem e do domínio exclusivo do locutor: aquilo que se diz significa em relação ao que não se diz, ao lugar social do qual se diz, para quem se diz, em relação a outros discursos" (Orlandi) (p.105).

São estas estruturas sobre o feminismo nas revistas femininas que se pretende entender e analisar. Deste modo, organiza-se esta Dissertação em sete partes: como primeiro ponto, esta Introdução aos estudos do discurso sobre feminismo das revistas femininas online; como segundo fragmento está o Capítulo 1 - Feminismo no Brasil: conjuntura histórica e teórico-epistemológica, no qual é apresentada a contextualização histórica da movimentação feminista no cenário político e acadêmico brasileiro, tendo como base teórica os pesquisadores Narvaz e Koller (2006), Maria Amélia Almeida

Teles (1999), Joana Pedro (2006), Antônio Conceição (2009), Judith Butler (2003) e Marlise Matos (2010).

Nas partes seguintes: Capítulo 2, Imprensa e a mulher: panorama da imprensa feminina no Brasil, evidencia-se a história e peculiaridades da imprensa feminina brasileira, destacando também o poder do papel desta imprensa diante de seu público, tem-se como referência teórica principal os autores Dulcídia Buitoni (2009), Nincia Teixeira (2014) e Joana Pedro (2006). No Capítulo 3, Revistas femininas brasileiras online: Marie Claire, TPM e AzMina, é feita a apresentação dos objetos de pesquisa, a fim de se conhecer seus perfis. No quinto seguimento: Capítulo 4 - Metodologia de trabalho: Análise do Discurso, disserta-se sobre os estudos do discurso, seus entendimentos, influências e concepções, também se sistematiza a Análise do discurso sofre feminismo nas revistas femininas brasileiras online, utiliza-se as contribuições dos autores Helena H. Brandão (2006), Louis Althusser (1970), Michel Foucault (2012, 2008, 1996), Michel Pêcheux (1997), Alfredo Vizeu (2003), Fernando Resende (2007), Mauricio dos Santos Ferreira e Clarisse Salete Traversini (2013), e Eni Puccinelli Orlandi (1994).

A Análise das revistas femininas brasileiras online é feita na sexta parte da Dissertação, ancorada no arcabouço teórico dos pontos anteriores: Capítulo 5 - As revistas femininas brasileiras online e a Análise do Discurso sobre feminismo, tendo-se a confirmação ou não da hipótese apresentada. Por fim, fazem-se as últimas ponderações sobre a pesquisa, Considerações finais: as transformações da imprensa feminina brasileira. Passe-se, então, ao referencial teórico desta Pesquisa de Dissertação de Mestrado.

Capítulo 1 - Feminismo no Brasil: conjuntura histórica e teórico-epistemológica

O movimento feminista na atualidade tem se comportado como um palco de múltiplas ideias, vivências, conhecimentos, sujeitos e uma forte autocrítica, tanto em suas vertentes políticas, quanto acadêmicas. Outras questões, como classe, etnia, sexualidade, foram incorporadas aos debates (antes unicamente direcionados ao tema mulher), e os estudos voltados para o gênero caminharam num sentido de desconstrução típico da pós-modernidade. Mais do que apontar respostas, tem-se perguntado, principalmente acerca de quem seria o sujeito mulher.

> O movimento feminista contemporâneo, reflexo das transformações do feminismo original - predominantemente intelectual, branco e de classe média - configura-se como um discurso múltiplo e de variadas tendências, embora com bases comuns. As feministas destacam que a opressão de gênero, de etnia e de classe social perpassa as mais variadas sociedades ao longo dos tempos. Esta forma de opressão sustenta práticas discriminatórias, tais como o racismo, o classismo, a exclusão de grupos de homossexuais e de outros grupos minoritários (Negrão, Prá, & Toledo apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.648).

Diante deste contexto diverso, passou-se a enxergar o feminismo não como uma luta pela igualdade máxima, mas sim por equidade entre homens e mulheres. “O feminismo é uma filosofia que reconhece que homens e mulheres têm experiências diferentes e reivindica que pessoas diferentes sejam tratadas não como iguais, mas como equivalentes” (Fraisse, Jones, Louro, & Scott apud. Narvaz, & Koller, 2006, p. 648).

Acredita-se que a experiência feminina tem sido desprezada e inferiorizada, enquanto a masculina exaltada e privilegiada, configurando o poder às mãos masculinas e dominando as mulheres, especialmente por meio de seus corpos (Butler, Millet, & Pateman apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.648).

A composição do feminismo como campo político e teórico-epistemológico (Eichler, Harding, Keller, & Wilkinson apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.649) independentes, mas que influenciam um no outro, é um evento recente. Ainda nos anos de 1960 e 1970 (durante a Segunda Onda do Feminismo), segundo o pesquisador Antônio Conceição (2009, p.739), ainda não havia essa separação.

Costumou-se dividir a história do feminismo em ondas, “essas diferentes fases ocorreram em épocas distintas, historicamente construídas conforme as necessidades políticas, o contexto material e social e as possibilidades pré-discursivas de cada tempo” (Negrão apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.649). A Primeira Onda do Feminismo é considerada o princípio do movimento, “que nasceu como movimento liberal de luta das mulheres pela igualdade de direitos civis, políticos e educativos, direitos que eram reservados apenas aos homens” (Narvaz, & Koller, 2006, p. 649). Para Narvaz e Koller o movimento sufragista – principalmente na Inglaterra, França, Estados Unidos e Espanha, durante o século XIX - teve forte relevância para o surgimento do feminismo (2006, p.649).

> O objetivo do movimento feminista, nessa época, era a luta contra a discriminação das mulheres e pela garantia de direitos, inclusive do direito a voto. Inscreve-se nesta primeira fase a denúncia da opressão à mulher imposta pelo patriarcado (Narvaz, & Koller, 2006, p. 649).

A Segunda Onda teria surgido na década de 1960, com especial força nos Estados Unidos e na França, o movimento americano denunciava a opressão masculina e pretendia a igualdade. O movimento francês buscava evidenciar as diferenças entre homens e mulheres na tentativa de dar visibilidade às experiências femininas, ficando conhecidos como feminismo de igualdade e feminismo da diferença, respectivamente, as duas iniciativas (Narvaz, & Koller, 2006, 649).

> Para Scott (2005), a questão da igualdade e da diferença deve ser concebida em termos de paradoxo, ou seja, em termos de uma proposição que não pode ser resolvida, mas apenas negociada, pois é verdadeira e falsa ao mesmo tempo. Fraisse (1995) entende que à questão filosófico-epistemológica da igualdade-diferença sobrepõe-se a questão política, sugerindo que diferentes subjetividades, masculinas e femininas, mesmo não sendo idênticas, podem ser iguais, no sentido de serem equivalentes. Introduz-se, assim, a noção de eqüidade e paridade no debate igualdade-diferença dentro dos movimentos feministas (Narvaz, & Koller, 2006, 649).

No Brasil, ainda no século XIX foi sentida a Primeira Onda do Feminismo. Segundo Maria Amélia de Almeida Teles (1999), mulheres reivindicaram o direito ao acesso a educação, que até então era praticamente restrito aos homens, tanto no número inferior de escolas femininas, quanto na qualidade do ensino voltado as meninas (que só podiam estudar o 1º grau, sendo impedida a continuidade dos estudos; e as disciplinas

que eram voltadas para as atividades domésticas). Para a autora, no século XIX ainda competia às mulheres brasileiras as mesmas atividades do período colonial, "o papel de dona de casa, esposa e mãe[1]" (p.28).

Ainda segundo Teles (1999), com a industrialização, o avanço do capitalismo, e a Proclamação da República, a situação econômica e social do país passou por mudanças. As mulheres puderam participar de forma mais significativa do Movimento Abolicionista, inclusive trabalhando como floristas, musicistas, para ajudar a arrecadar verbas para a organização, entretanto a parte pública do movimento era majoritariamente masculina[2].

Apesar da participação feminina na organização política e do êxito alcançado em 1888[3], somente cerca de trinta e cinco anos depois as mulheres alcançaram o direito ao voto, por exemplo, e este já com a participação e força dos movimentos grevistas femininos, anarquistas, etc.

O feminismo de forma mais expressiva surgiu no Brasil a partir da Segunda Onda. Há duas narrativas a cerca deste evento, uma mais amplamente conhecida, relacionada com a definição do ano de 1975 como Ano Internacional da Mulher, e o início da Década da Mulher, definidos pela ONU[4]; e outra, mais informal, que defende que o movimento já se organizava antes da decisão das Nações Unidas (Pedro, 2006, p.250).

Segundo Joana Pedro (2006, p. 251), a iniciativa da ONU de determinar o Ano Internacional da Mulher e a Década da Mulher refletia a movimentação feminista da época em vários lugares do mundo. No Brasil foi realizado um evento considerado histórico, financiado pelo Centro de Informação da ONU, no Rio de Janeiro, chamado "O papel e o comportamento da mulher na sociedade brasileira". De acordo com a

[1] Este contexto se refere às mulheres brancas brasileiras, já que as mulheres negras e indígenas eram vistas de forma diferenciada, tendo suas atividades geralmente voltadas ao trabalho da escravidão e/ou exploração (física, psicológica, sexual, etc.) por parte dos colonizadores, e posteriormente seus descendentes, grandes proprietários de terra.

[2] Neste período, algumas mulheres se destacaram como Níssia Floresta Brasileira Augusta, considerada uma das primeiras feministas brasileiras, e Marcia Firmina dos Reis, negra e primeira romancista brasileira, seu romance chamado Úrsula é considerado o primeiro romance abolicionista brasileiro escrito por uma mulher (Teles, 1999, p.30).

[3] 13 de Maio de 1888, Abolição da Escravidão no Brasil.

[4] Organização das Nações Unidas.

pesquisadora muitas das mulheres que participaram do encontro o consideram como um promotor do feminismo brasileiro de Segunda Onda.

A partir deste evento teria surgido o Centro da Mulher Brasileira (CMB) no Rio de Janeiro, que posteriormente também ganharia um núcleo em São Paulo. Para Joana Pedro

> Entre os objetivos do CMB estavam o "estudo, a reflexão, pesquisa e análise" das questões da mulher, e a "criação de um departamento de ação comunitária para tratar concretamente e em nível local dos problemas da mulher". O que elas pretendiam era "combater a alienação da mulher em todas as camadas sociais, para que ela possa exercer o seu papel insubstituível e até agora não assumido no processo de desenvolvimento" (Pinto apud. Pedro, 2006, p.252).

Num contexto de Ditadura Militar[5], "a retomada do feminismo no Brasil sob a proteção da ONU foi, então, pensada como uma possibilidade de realizar essa 'conscientização' das camadas populares. Ou seja, o movimento feminista se tornou o passaporte para essa atuação" (Pedro, 2006, p.253). No mesmo ano, 1975, também foi inaugurado o Jornal Brasil Mulher[6], de caráter feminista e democrático.

A outra narrativa sobre o surgimento do feminismo de Segunda Onda no Brasil mostra que há relatos que demonstram que a movimentação feminina de forma organizada já existia antes do evento da ONU. Em 1972, aconteceu um congresso, organizado pela advogada Romy Medeiros (envolvida no movimento feminista desde a década de 1940) e promovido pelo Conselho Nacional da Mulher (Pedro, 2006, p.257). Entretanto, de acordo com Joana Pedro (2006, p.258), este evento não foi reconhecido como um marco provavelmente por não ter sido produzido por grupos de esquerda.

Outro tipo de movimentação pré-evento da ONU teriam sido os grupos de reflexão, que eram formados por mulheres que em sua maioria já se conheciam, e reuniam-se uma na casa das outras para conversar e refletir (Pedro, 2006, p.258). Acredita-se, de acordo com Marisa Luiza Heilborn, que foi a partir da organização dos grupos de reflexão que foi dado o pontapé inicial para conseguir o financiamento da ONU para o evento histórico de 1975 (apud. Pedro, 2006, p.261).

[5] Regime nacionalista e ditatorial que durou do ano de 1964 a 1985, no qual o Brasil foi presidido por governos militares de caráter repressivo.
[6] Ver Capítulo 2.

> Albertina de Oliveira Costa, comentando a formação do feminismo no Brasil, identifica duas vertentes: uma vinda da França, e outra dos Estados Unidos. De acordo com ela, a vertente que vinha dos Estados Unidos tinha uma prática de 'grupos de reflexão', mais voltada para a transformação pessoal e cultural. E não se tratava de esquerda ou de direita [...]. Céli Pinto diz que um dos primeiros grupos de reflexão foi criado em São Paulo e começou a atuar em 1972, tendo uma longa duração (até 1975). Era formado por mulheres de camadas médias, intelectuais de esquerda (Pedro, 2006, p.258).

Segundo Jaqueline Pitanguy e Branca Moreira Alvez (apud Pedro, 2006) as finalidades dos grupos de reflexão eram

> grupos pequenos e informais, constituídos unicamente por mulheres. Essa tática desenvolveu-se espontaneamente. Surgiu pela necessidade de se romper o isolamento em que vive a maior parte das mulheres nas sociedades ocidentais, nuclearizadas em suas tarefas domésticas, em suas experiências individuais vividas solitariamente. A mulher constituiu assim um espaço próprio para expressar-se sem a interferência masculina, para compreender-se através de sua voz e da voz de suas companheiras, para descobrir sua identidade e conhecer-se. Nestes grupos a mulher descobre que sua experiência, suas dificuldades, frustrações e alegrias não são isoladas nem fruto de problemas unicamente individuais, mas, ao contrário, são partilhadas por outras mulheres. A descoberta dessa experiência comum, a transformação do individual em coletivo, forma a base do movimento feminista ... Se o que era aparentemente individual e isolado se revela, na verdade, como uma experiência coletiva, concretiza-se a possibilidade de luta e de transformação (p.261).

Também é relevante destacar a variedade de vertentes feministas praticadas na época, o que se refletia no exercício do CMB, Anette Goldberg (apud. Pedro, 2006, p.261) afirma ter existido três linhas dentro do Centro: feminismo liberal, o radical e o marxista ortodoxo; tendo em seu início um perfil mais liberal e depois se tornando fortemente marxista.

Na conjuntura da Ditadura Militar, as pautas feministas se misturavam com os apelos à democracia e luta pela anistia política. Para Goldberg, o CMB enfraqueceu seu cunho feminista,

> [...] foi "engolido pela idéia de um movimento social (ou popular) de mulheres cujas lutas gerais eram contra a ditadura, pela anistia e o restabelecimento das liberdades democráticas". As lutas específicas que apareciam eram reivindicação de creches, "controle da natalidade, legislação protetora do trabalho feminino" (apud. Pedro, 2006, p. 263).

As pautas que fugissem do contexto pró-democracia sofriam retaliações e eram acusadas de pertencer a vertente estadunidense de feminismo. Ainda segundo Anette

Goldberg a tradução de livros e abordagens que se relacionassem ao aborto, contracepção e sexualidade eram criticas por terem um aspecto individual que poderia dividir a luta feminista, e principalmente porque desvirtuaria o caráter político prioritário da luta naquele momento específico do país (apud. Pedro, 2006, p.263). Após os anos 1980, já com a abertura política e com a proximidade do fim da Ditadura, houve uma maior receptividade das diferentes vertentes feministas que passaram a compor o CMB (Goldberg apud. Pedro, 2006, p. 267).

A partir desta mesma década começa uma nova fase no feminismo de forma global. A corrente pós-estruturalista ganha força em sua crítica à ciência; teóricos como Michel Foucault passam a ter grande influência sobre os estudos das feministas, especialmente as francesas. Iniciou-se a Terceira Onda do Feminismo (Narvaz, & Koller, 2006, p.649).

> Surge, assim, a terceira fase do feminismo (terceira geração ou terceira onda), cuja proposta concentra-se na análise das diferenças, da alteridade, da diversidade e da produção discursiva da subjetividade. Com isso, desloca-se o campo do estudo sobre as mulheres e sobre os sexos para o estudo das relações de gênero. Neste sentido é que algumas posições, ainda que heterogêneas, distinguem os Estudos Feministas - cujo foco se dá principalmente em relação ao estudo *das* e *pelas* mulheres, mantidas as estreitas relações entre teoria e política-militância feminista - dos Estudos de Gênero, cujos pressupostos abarcam a compreensão do gênero enquanto categoria sempre relacional (Scott apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.649).

É neste período que passa a existir uma espécie de separação entre o movimento feminista de militância política e a movimentação acadêmica. Há inclusive no Brasil o surgimento de centros e linhas de pesquisa nas universidades sobre estudos de gênero e feministas (Louro, Machado, Scott, Torcano, & Goldenberg apud. Narvaz, & Koller, 2006, p.649).

O marco nos estudos, até então ditos como feministas, que foi a teorização a respeito da questão gênero foi um divisor de águas nas pesquisas acadêmicas sobre a temática. Segundo Antônio Conceição (2009), até a década de 1970 os estudos feministas tinham como foco “a mulher”, as pesquisas da época se preocupavam em “explicar as causas da opressão feminina, da subordinação da mulher na história do patriarcado. Neste cenário era muito difícil o trabalho científico, porque a mulher enquanto objeto ideal, só existe em nível de ideologia” (p.740).

Passaram-se aos estudos relacionados às mulheres, no plural. “O feminismo tinha ainda neste período um problema teórico-metodológico, não tinha um objeto formal que desse conta dos fenômenos observados” (Conceição, 2009, p.740). No final dos anos 70, há o aparecimento do gênero como objeto de estudo, que “é elaborado e conceituado como a construção social das identidades sexuais” (Conceição, 2009, p.740).

> O gênero abriu os caminhos para a desconstrução e para a desnaturalização do masculino e feminino. Mas, essa nova problemática também propiciou o surgimento desse ‘fosso’ entre o que elas chamam de feminismo da modernidade e o feminismo da pós-modernidade (Sardenberg apud. Conceição, 2009, p. 741).

A teorização a respeito do gênero veio em combate ao determinismo biológico, no qual as diferenças de tratamento entre homens e mulheres eram vistos como sendo consequências naturais das diferenças sexuais/genitais. Até o surgimento do gênero, segundo Antônio Conceição (2009), as teorias dos estudos feministas buscavam compreender as origens e motivos da opressão feminina: “seria o patriarcado? O capitalismo? Patriarcado capitalista? Capitalismo patriarcal?” (p.741).

Neste período foi vista a tentativa de união de conceitos como patriarcalismo e capitalismo, feminismo e marxismo, incorporando aos estudos feministas questões de classe. A militância do feminismo negro fez ainda com que fossem observados outros pontos, e particularidades como raça e etnia também foram abarcados nos estudos. “A partir dessa crítica o gênero começa a ser pensado como um dos elementos constitutivos das relações sociais, que se articula com outras categorias importantes: classe, raça, etnia, idade, dentre outros, configurando situações de gênero específicas” (Conceição, 2009, p.742).

Atualmente, de acordo com Cecília Sadenberg (apud. Conceição, 2009, p. 741) os estudos feministas (e não só estes) tem um forte cunho desconstrutivo, típico da linha pós-estruturalista. Oposições binárias, dualistas, teorias universais tem sido criticadas de forma vigorosa, incluindo questões como gênero e sexo (Conceição, 2009, p.741/743).

Sexo (que era visto como fator biológico) e gênero (como uma construção social/ cultural) foram problematizados baseados em teorias de autores como Michel Foucault; mostrando que não existe corpo sem que haja um discurso a ele associado; logo se

refuta a ideia de sexo como natural e ahistórico, este passa a ser visto como uma construção, assim como gênero (Conceição, 2009, p.743).

> O estudo de gênero assentado neste novo paradigma teórico tem possibilitado as feministas acadêmicas encontrarem uma voz teórica própria; como também aliados acadêmicos e políticos. Numa perspectiva histórico-crítica podemos falar em três visões teóricas sobre o gênero: a dos teóricos(as) do patriarcado, a elaborada pelas feministas marxistas e as teorias psicanalíticas de matriz pós-estruturalista e anglo-saxônica (Conceição, 2009, p.744).

As teorias psicanalíticas de matriz pós-estruturalista e anglo-saxônica ganham destaque não só por seu trabalho na desconstrução do gênero, mas também pela perspectiva de desconstrução do sujeito. Se gênero é uma construção, a identidade relacionada a ele também seria; como consequência a figura da mulher como sujeito estaria desmontada. Essa problemática faz se perguntar: se o sujeito mulher, centro do feminismo, "não existe", quem o feminismo deve resguardar?

> Recentemente, essa concepção dominante da relação entre teoria feminista e política passou a ser questionada a partir do interior do discurso feminista. O próprio sujeito das mulheres não é mais compreendido em termos estáveis ou permanentes. É significativa a quantidade de material ensaístico que não só questiona a viabilidade do "sujeito" como candidato último à representação, ou mesmo à libertação, como indica que é muito pequena, afinal, a concordância quanto ao que constitui, ou deveria constituir, a categoria mulheres. Os domínios da "representação" política e linguística estabelecem *a priori* o critério segundo o qual os próprios sujeitos são formados, com o resultado de que a representação possa ser expandida (Butler, 2003, p.18).

Foucault, segundo Judith Butler (2003), afirma que "os sistemas jurídicos de poder, produzem os sujeitos que subsequentemente passam a representar" (p.18). Para a autora a formação jurídica da linguagem e da política que caracteriza as mulheres como o sujeito centro do feminismo

> [...] é sem si mesma uma formação discursiva e efeito de uma dada versão da política representacional. E assim, o sujeito feminista se releva discursivamente constituído -, e pelo próprio sistema político que supostamente deveria facilitar sua emancipação, o que se tornaria politicamente problemático, se fosse possível demonstrar que esse sistema produza sujeitos com traços de gênero determinados em conformidade com eixo diferencial de dominação, ou os produza presumivelmente masculinos (Butler, 2003, p.19).

Butler questiona como o sujeito do feminismo pode tentar buscar libertação por meio do sistema que o moldou, ou seja, que de certa forma já o delibera e sistematiza. “A crítica feminista também deve compreender como a categoria das “mulheres”, o sujeito do feminismo, é produzida e reprimida pelas mesmas estruturas de poder por intermédio das quais busca-se a emancipação” (Butler, 2003, p.19).

Para Judith Butler (2003) existe uma contrariedade política na suposição feminista de que a expressão mulheres determine uma identidade comum. De acordo com a autora a questão do gênero é apenas mais uma das particularidades da vida de um indivíduo (p.20).

As errôneas universalizações, incluindo as que acreditavam na existência de uma identidade essencial para o sujeito do feminismo - identidade essa que perpassaria por diversas culturas -, são as mesma que mostram a opressão patriarcal como uma forma una de dominação (Butler, 2003, p.20). O predomínio masculino existe, esta questão não é contestada pela autora, o que se colocaria em cheque é o patriarcalismo universal, já que cada contexto produziria um tipo específico de dominação.

> Esta forma de teorização feminista foi criticada por seus esforços de colonizar e se apropriar de culturas não ocidentais, instrumentalizando-as para confirmar noções marcadamente ocidentais de opressão, e também por tender a construir um “Terceiro Mundo” ou mesmo um “Oriente” em que a opressão de gênero é sutilmente explicada como sintomática de um barbarismo intrínseco e não ocidental (Butler, 2003, p.21).

Neste cenário atual, em que encontram diversas vertentes, o feminismo

> [...] constitui-se em um amplo espectro de discursos diversos sobre as relações de poder. Esses discursos por sua vez informam e são informados pela práticas políticas e culturais, tem ancoragem naqueles pontos nodais que são produtos da interseção intricada das diferenças (de raça, gênero, classe, idade, orientação sexual, etc.) (Costa apud. Conceição, 2009, p.748).

Uma Quarta Onda do Feminismo teria se iniciado, nesta década, impulsionada pelas dinâmicas da internet e das redes sociais. Entretanto, tem-se observado uma forte ação e crescimento da militância na América Latina, de acordo a especialista argentina

em gênero, Cecília Palmeiro, a Quarta Onda Feminista seria "tipicamente latino-americana"[7].

Além das manifestações nas ruas contra cultura do estupro e por equidade salarial (como a Greve Internacional de Mulheres), o uso de *hashtags* (Ni Una Menos, Nem Uma a Menos, Meu Primeiro Assédio, etc.) para realizar denúncias e/ ou incentivar a pratica da sororidade[8] confirmam o cenário feminista.

A pesquisadora Marlise Matos (2010) fala sobre a possibilidade do surgimento de um feminismo horizontal de contexto Sul – Sul, desfazendo-se um pouco da dinâmica global Norte-Sul, tanto a níveis de manifestação política, quanto em estudos acadêmicos. Matos (2010) enumera demonstrações desta Quarta Fase:

> A possibilidade de se pensar esta suposta "quarta" onda recente do feminismo no Brasil (e talvez na América Latina) pode ser demonstrada por meio: 1) da institucionalização das demandas das mulheres e do feminismo por intermédio da elaboração, implantação e tentativas de monitoramento e controle de políticas públicas para as mulheres que tenham claramente o recorte racial, sexual e etário, bem como a busca do poder político, inclusive o parlamentar; 2) da criação de novos mecanismos e órgãos executivos de coordenação e gestão de tais políticas no âmbito federal, estadual e municipal; 3) dos desdobramentos oriundos da institucionalização, com a criação de organizações não-governamentais (ONGs), fóruns e redes feministas e, em especial, sob a influência das inúmeras redes comunicativas do feminismo transnacional e da agenda internacional das mulheres; e, finalmente, e ainda mais importante, por meio de 4) um novo *frame* para a atuação do feminismo, desta vez numa perspectiva trans ou pós-nacional que deriva daí um esforço sistemático de atuação em duas frentes concomitantes: uma luta por radicalização anticapitalista, por meio do esforço de construção da articulação entre feminismos horizontais, e de uma luta radicalizada pelo encontro de feminismos no âmbito das articulações globais de países na moldura Sul-Sul (p.69).

Neste ambiente em que o feminismo está em voga no cotidiano da mulher brasileira e fortemente ligado às particularidades de seu contexto sócio, histórico e econômico, faz-se pertinente estudar que discurso sobre este movimento está sendo produzido midiaticamente. Contudo, é preciso, inicialmente, apresentar a conjuntura na qual foram construídos os objetos de pesquisa desta Dissertação, a imprensa feminina.

[7] Declaração feita em entrevista concedida a Revista Cult, publicada em 14 de novembro de 2017.

[8] Relação de união, de afeição ou de amizade entre mulheres, semelhante à que idealmente haveria entre irmãs. 2. União de mulheres com o mesmo fim, geralmente de cariz feminista.
"sororidade", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, https://www.priberam.pt/dlpo/sororidade [consultado em 03-04-2018].

Capítulo 2 – Imprensa e a mulher: panorama da imprensa feminina no Brasil

A imprensa feminina se inicia em fevereiro de 1693 na Grã-Bretanha, com o periódico chamado *Lady's Mercury*. O novo mercado se espalhou pela Europa nos anos seguintes, sendo o *Courrier de la Nouveauté, Feuille Hebdomadaire à l'Usage des Dames*, do ano de 1758, o primeiro jornal francês do seguimento (Buitoni, 2009, p.30).

Países como Alemanha e Itália também lançaram periódicos com a temática no mesmo período, por meio dos títulos *Akademie der Grazien*, em 1774, e *Toilette*, no ano de 1770, *Biblioteca Galante*, ano: 1775, *e Giornale dele Donne*, em 1781, sendo os três últimos de origem italiana (Buitoni, 2009, p.30).

Nas Américas, a imprensa feminina iniciou nos Estados Unidos com o periódico *American Magazine*, porém o título que se tornou mais popular na época foi o *Ladie's Magazine*, do ano de 1828, de Sarah Hale. Hale lutava por uma melhor qualidade de vida para suas companheiras de sexo; sendo sua imprensa feminina definida por três marcas: "entretenimento, esclarecimento e serviço". "Era uma feminista que não falava de política; apenas defendia o direito da mulher à educação, como o mais essencial de todos" (Buitoni, 2009, p.30).

No Brasil, a imprensa feminina chegou após 130 anos de seu lançamento na Grã-Bretanha, juntamente com transferência da Corte Portuguesa para até então colônia em 1808. Somente com a chegada de D. João VI passou a ser permitida a existência da imprensa no território, o que até então era proibido (Buitoni, 2009, p.30).

O contexto do surgimento da imprensa feminina brasileira é peculiar e gira entorno da chegada da Família da Real. Durante o período colonial a participação da mulher na sociedade era mínima no que tangia às atividades fora do lar, considera-se que a mulher brasileira da época era uma mulher rural, já que a maioria da população vivia no campo (Buitoni, 2009, p.31).

Porém com a ida da corte para o Brasil aconteceram mudanças importantes nas estruturas sociais e econômicas, passou-se uma espécie de urbanização, da qual se fez necessária a participação das mulheres cariocas na vida da cidade, na corte (Buitoni,

2009, p.31). Segundo Dulcília Buitoni[9] (2009, p.31), autora referência em imprensa feminina brasileira, a moda tomou caráter de importância nesse período, principalmente para as mulheres do Rio de Janeiro, e mais ainda para aquelas que participavam do cotidiano da corte.

> As tendências europeias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda. A necessidade estava criada, havia, portanto, um mercado (Buitoni, 2009, p.31).

Para Buitoni (2009) os temas presentes no início da imprensa feminina no Brasil se resumiam a moda e literatura. De acordo com a pesquisadora, o primeiro periódico feminino brasileiro foi "O Espelho Diamantino", do Rio de Janeiro, datado de 1827, que se descrevia como "periódico de política, literatura, belas-artes, teatro e modas, dedicado às senhoras brasileiras" (p.32). O periódico teve 14 edições, e sua periodicidade era quinzenal (Costa apud. Buitoni, 2009, p.32).

Os títulos destinados ao público feminino rapidamente ganharam força e se espalharam por todo o país, porém, como acontecia com o restante da imprensa, era comum seu rápido desaparecimento (Buitoni, 2009, p.32).

O "Correio das Modas", de 1839, também do Rio de Janeiro, que tinha o subtítulo "jornal crítico e litterario das modas, bailes, theatros etc.", encerrou as publicações em 1841 e foi um dos periódicos mais duradouros da época (Buitoni, 2009, p. 32).

Somente no governo de D. Pedro II, na década de 1840, é que a imprensa brasileira, de forma geral, começou a se consolidar (Buitoni, 2009, p.33). Dentre os títulos femininos da época, destacam-se "Jornal das Senhoras", de 1852 a 1855, que provavelmente foi o primeiro a ter uma mulher trabalhando em sua redação.

Não há uma concordância entre pesquisadores sobre quem realmente teria sido esta jornalista: Gondin Fonseca afirma que D. Cândida do Carmo Souza Menezes teria sido a redatora (apud. Buitoni, 2009, p. 40), porém Nelson Werneck Sodré diz que o jornal foi fundado por Violante Ataliba Ximenes de Bivar e Velasco (apud. Buitoni,

[9] Referência recorrente e essencial nesta Dissertação de Mestrado, devido à importância de sua pesquisa sobre a imprensa feminina brasileira e sua história (e também por causa da escassez de produção acadêmica renomada nesta linha de estudos).

2009, p.40), outra possível redatora é Joanna Paula Manso de Noronha, mencionada nos Anais da Biblioteca Nacional (Buitoni, 2009, p. 40).

D. Violante Bivar e Velasco também tem seu nome associado ao periódico "O Domingo", de 1873 a 1875, e é considerada uma das primeiras jornalistas brasileiras. Títulos como "O Espelho" (de 1859 a 1860) e "O Jornal das Famílias" (de 1863 a 1878) tiveram Machado de Assis como colaborador. Segundo Dulcídia Buitoni (2009) a literatura escrita para os periódicos "correspondia, certamente, à expectativa das leitoras: literatura amena, de pura fantasia, sem nenhum fundamento na realidade" (p.41).

O primeiro periódico com caráter mais comprometido na busca pelos direitos femininos foi o "O Sexo Feminino", de 1875 a 1877, de Francisca Senhorinha da Mota Diniz. Ressalta-se o seguinte trecho do jornal, publicado em 25 de outubro de 1873:

> Queremos a nossa emancipação – a regeneração dos costumes; queremos rever nossos direitos perdidos; queremos a educação verdadeira que não se nos tem dado a fim de que possamos educar também nossos filhos; queremos a instrução para conhecermos nossos direitos, e deles usarmos em ocasião oportuna; queremos conhecer os negócios de nosso casal, para administrá-los quando a isso formos obrigadas; queremos enfim saber o que fazemos, o porque, o pelo que das coisas; queremos ser companheiras dos nossos maridos, e não escravas; queremos saber o como se fazem os negócios fora de casa; só o que não queremos é continuar a viver enganadas (Hahner apud. Buitoni, 2009, p.41).

Após dez anos de seu encerramento, em 1887, houve a retornança do periódico, que durou até 1889. Segundo Godin Fonseca "O Sexo Feminino" foi o "primeiro jornal do Brasil a defender com energia e bom senso os direitos da mulher, querendo-os iguais aos do homem" (apud. Buitoni, 2009, p.43).

Francisca Senhorinha da M. Diniz também foi responsável pelo título "O Quinze de Novembro do Sexo Feminino[10]", de 1890 a 1896, ainda de acordo com Fonseca, Francisca Senhorinha foi uma das principais pioneiras do feminismo no Brasil (apud. Buitoni, 2009, p.44).

É expressivo destacar o primeiro periódico feminino internacional que circulou no Brasil, chamava-se "*La Saison"* e era imprenso em Paris, posteriormente seu nome foi

[10] Uma referência à data 15 de Novembro de 1889, na qual foi Proclamada a República no Brasil.

adaptado para o português, sob o título A Estação. Era um "jornal ilustrado para a família; basicamente uma revista de modas com figurinos e bordados", posteriormente passou a ter, na época da mudança do nome, também conteúdo literário. Reconheciam-se como um "jornal de modas parisienses dedicado às senhoras brasileiras" (Buitoni, 2009, p. 42).

O jornal também apresentava ao público, com redação de Ignez Sabino, perfis de mulheres importantes na história. Quincas Borba, de Machado de Assis, foi publicado no periódico de 1886 a 1891, também Presciliana Duarte publicou poesias na "A Estação", entre elas, a poesia "Silente" (Buitoni, 2009, p.43).

Fora do eixo Rio de Janeiro- São Paulo também houve a ebulição da imprensa feminina, cidades nordestinas como Recife e Teresina tiveram seus periódicos. "A Borboleta", de 1904 a 1907, foi o primeiro do estado do Piauí a ter uma redação inteiramente feminina. (Buitoni, 2009, p. 46).

Em conclusão, Dulcília Buitoni (2009) afirma que durante o século XIX há duas tendências bem definidas de imprensa feminina brasileira, uma que perpetua valores tradicionais, a vida da mulher voltada para o lar, as virtudes domésticas, ideais de essência e qualidades femininas; por outro lado há uma imprensa de caráter mais progressista que defende a emancipação feminina, principalmente no aspecto educacional (p. 47).

Apesar do contexto particular de surgimento da imprensa feminina no Brasil, este foi parecido em sua conjuntura com o advento dos títulos femininos nos demais países no século anterior, sobre o assunto Dulcília Buitoni (2009) diz

> Provavelmente o surgimento de jornais ou revistas femininos estava relacionado com a ampliação dos papéis femininos tradicionais, circunscritos até então ao lar ou ao convento. E também com a evolução do capitalismo, que implicava novas necessidades a serem satisfeitas. De qualquer modo entre a literatura e as chamada artes domésticas, o jornalismo feminino já nasceu complementar, revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático (p. 30).

No século XX, a imprensa brasileira passa a integrar o movimento capitalista, e os jornais e revistas passam a ser vistos como negócios comerciais. A utilização da

fotografia foi um grande marco da época, “a imagem tomava mais e mais espaço ao texto, e já não dependia somente da litografia e da xilogravura” (Buitoni, 2009, p.51).

A despeito da evolução da imprensa brasileira em geral na entrada do século, a imprensa feminina manteve, inicialmente, os moldes do século XIX, continuavam a surgir revistas femininas pequenas e de curta duração, e em sua maioria criadas por pessoas (não por “empresas”).

Em 1914 surge um periódico de forte importância na história da imprensa feminina brasileira e que foge, em alguns aspectos, dessas características, a “Revista Feminina”, de Virginia de Souza Salles, de periodicidade mensal. A revista obteve tiragem de cerca de 30 mil exemplares e era distribuída por todo o país, concentrando-se no Estado de São Paulo (Buitoni, 2009, p.56).

“Revista Feminina” é considerada uma precursora das revistas femininas modernas, já que oferecia um conteúdo mais robusto e variado, além de um maior número de páginas (Buitoni, 2009, p. 56/58).

> Revista Feminina se destaca pela sua formulação mais “completa”, qualidade que os veículos até então dedicados às mulheres ainda não haviam encontrado. Com efeito, as folhas e revistas femininas normalmente traziam moda e literatura; algumas traziam conselhos na área de educação e higiene e seções pequenas de beleza, culinária, etc. Mas não existia nenhuma “revista” dedicada inteiramente a mulher, com número razoável de páginas. [...] Foi um veículo que explorava mais a potencialidade de seu público, ao oferecer uma variedade maior de seções, que ocupavam um espaço razoável. Ela compartimentalizava melhor o dito “universo feminino” e preenchia melhor cada uma das divisões (trabalhos manuais, psicologia, beleza, notas sociais, culinária, etc.) (Buitoni, 2009, p. 56/58).

A Revista se definia como “especialmente dedicada às senhoras, ocupando-se de artes, letras, modas, poesia, contos, informações, conhecimentos úteis, etc.”, defendia em sua editoria os direitos da mulher, em especial o voto feminino (Buitoni, 2009, p. 56). Segundo Buitoni (2009), não era uma revista meramente comercial, apesar da qualidade de sua edição, diagramação e grande número de páginas, “havia um certo ideário a defender”. A revista foi publicada até 1935 (p. 56).

As transformações com o avançar do século XX aconteceram. Dulcídia Buitoni (2009) divide a história da imprensa feminina brasileira, fazendo um paralelo com a história de imprensa feminina francesa por Evelyne Sullrot, em três momentos de

acordo com vocativo utilizado: dama/senhora, mulher, consumidora (p. 187/ 188). No século XIX, os textos, principalmente de moda e literatura, dedicados ao público feminino eram mais formais, assim como o restante da imprensa, e o pronome "senhora" era o mais usado (Buitoni, 2009, p. 189).

Ainda no século XIX surge o tratamento "mulher", porém muitas vezes encoberto pelo termo "senhora", que era o mais usual e educado à época. O tratamento "mulher" aparece nos periódicos que defendiam os direitos femininos, como exemplo, tem-se o periódico citado "O Quinze de Novembro do Sexo Feminino", que apesar de seu caráter emancipatório, ainda empregava o termo senhora (Buitoni, 2009, p.193). Diferentemente da imprensa feminina francesa, Buitoni afirma que "senhora" e "mulher" coexistiram durante anos na imprensa feminina brasileira, chegando o tratamento "senhora" ainda a ser utilizado no século XX.

Sobre a imprensa feminista no Brasil, a autora afirma que esta nunca atingiu importância e volume quando comparadas com a francesa (Buitoni, 2009, p. 193). Acerca da imprensa feminista, podem-se salientar as publicações "Brasil Mulher" e "Nós Mulheres".

O "Brasil Mulher" foi lançado em 1975, em Londrina, no Estado do Paraná, por Joana Lopes em plena Ditadura Militar. Neste contexto, o jornal publicava mais sobre a questão dos presos políticos, anistia, e a luta contra a ditadura, do que sobre a temática feminista em si. Segundo Joana Maria Pedro (2006), a maioria das editoras e integrantes do jornal pertencia ao PC do B[11] (p. 255), ou a APML[12], ou MR8[13] (Leite apud. Pedro, 2006, p. 256).

Em 1976 foi lançado o "Nós Mulheres", financiado por Ruth Escobar. Diferentemente do "Brasil Mulher", o periódico se propunha a ter a mulher como seu eixo principal. Sua equipe era formada por cerca de 20 mulheres que não participavam "oficialmente" dos movimentos políticos organizados (Morais apud. Pedro, 2006, p.268). Segundo Rosalina de Santa Cruz Leite o jornal era integrado por mulheres que haviam chegado do exterior, ex- exiladas, pertencentes ao Círculo de Mulheres de Paris,

[11] Partido Comunista do Brasil.
[12] Ação Popular Marxista Leninista.
[13] Movimento Revolucionário 8 de Outubro.

vinculadas à vertente Debate, "dissidência política" iniciada no período do exílio e formada por ex- militantes da VPR[14], da VAR-Palmares[15] e do PCB[16], mas também por mulheres autônomas (apud. Pedro, 2006, p. 268).

Houve uma espécie de disputa entre os dois periódicos, "Brasil Mulher" e "Nós Mulheres", sobre o assunto Joana Pedro (2006) explica

> [...] o Nós mulheres foi considerado mais direcionado ao feminismo, ao passo que o Brasil Mulher estaria mais preso às lutas consideradas gerais. Por seu lado, o Nós Mulheres era acusado de "dividir a luta dos trabalhadores", de ser uma luta burguesa, porque somente a burguesia é que se interessava na "luta da mulher". Perguntavam, ainda: "de que maneira a mulher vai se libertar se é o capitalismo que oprime?". E era preciso primeiro lutar pelo fim da ditadura, para depois buscar os direitos da mulher. Evidentemente, essa disputa discursiva promoveu respostas de parte a parte. O jornal Brasil Mulher incorporou, progressivamente, temáticas específicas do feminismo, e, desse modo, o Nós Mulheres, em vários momentos, reforçou seu comprometimento com a luta pela democracia (p. 268).

O último tratamento, "consumidora", ganhou força a partir da década de 1940. Dulcídia Buitoni (2009) afirma que os periódicos passaram a serem "catálogos de anúncios" com algumas matérias que explicassem "sua denominação de revistas ou jornais" (p.194). Neste contexto "o ser feminino interessa apenas pela sua capacidade de consumir, reconhecidamente maior (ou será que foi preparada durante séculos para isso?) que o homem" (p. 193/194).

Uma perspectiva de análise da história da imprensa feminina no Brasil levantada por Dulcídia Buitoni (2009) é a questão dos vocativos. A autora afirma que o tratamento dado ao público usando a segunda pessoa é padrão da imprensa destinada às mulheres. Os textos sempre se apresentam às leitoras com "intimidade de amiga" (mesmo que de maneira formal, como nos artigos do século XIX), "como se estivessem conversando com ela[s]" (p.191).

> Esse jeito coloquial, que elimina a distância, que faz as ideias parecerem simples, cotidianas, frutos do bom senso, ajuda a passar conceitos, cristalizar opiniões, tudo de um modo tão natural que praticamente não há defesa. A razão não se arma para uma conversa de amiga. Nem é preciso raciocinar argumentos complicados: as coisas parecem que sempre foram assim. Ou

[14] Vanguarda Popular Revolucionária.
[15] Vanguarda Armada Revolucionária Palmares.
[16] Partido Comunista Brasileiro.

> então é apenas um momento de emoção, cujo único requisito é sentir junto (Buitoni, 2009, p.191).

Baseando-se em Jakobson, Buitoni (2009) diz que esta função conotativa é uma "verdadeira armadilha linguística para apanhar despreparado o espírito das mulheres" (p. 191). As sentenças vocativas e imperativas geralmente presentes nos textos da imprensa feminina, "deixe, faça, vista, use, corra, descanse, etc.", não permitiriam contestação; "o tom amistoso escamoteia a contestação e até a simples dúvida" (p.191).

Afirmando sua compreensão, a pesquisadora (2009, p.192) comenta como os textos "menos alienantes" da imprensa feminina, de caráter mais informativo, distanciam-se da função conotativa e usam, geralmente, a terceira pessoa, de cunho impessoal.

O "novo" também é considerado por Dulcídia Buitoni (2009) como uma categoria da prática da imprensa feminina. A autora afirma que esta marca surgiu por volta dos anos de 1900, mas se tornou evidente na década de 1930 e ganhou força com os passar do tempo. Porém a pesquisadora deixa claro que este "novo" notório na imprensa destinada as mulheres "trabalha num nível secundário", não é progressista ou vanguarda, é um novo destinado ao consumo, a aparência, ao campo do superficial (p. 195).

> Não é novo revolucionário, crítico, conscientizador. Não é a busca da modernidade que instaura novas formas de apresentação da realidade. É o novo pelo novo, por fora, de superfície. É o novo que se originou talvez na moda, sistema que exige mudanças a cada estação. Se a imprensa feminina nasceu veículo de difusão de moda, dificilmente se afastaria desse novo, razão de ser de seu assunto principal. E o novo acabou contaminando qualquer conteúdo que fosse incluído em páginas dedicadas à mulher (Buitoni, 2009, p. 195).

A própria mulher presente nas publicações foi, aos poucos, ficando mais nova, de "damas/madames" passaram a "garota/jovem" (Buitoni, 2009, p.195). Dulcídia Buitoni (2009) reitera o caráter conservador do "novo" na imprensa feminina brasileira e afirma que este se dá por causa do sistema político; com base em Michelle Mattelart, declara que

> [...] a ordem capitalista é interpretada não como uma fase transitória do progresso histórico, mas sim como a forma absoluta e definitiva de produção

> social. Daí a característica universal desse modelo modernista [...] pelas revistas ilustradas femininas. Trata-se de um modelo construído à base de um estereótipo de mulher de estrato socioeconômico muito acomodado, em uma sociedade industrializada do bloco capitalista (p.197).

Segundo a autora, o público feminino ao desfrutar dos signos do novo tem a falsa sensação de integrar o arquétipo de vida de um país desenvolvido. E certifica que os momentos em que a imprensa feminina fomenta a "extensão dos valores estéticos de uma classe", ou seja, inclusão de perfis minoritários ou a incorporação de temáticas mais progressistas, etc. acontecem porque o mercado precisa de mudança e renovação. O "novo", "quando a globalização operada pelas multinacionais impulsiona a "democratização" do gosto, temos um fator a mais de exploração" (Buitoni, 2009, p.197).

Dulcídia (2009) exemplifica esta concepção com a integração de pautas feministas às revistas femininas: "divulga-se o feminismo porque está na moda [...] e não porque se pretende defender os direitos da mulher ou promover transformações em nosso contexto social" (p.198).

Na imprensa feminina, segundo a autora (2009), a mulher sempre está relacionada, mesmo que de maneira indireta, aos seus papéis sociais básicos: dona de casa, esposa, mãe. Com o passar do tempo aconteceram pequenas mudanças, há, por exemplo, o fortalecimento do papel de namorada (a partir dos anos 1960), mas não se trata de uma mudança de caráter estrutural. Há também uma adaptação do texto ao presente, porém o conteúdo permanece quase o mesmo: "a mulher só é comparada a qualidade ou defeitos dentro dos paradigmas abrangidos pelos seus papéis básicos" (Buitoni, 2009, p.200).

Desta maneira, a mulher acaba, de acordo com Buitoni (2009), sempre sendo representada, nos textos da imprensa feminina, mais por virtudes, qualidades e/ou defeitos, usando-se os verbos de estado, do que por seus desempenhos/atividades, verbos de ação (p.200).

À vista disso, Dulcídia Buitoni (2009) classificou algumas décadas dentro da imprensa feminina brasileira no século XX pelo tipo de mito, imaginário, que esta criava em torno da figura feminina: 1900 – a mulher é o oásis no deserto; 1910 – a mulher é a mãe que sofreu com a guerra; 1920 – a nova mulher é a sacerdotisa da

beleza; 1940 – a mulher é um dos tipos psicológicos personificados por artistas de cinema; 1950 – a mulher é esperta o bastante para não ofuscar ou cansar o namorado; 1960 - a mulher é a dona de casa que começa a descobrir sua insatisfação; 1970 - a mulher é a garota livre que passa um dia de chuva com seu namorado; 1980 – a mulher é a adolescente que escreve sobre seu dia a dia/ mulher tem que seguir modelos de beleza; 1990 – a menina tem que se proteger na transa/ a mulher sexy sabe sugerir o uso da camisinha (p.201).

Este retrato de uma imprensa estereotipada e "idealista" a respeito da mulher mostra aspectos pouco característicos do jornalismo e de forte cunho opinativo/ideológico. Sobre este traço ideológico, Dulcídia (2009) ressalta que é por meio desta marca que "a imprensa funciona como instrumento de coesão social e legitimação política" (p.208).

> A imprensa feminina informa pouco, mas forma demais. Antes de tudo, é uma imprensa de convencimento. Se a informação é eminentemente narrativa, a imprensa feminina prefere a dissertação e descrição [...]. A informação dirigida à mulher consubstancia, quase sempre, uma trivialidade repetitiva. Então, o texto feminino, mesmo contando casos, ou dando exemplos, tem o sentido básico de dissertar. Em geral, ele nos diz como deve ser a mulher (Buitoni, 2009, p.208).

"Opinativo, normativo, didático, dissertativo", com essas características textuais, segundo Buitoni (2009), o discurso da imprensa feminina brasileira não poderia abordar mulheres reais, ocupando-se de construir um imaginário que versa sobre uma "mulher genérica, sem tempo, espaço, nem classe. É apenas uma mulher moderna, feliz em cumprir seus papeis predeterminados com a ajuda dos bens que a civilização lhe proporciona. A mulher é pasteurizada, universalizada, em nome do consumo" (p.209).

> Verdadeira mulher de papel, que conserva fracos pontos de contato com a realidade. Num país de mestiços, a negra raramente surge em revistas femininas, a não ser como manequim exótico. Da mesma forma, com toda a colônia japonesa que possuímos, a oriental também não tem vez [...] (Buitoni, 2009, p. 209).

Novas propostas surgiram no século XXI com o suposto objetivo de representar as mulheres reais e o verdadeiro universo feminino, tradicionalmente excluídos da imprensa feminina. O advento da era digital possibilitou de maneira mais efetiva a

criação dessas novas propostas, já que o barateamento dos meios de produção e divulgação, antes confinados às mãos das grandes empresas de comunicação, possibilitou que mais pessoas pudessem ter acesso e se envolvessem na prática da imprensa feminina.

O atual fervor da Quarta Onda do Feminismo também acrescenta insatisfação à imprensa feminina tradicional, obrigando-a a incorporar temáticas feministas nas suas publicações, sofrendo, inclusive, de uma espécie de dualidade: devem-se incluir abordagens de caráter feminista, mas sem deixá-las totalmente explicitas, já que isto poderia afastar aquelas leitoras que se identificam com o conteúdo original da publicação; porém se faz necessária aproximação, a fim de agradar a demanda pró-feminismo. Este fenômeno é notório nas revistas femininas impressas e online.

Outra caraterística típica do início deste século é a aproximação do público com a imprensa feminina graças à internet. Além das opções de hiperlinks, conteúdo audiovisual, etc., as sessões de comentários, as redes sociais e os fóruns de discussão possibilitaram, além da comunicação, que o público pudesse exercer uma maior pressão sobre os editoriais das publicações e interferir de maneira mais concreta no conteúdo que deseja ver. A questão do feminismo comentada acima pode ser um exemplo.

A atualidade se mostra um espaço de transição, no qual, graças à internet, a imprensa feminina está presente de diversas formas: de sua maneira tradicional (ainda retrato do século XX, com foco no consumo feminino capitalista), de maneira híbrida (mistura-se uma nova abordagem, mas ainda com o capitalismo como plano de fundo), e uma forma "alternativa" (que procura um novo tratamento sobre o universo feminino, e que visa o consumo de forma consciente).

2.1. Considerações sobre a imprensa feminina brasileira: uma breve reflexão sobre discurso, representação e identidade

"A linguagem diz coisas, e a imprensa feminina, sendo linguagem, diz a mulher" (Buitoni, 2009, p.11). A afirmação de Dulcídia Buitoni sobre a imprensa feminina releva o papel desta sobre a vida e percepções de seu público, as mulheres.

Ao se estudar a imprensa feminina, explora-se os campos da representação midiática, identidade, discurso e imaginário sobre as mulheres e para as mulheres; consequentemente se pensa também sobre o contexto histórico, ideológico e social das publicações e de seu público.

Compreende-se a linguagem como uma peça social, pensa-se que esta não é neutra, nem imparcial; mas que carrega consigo mecanismos que marcam sua exterioridade, a realidade que a permeia. O sujeito que dela faz uso está presente sócio, histórico e ideologicamente, logo, este a utiliza sócio, histórico e idelogicamente, sendo capaz de compor, influenciar, desmontar discursos, e também de ser atingidos por estes.

A linguagem utilizada pela imprensa feminina (aqui vista, de forma geral, como sujeito), e consequentemente o discurso por ela construído aponta para as mulheres, seu público, qual sua função diante da sociedade brasileira, quais devem ser seus comportamentos e interesses, que espaços devem ocupar. De maneira sutil, por meio de representações e constituição do imaginário social, a imprensa feminina utiliza da linguagem presente em seus conteúdos para elaborar discursos e assim dizer à mulher o que é ser mulher.

> Representar implica uma figura e no que ela significa, ou seja, numa forma e em seu sentido. O sentido é que dá caráter simbólico à representação [...] nas representações sociais de gênero, existe a forma (figura) homem /mulher e o sentido (significação) do que é ser homem ou ser mulher. O que significa ser homem e ser mulher varia histórica e culturalmente (Arcanjo apud. Teixeira, 2014, p.81).

As representações feitas pela imprensa feminina sobre as mulheres não condizem com a realidade, assim como qualquer representação, são uma espécie de reprodução, imitação; mas estas acabam por dar sentido ao que é ser mulher. A esfera representativa alcança o imaginário social relativamente ao que é ser mulher, e também a identidade das mulheres (público).

> A representação é um processo de construção de sentidos e não um reflexo da realidade. Ela se constitui partir da natureza das formações discursivas em que foram concebidas, as relações de poder, os elementos da dominação e da resistência. Ao representar, são firmadas identidades. Esta dimensão da representação torna-se ainda mais evidente ao se tratar da imprensa e seu poder de influenciar as crenças, os valores, as identidades e a memória social (Teixeira, 2014, p. 81).

A representação da mulher e do universo feminino tem a capacidade de moldar a identidade das mulheres que são o público da imprensa feminina, desta maneira influenciam em seu comportamento e valores. Tradicionalmente a imprensa feminina se autoconstituiu como um guia de vida para suas leitoras, marcando, por meio de suas editorias e conteúdo, um padrão idealizado do universo feminino, um padrão praticamente inalcançável para maioria das mulheres brasileiras e que não aborda a pluralidade feminina.

Portanto a imprensa feminina tem o poder de ditar/orientar as mulheres sobre quem elas devem ser, que espaços devem ocupar, como devem se comportar, quais devem ser seus interesses e o que devem consumir (o aspecto capitalista da imprensa feminina é de extrema relevância, como levantamos anteriormente neste capítulo). A imprensa voltada para o feminino, como uma instituição detentora de poder[17], é uma entidade considerada legítima para produzir sentido e ditar estas regras.

> Ao representar a figura feminina, a imprensa constrói, projeta e estabiliza identidades sociais, em processos definidos histórico e culturalmente. Assim, as representações cristalizam-se em formas textuais e se associam a outros discursos. Dessa forma, a imprensa é um instrumento poderoso na constituição da memória social, as representações do real veiculadas pelos meios de comunicação inscrevem-se na memória e fazem parte de nosso imaginário, na medida em que constroem as narrativas que sustentam a ideia de nação e de identidade nacional, pois adquiriram um status institucional que lhes autoriza a interpretar e produzir sentidos sobre o social que são aceitos consensualmente pela sociedade (Teixeira, 2014, p.81/82).

É preciso salientar que a imprensa feminina não é a criadora dos discursos a respeito do universo feminino, não é a única responsável por representações errôneas sobre as mulheres. Os discursos nunca estão sozinhos, estes sempre estão ligados a outros discursos que já existiam ou que ainda vão existir. O sujeito do discurso, imprensa feminina, nesse contexto, trata-se da entidade ratificada para validar discursos, para mostrar o que é verdadeiro ou não.

Sobre as mulheres, público da imprensa feminina, deixa-se claro que estas não são vistas como alienadas, massa acrítica, ou recepção que segue e repete exatamente o que a emissão ordena. Considera-se que as mulheres são plurais enquanto público, e por meio de sua realidade social e cultural interpretam o mundo ao seu redor, inclusive a

[17] Em Michel Foucault (ver capítulo 4, tópico 4.1 – Estudos sobre Discurso).

imprensa feminina. Serge Moscovici (2005) afirma: “nossas ideias, nossas representações são sempre filtradas através do discurso de outros, das experiências que vivemos, das coletividades às quais pertencemos” (p.201).

O objetivo deste capítulo foi, além de mostrar o aspecto hitórico da imprensa voltada para as mulheres no Brasil, fazer uma análise crítica sobre esta historicidade e sua influência, e refletir sobre a capacidade condicionante da imprensa feminina. Resta-se expectar que caminhos a imprensa feminina vai tomar daqui para frente. E, este Trabalho de Dissertação ambiciona descortinar, por meio do entendimento histórico e das teorias do discurso, alguns aspectos desta conjuntura na atualidade.

Capítulo 3 - Revistas femininas brasileiras online: Marie Claire, TPM e AzMina

Diante da pergunta-norteadora deste Trabalho de Dissertação: qual discurso as revistas femininas brasileiras online constroem sobre o feminismo para as mulheres? Foram selecionadas três revistas brasileiras online de notoriedade midiática e distintos perfis para compor este estudo e responder à questão central.

As escolhas foram realizadas em função de preencher o seguinte quadro: uma revista de caráter tradicional, uma híbrida (que mistura elementos do tradicional com aspectos inovadores) e uma revista "alternativa". Optou-se, então, pelas revistas online: Marie Claire, TPM e AzMina, respectivamente. Acredita-se, desta forma, estar formando um cenário amplo e diverso capaz de responder com mais segurança à proposta.

Também se pretendia que outra revista de linha tradicional, a Cosmopolitan, pertencente à Editora Abril, integrasse os objetos de pesquisa. Entretanto devido à razões burocráticas da plataforma de assinatura online da editora não foi possível ter acesso ao conteúdo da mesma. Portanto, esta Dissertação conta com três objetos de estudo, o que já se acredita ser um painel satisfatório e que possibilita o alcance dos objetivos pretendidos.

A opção por revistas presentes nas plataformas digitais e não impressas, por exemplo, acontece por se tomar como real a possibilidade de estar ocorrendo uma Quarta Onda do Feminismo no Brasil. Levando em consideração que uma particularidade importante desta Fase seria a movimentação por meio da internet, a escolha pelo meio online se mostra acertada.

Passe-se, então, para a apresentação dos objetos, no qual é mostrado um pequeno perfil para cada revista brasileira online, com a finalidade de se conhecer mais a fundo os objetos analisados.

3.1. Caráter tradicional: Marie Claire

A revista Marie Claire iniciou suas publicações em 1937 na França, posteriormente se lançando aos mercados estrangeiros e tendo forte crescimento, atualmente está presente em países como Austrália, China, Estados Unidos, França, Inglaterra, Japão, Malásia e Taiwan.

> Em março de 1937 aparece a Marie Claire, uma revista semanal já com uma nova filosofia de consumo. Eram 800 mil exemplares difundindo uma visão otimista, um ar de luxo em suas páginas (apesar do preço barato), sempre chamando a atenção para a praticidade e a economia. Mesmo versando sobre o supérfluo, a revista vai se acrescentar um caráter de prática e útil (Buitoni, 2009, p.189).

No Brasil, a versão nacional começou suas atividades em 1991, sob a responsabilidade da Editora Globo. O título se define como

> uma revista com personalidade forte, dirigida a mulheres inteligentes e bem resolvidas, [que] mostra toda a riqueza do universo feminino ao reunir reportagens polêmicas ao glamour da moda, depoimentos reveladores e divertidos sobre sexo e relacionamento, informações úteis de saúde e beleza[18] (Editora Globo, s/a).

Figura 1: Capas das edições de Janeiro, Fevereiro e Março de 2018 da Marie Claire, edições que analisadas nesta Dissertação.



Março de 2018 | Fevereiro de 2018 | Janeiro de 2018

Fonte: Revista Marie Claire Online[19]

[18] Trecho retirado do site da Editora Globo. Acessado em 05 de abril de 2018.
[19] *Printscreen* feito em 05 de abril de 2018 do Site da Revista Marie Claire.

Marie Claire Brasil deixou sua marca na história da imprensa feminina brasileira em muitos momentos, dos quais se destaca, na década de 1990, a campanha "Camisinha é sexy", para incentivar a comunidade feminina a adotar o uso do preservativo. "Marie Claire inova usando formatos publicitários para fazer uma campanha de "utilidade pública"" (Buitoni, 2009, p.202).

Hoje, quando define o perfil de seu público no Brasil, a revista afirma ter cerca de 800 mil leitores, sendo que 92% são mulheres, 69% de classe A/B, 53% tem idade entre 18 e 44 anos. De acordo com a revista 83% das leitoras compram com o próprio cartão de débito/crédito, 69% trabalham, 81% tem interesse em "profissão/mercado de trabalho", 88% creem que as mulheres devem trabalhar fora.

A revista também traça as características de sua audiência no quesito moda e beleza. Para a Marie Claire, 75% de seu público tem interesse em moda, 44% usam perfume importado, 86% utilizam esmalte nas unhas, 84% tem interesses em assuntos relacionados à beleza e estética, 56% frequentaram o salão de beleza nos últimos 15 dias e 90% utilizam maquiagem.

Quanto à revista em si, esta tem tiragem de 233 mil exemplares/mês e periodicidade mensal. Em seu site, a Maria Claire garante ter sido a primeira revista feminina no Brasil a criar uma página na internet, e tem mais de 10 milhões de visualizações por mês. Os dados acerca do número de assinantes unicamente da versão online não são divulgados[20]. Outro aspecto tradicional da revista é a sua nítida divisão entre conteúdo do site e da revista (imprensa e online); a revista online só pode ser acessada por assinantes.

3.2. Caráter híbrido: TPM

A publicação Trip Para Mulheres, TPM, pertence à Editora Trip e foi fundada no ano 2001 sob o conceito de ser uma revista diferente das típicas publicações femininas.

[20] Todas as informações foram obtidas por meio do Mídia Kit Marie Claire, do ano 2015, acessado em 05 de abril de 2018.

> Com uma abordagem natural e cheia de originalidade, a Tpm traz os temas e debates mais instigantes do universo feminino por meio de matérias que expressam o dia a dia das mulheres que não se viam refletidas nas páginas das revistas femininas convencionais. A revista nasceu com o objetivo de atender às mulheres insatisfeitas com o tratamento dispensado a elas pela maioria das publicações femininas do país. Com um conteúdo moderno, inteligente e inovador, a *Tpm* expressa a realidade de mulheres com total acesso à cultura e à informação e que querem refletir sobre a sua condição, o mundo e a vida com leveza e inteligência (Editora Trip[21], s/a).

De acordo com a pesquisadora Dulcídia Buitoni (2009), a TPM possui "matérias inteligentes e aprofundadas, ao lado de seções de roteiro cultural e comentários humorísticos – coisa rara na imprensa feminina", além de uma diagramação diferenciada, divergindo da maioria das revistas femininas brasileiras. A autora também afirma que a revista propõe outras formas de consumo, porém ainda englobando um preceito capitalista (p.207).

Para Buitoni (2009) a TPM tem semelhanças com a revista estadunidense Ms. Magazine, de 1972, de caráter híbrido. A publicação se propunha a "ser um periódico feminista que tivesse muita venda em banca", tentava-se "conciliar publicidade, consumo e um ideário de defesa da mulher" (p.207/208).

Porém a dificuldade de manter um caráter híbrido ("de promover uma irmandade, um tipo de união da diversidade, e articular com finalidades comerciais") na imprensa feminina é grande (Buitoni, 2009, p.208). Amy E. Farrel fala "a história dessa revista [Ms. Magazine] me fez simultaneamente pessimista a respeito do sucesso de qualquer possibilidade híbrida como a Ms., e convicta de que precisamos de mais experimentos como esse" (apud. Buitoni, 2009, p.208).

[21] Informação retirada do site da Editora Trip. Acessado em 06 de abril de 2018.

Figura 2: Edição de março de 2018 da TPM, duas capas diferentes[22]



Fonte: Site TPM[23]

Referente ao seu público, a TPM declara que 92% são mulheres, 88% tem ensino superior completo, 35% são casadas, 29% solteiras, 36% comprometidas, 69% tem idade entre 26 e 45 anos.

A respeito da revista em si, a TPM atualmente também tem caráter híbrido em relação a sua periodicidade, que não é específica, sendo lançadas algumas edições especiais impressas durante o ano, porém estas também ficam disponíveis online[24]. Antes do ano de 2017, a revista tinha periodicidade mensal com tiragem de 35 mil exemplares por mês.

Quanto ao site da revista, este recebe aproximadamente 600 mil visualizações por mês, de 257 mil internautas, destes 92% são mulheres[25].

[22] Em suas edições impressas, a Revista TPM apresenta duas opções de capa para que o público possa escolher qual gosta mais para adquirir.

[23] *Printscreen* feito em 5 de abril de 2018. Disponível em https://revistatrip.uol.com.br/index.php/tpm/revistas .

[24] Informação obtida juntamente com a TPM por meio da rede social Facebook em 21 de setembro de 2017.

[25] Todas as informações foram obtidas por meio do Mídia Kit Trip (TPM), do ano 2016, acessado em 05 de abril de 2018.

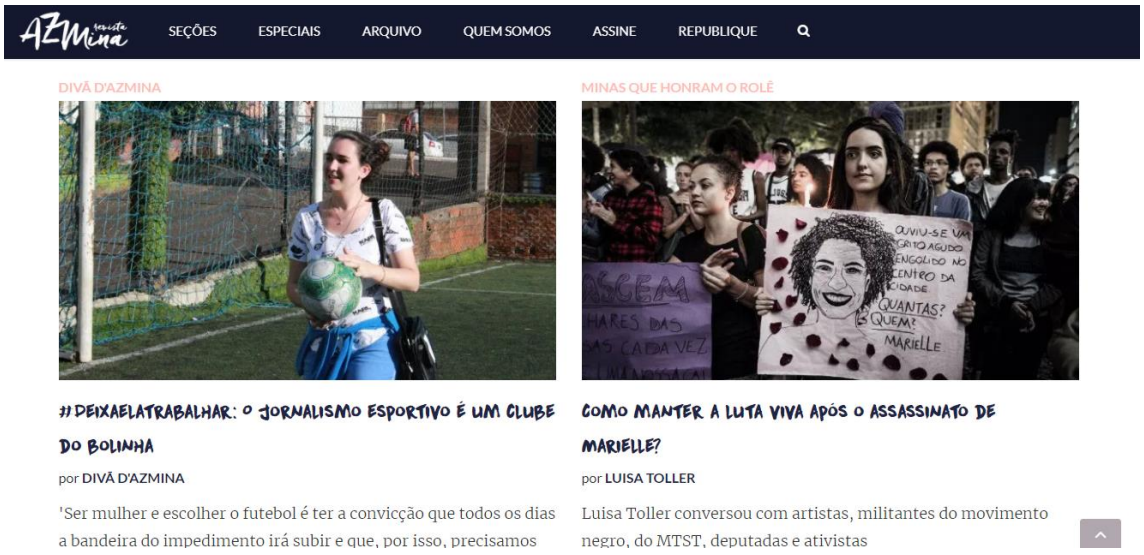
3.3. Caráter alternativo: AzMina

AzMina é uma revista independente, não estando associada a nenhuma editora. Sua formação inicial era composta por 10 mulheres, que começaram suas atividades em setembro de 2015 por meio de financiamento *crowdfunding*[26].

A revista ainda se sustenta por meio de financiamentos em forma de doações e clubes de assinatura (no qual as(os) assinantes podem escolhem os valores de 10, 20, 35 ou 50 reais[27] por mês, e passam a integrar o Conselho Editorial de Leitores, participando de sorteios de livros, ingressos para espetáculos artísticos, etc.). O conteúdo da revista é inteiramente gratuito e está disponível unicamente online.

A revista também tem outro núcleo associado, na área educacional, que realiza palestras e conferências sobre questões relacionadas à mulher e ao feminismo, entretanto este Trabalho de Dissertação somente abordará AzMina enquanto revista.

Figura 3: *Printscreen* da Revista AzMina



Fonte: Site Revista AzMina [28]

[26] Financiamento coletivo, geralmente organizado online.
[27] Cerca de 2,12; 4,20; 7,43; 10,61 euros, respectivamente. Valor da cotação 1euro = 4,71 reais, em 30 de setembro de 2018.
[28] *Printscreen* realizado em 6 de abril de 2018. Disponível em https://azmina.com.br/ .

Quanto ao público, a revista afirma que em seu primeiro ano recebeu mais de um milhão e 800 mil usuários em seu site (no qual fica hospedada a revista), e tem cerca de 4400 novos usuários por mês. AzMina também dá informações sobre suas páginas nas redes sociais, no *Facebook*, por exemplo, declaram que 89% de seus seguidores são mulheres, 32% entre 18 e 24 anos de idade, e 34% entre 25 e 34 anos.[29]

Os três objetos de pesquisa aqui apresentados são uma demonstração dos diversos tipos de revistas femininas disponíveis online no Brasil, abrangendo as de linha tradicional, híbrida (resultado de uma tentativa mais consciente de capitalismo), e a de linha alternativa (mais recente, desenvolvida por pessoas comuns – neste Trabalho representado pela AzMina – e possibilitadas pelo barateamento dos meios de produção e ascensão da internet). A partir do próximo capítulo será abordado o Discurso e sua Análise, e como estes são entendidos nesta Dissertação.

[29] Informações obtidas por meio do Mídia Kit da Revista AzMina, solicitado junto à Revista por e-mail em 9 de abril de 2018.

Capítulo 4 – Metodologia de trabalho: Análise do Discurso

Com a finalidade de responder à pergunta norteadora desta pesquisa: "qual discurso sobre o feminismo as revistas femininas brasileiras online constroem para as mulheres?", adotou-se como metodologia de trabalho a Análise do Discurso[30].

Entretanto antes de se abordar a prática metodológica deste trabalho, faz-se necessário um preâmbulo a fim de elucidar como o discurso e sua análise são percebidos teoricamente nesta Dissertação de Mestrado.

4.1. Estudos do Discurso

Segundo Helena H. N. Brandão (2006), com base em Maingueneau, foram os estudiosos russos os primeiros a incluírem os estudos do discurso no campo da linguística. Estes buscavam ultrapassar "a abordagem filológica ou impressionista que até então dominava os estudos da língua" (Brandão, 2006, p.13), porém o advento da corrente estruturalista fez com pesquisas sobre a temática não avançassem, já que os estruturalistas procuravam analisar a estrutura do texto, sem levar em consideração fatores referentes à sua exterioridade.

Nos anos de 1950 surgiu o ambiente propício para a iniciação da Análise do Discurso como disciplina científica. Ainda segundo Brandão (2006) foram os trabalhos de Harris e de R. Jakobson e E. Benveniste que destacaram estes cenários e marcaram as diferenças das linhas de pesquisa americana e europeia, respectivamente (p.13).

Na perspectiva americana, representada aqui por Harris, vê-se a Análise do Discurso como uma continuação do estudo linguístico "tradicional", pois "transfere e aplica procedimentos de análise de unidades da língua aos enunciados e se situa fora de qualquer reflexão sobre a significação e as considerações sócio-históricas de produção" (Brandão, 2006, p.14).

Na vertente de pesquisa europeia, iniciada por R. Jakobson e E. Benveniste, este último fala sobre o papel do locutor que se apropriaria da língua para enunciar sua posição, esta afirmação

[30] Abreviada para AD (Análise do Discurso).

> [...] dá relevo ao papel do sujeito falante no processo da enunciação e procura mostrar como acontece a inscrição desse sujeito nos enunciados que ele emite. Ao falar em "posição" do locutor, ele levanta a questão da relação que se estabelece entre o locutor, seu enunciado e o mundo [...] (Brandão, 2006, p.14).

Destaca-se, desta forma, uma exterioridade existente ao texto que era ignorada nos estudos anteriores. Mostra-se uma relação entre o sujeito que enuncia, o contexto em que se enuncia e o enunciado. Por levar em consideração que estes três itens interferem e refletem um no outro, este Trabalho de Dissertação adotará a linha europeia da AD, de matriz francesa.

A opção por esta vertente da Análise do Discurso se explica por não se considerar que a linguagem possa ser neutra, pelo contrário, acredita-se que a linguagem está fortemente relacionada ao contexto sócio-histórico que a permeia e aos indivíduos e instituições que dela fazem uso.

A "Escola Francesa de Análise do Discurso", segundo Maingueneau (apud. Brandão, 2006, p.16), tem como uma de suas bases a interdisciplinaridade comum à tradição intelectual francesa de unir estudo de um texto e estudo de história. A AD de matriz francesa surge de "uma articulação entre a linguística, o marxismo e a psicanálise" (Brandão, 2006, p.16).

Por meio dessa interdisciplinaridade, a vertente francesa da AD se desenvolveu em cima de dois conceitos-chave: ideologia e discurso, sendo Louis Althusser e Michel Foucault os grandes representantes desses conceitos, respectivamente (Brandão, 2006, p.18).

Louis Althusser, em seu livro Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado, realiza um projeto de tentativa de uma teoria geral das ideologias, fugindo de teorias voltadas unicamente para uma ideologia específica. Mas apontou as dificuldades de formular tal conceito geral

> [...] uma teoria das ideologias repousa em última análise na história das formações sociais, portanto na dos modos de produção combinados nas formações sociais e da história das lutas de classes que nelas se desenvolvem. Neste sentido, é claro que não se pode formular uma teoria das ideologias em geral, pois que as ideologias [...] têm uma história, cuja determinação em última instância se encontra, como é evidente, fora das ideologias em si, embora dizendo-lhes respeito (Althusser, 1970, p.71).

Dentro dessas questões, Althusser (1970) afirma que a ideologia (em geral) não tem uma história, tendo somente cada ideologia específica uma história própria. Porém o filósofo não enxerga este cenário com negatividade, afirma que é uma particularidade da ideologia possuir uma organização e um funcionamento que a tornam uma "realidade não histórica" (p.74).

Althusser aproxima seu conceito de ideologia ao de inconsciente de Freud, comparando-as e afirmando que, assim como o inconsciente, a ideologia é eterna por não ter história.

> [...] a ideologia não tem história, pode e deve (e de uma maneira que não tem absolutamente nada de arbitrário, mas que é pelo contrário teoricamente necessária, porque existe uma ligação orgânica entre as duas proposições) ser posta em relação directa com a proposição de Freud segundo a qual *o inconsciente* é *eterno*, isto é, não tem história. Se eterno não quer dizer transcendente a toda a história (temporal) mas omnipresente, trans-histórico, portanto imutável na sua forma ao longo da história, retomarei, palavra por palavra, a expressão de Freud e direi: *a ideologia* é *eterna* como o inconsciente (Althusser, 1970, p.75).

A partir dessas premissas, Louis Althusser desenvolve duas teses (dentro da tese principal) sobre ideologia. A primeira sobre o aspecto imaginário desta e a segunda sobre a materialidade da ideologia. Tese 1: "A ideologia representa a relação imaginária dos indivíduos com as suas condições reais de existência" (Althusser, 1970, p.77).

Com este pensamento Althusser (1970) afirma que se tratando de ideologias, abordam-se formas de "concepções de mundo" que são "imaginárias", sem conexão concreta à realidade, porém que fazem "alusão à realidade" (p.78). Em resumo, ideologia seria uma ilusão sobre o mundo que faz alusão a realidade desse próprio mundo. Para o autor basta "interpretá-las [as ideologias] para reencontrar, sob a sua representação imaginária [...], a própria realidade desse mundo" (Althusser, 1970, p.78).

Louis Althusser (1970) diz que alusão à realidade presente na ilusão é referente à relação dos indivíduos com as suas condições de existência reais. Portanto, a alusão à realidade não está diretamente conectada as condições de existência reais, mas sim com a ligação dos indivíduos a essas condições. "É esta relação que está no centro de toda a representação ideológica, portanto imaginária, do mundo real. É nesta relação que está

contida a “causa” que deve dar conta da deformação imaginária da representação ideológica do mundo real” (p.81).

Passa-se à Tese 2: “A ideologia tem uma existência material”. Althusser (1970) ao se referir aos Aparelhos Ideológicos do Estado afirma que cada aparelho é a realização de uma ideologia, que é amparada pela ideologia dominante. Segundo o autor “uma ideologia existe sempre num aparelho, e na sua prática ou nas suas práticas” (Althusser, 1970, p. 84); e é desta existência que provem a materialidade da ideologia. Por exemplo:

> [...]Esta crença releva (para todos os que vivem numa 'representação ideológica da ideologia, que reduz a ideologia a ideias dotadas por definição de existência espiritual) das ideias desse mesmo individuo, portanto dele, como sujeito possuindo uma consciência na qual estão contidas as ideias da sua crença. Através do dispositivo “conceptual” perfeitamente ideológico assim estabelecido (um sujeito dotado de uma consciência em que forma livremente, ou reconhece livremente, as ideias em que crê), o comportamento (material) do dito sujeito decorre naturalmente. O indivíduo em questão conduz-se desta ou daquela maneira, adopta este ou aquele comportamento prático e, o que é mais, participa em certas práticas reguladas, que são as do aparelho ideológico de que “dependem” as ideias que enquanto sujeito escolheu livremente, conscientemente. Se crê em Deus, vai à Igreja para assistir à Missa, ajoelha-se, reza, confessa-se, faz penitência [...] e naturalmente arrepende-se, e continua, etc. Se crê no Dever, terá comportamentos ,correspondentes, inscritos nas práticas rituais, “conformes aos bons costumes”. [...] Em todo este esquema verificamos portanto que a representação ideológica da ideologia é obrigada a reconhecer que todo o “sujeito”, dotado de uma “consciência” e crendo nas “ideias” que a sua “consciência” lhe inspira e que aceita livremente, deve *“*agir segundo as suas ideias”, deve portanto inscrever nos actos da sua prática material as suas próprias ideias de sujeito livre. Se não faz, “as coisas não estão bem” (Althusser, 1970, p. 85/ 86/87).

Desta maneira, Althusser declara que os indivíduos realizam atos de acordo com a ideologia em que acreditam. Estes atos estão inseridos nas práticas que o aparelho ideológico desta ideologia profere, se assim não o fazem, é porque não estão totalmente de acordo com as ideias que aparentam acreditar; e se realizam outros tipos de atos, é porque se identificam com outros tipos de ideias.

O filósofo sustenta que toda ideologia, apesar de ser composta por um fator imaginário, tem a sua materialidade no comportamento do indivíduo que nela crê. Para o autor os atos desses indivíduos fazem parte das práticas guiadas pelo aparelho ideológico; sobre as práticas Althusser (1970) fala que estas são reguladas por rituais.

A partir de todos esses elementos se percebe que a despeito do caráter imaginário da ideologia, a sua materialidade se dá de muitas formas: diante de um indivíduo que acredita em sua ideologia, a sua "crença é material", porque "suas ideias são actos materiais inseridos em práticas materiais, reguladas por rituais materiais que são também definidos pelo aparelho ideológico material de que relevam ideias desse sujeito" (Althusser, 1970, p.89).

Sobre os aparelhos que realizam as ideologias, os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE): Althusser (1970) é influenciado por Karl Marx e seus conceitos sobre dominação de classe -, o autor desenvolve as teorias de Aparelhos do Estado (AE) – de natureza repressiva - e Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). Os AIE seriam as instituições como família, escola, igrejas, imprensa, cultura, etc.

Helena Brandão (2006), sobre os pensamentos de Althusser, diz que todo o enfoque da ideologia dominante está centralizado nos AIE, e que esta "hegemonia ideológica" é valorosa para "se criar as condições necessárias para reprodução das relações de produção" (p.23). Para Brandão

> Toda ideologia tem por função constituir indivíduos concretos em sujeitos. Nesse processo de constituição, a interpelação e o (re)conhecimento exercem papel importante no funcionamento de toda ideologia. É através desses mecanismos que a ideologia, funcionando nos rituais materiais da vida cotidiana, opera a transformação dos indivíduos em sujeitos. O reconhecimento se dá no momento em que o sujeito se insere, a si mesmo e a suas ações, em práticas reguladas pelos aparelhos ideológicos. Como categoria constitutiva da ideologia, será somente através do sujeito e no sujeito que a existência da ideologia será possível (Brandão, 2006, p.26).

O elemento central para a existência da ideologia é o sujeito, por meio dele que a materialidade da ideologia é exercida. É (a sua crença refletida no) seu comportamento, dentro das práticas reguladas pelos rituais dos AIE, que permite a realização/existência da ideologia.

A conceituação de ideologia em Althusser é um dos pilares para entender a AD de matriz francesa. Parte-se, agora, para a segunda palavra-chave, o discurso (em Foucault), na exploração sobre as bases da Análise do Discurso.

Segundo Brandão (2006), Michel Foucault entende o discurso como uma espécie de "dispersão", constituindo-se de itens que não estão conectados por qualquer princípio

de unificação. Seria o papel da Análise do Discurso delinear essa dispersão e estabelecer “regras capazes de reger a formação dos discursos; tais regras, chamadas por Foucault de "regras de formação", possibilitariam a determinação dos elementos que compõem o discurso” (p.32).

> Essas regras que determinam, portanto, uma "formação discursiva" se apresentam sempre como um sistema de relações entre objetos, tipos enunciativos, conceitos e estratégias. São elas que caracterizam a "formação discursiva" em sua singularidade e possibilitam a passagem da dispersão para a regularidade. Regularidade que é atingida pela análise dos enunciados que constituem a formação discursiva (Brandão, 2006, p.32/33).

Por formação discursiva se deve entender:

> É preciso, pois, compreender um feixe complexo de relações que funcionam como regra: ele prescreve o que deve ser correlacionado em uma prática discursiva, para que esta se refira a tal ou tal objeto, para que empregue tal ou tal enunciação, para que utilize tal ou tal conceito, para que organize tal ou tal estratégia. Definir em sua individualidade singular um sistema de formação é, assim caracterizar um discurso ou um grupo de enunciados pela regularidade de uma prática. (Foucault, 2008, p.82).

Foucault define discurso como “um conjunto de enunciados que tem seus princípios de regularidade em uma mesma formação discursiva" (apud. Brandão, 2006, p.33). Para Brandão (2006) a análise das formações discursivas é a discriminação dos enunciados que as constituem. Tendo o enunciado como o elemento primordial para a formação de um discurso.

Foucault caracterizou quatro atributos que formam o enunciado: o primeiro seria o referencial: "é a condição de possibilidade do aparecimento, diferenciação e desaparecimento dos objetos e relações que são designados pela frase". Assim, o enunciado, por sua função de existência, "relaciona as unidades de signos que podem ser proposições ou frases com um domínio ou campo de objetos" (Machado apud. Brandão, 2006, p. 33).

A segunda característica seria referente à relação do “enunciado com seu sujeito”. Foucault não enxerga o sujeito como o ser criador do discurso, o sujeito é visto como uma “função vazia”, um lugar a ser preenchido por diversos indivíduos de acordo com as circunstâncias e com enunciado formulado; mostra-se que no interior do discurso, o sujeito pode alcançar diferentes *status* (Brandão, 2006, p.35).

O terceiro atributo está relacionado à existência de um domínio adjunto ao enunciado que o agrega a um conjunto de enunciados, pois não existem enunciados isolados. “[...] Não existe enunciado em geral, enunciado livre, neutro e independente; mas, sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, apoiando-se neles e se distinguindo deles [...]” (Foucalt apud. Brandão, 2006, p.36).

A última característica se refere à condição material do enunciado, “que o faz emergir como objeto” (Brandão, 2006, p.36). Por conseguinte, entende-se como enunciado

> [...] a modalidade de existência própria desse conjunto de signos [...]; que lhe permite estar em relação com um domínio de objetos, prescrever uma posição definida a qualquer sujeito possível, estar situado entre outras performances verbais, estar dotado, enfim, de uma materialidade repetível (Foucault, 2008, p.121).

Michel Foucault (2008) reconhece a dificuldade de definição e atribuição de unidades ao enunciado. Em seu livro Arqueologia do Saber, o autor compara o enunciado à proposição, a frase e ao ato de fala, mas este escapa a todos esses, já que o enunciado pode se fazer presente nestes itens, mas não se restringe somente a eles, sendo maior em sua extensa acepção (p.91/92/93/94/95).

Foucault (2008) chega à conclusão de que o enunciado e a língua “não estão no mesmo nível de existência” (p.96). A língua, e os signos que a compõe, “são formas que se impõem aos enunciados e que os regem de seu interior” (Foucault, 2008, p.96).

> [...] os enunciados não existem no sentido em que uma língua existe e, com ela, um conjunto de signos definidos por seus traços oposicionais e suas regras de utilização; a língua, na verdade, jamais se apresenta em si mesma e em sua totalidade; só poderia sê-lo de uma forma secundária e pelo expediente de uma descrição que a tomaria por objeto; os signos que constituem seus elementos são formas que se impõem aos enunciados e que os regem do interior. Se não houvesse enunciados, a língua não existiria; mas nenhum enunciado é indispensável à existência da língua (e podemos sempre supor, em lugar de qualquer enunciado, um outro enunciado que, nem por isso, modificaria a língua). A língua só existe a título de sistema de construção para enunciados possíveis; mas, por outro lado, ela só existe a título de descrição (mais ou menos exaustiva) obtida a partir de um conjunto de enunciados reais (Foucault, 2008, p.96).

Ao relacionar o enunciado e sua aplicação, sua expressão, na língua, Foucault (2008) afirma que o este não pode ser esgotado nem na língua, nem no sentido, mesmo necessitando destes para "existir". O enunciado é "único como acontecimento", porém pode ser alterado, repetido, reativado, "porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem" (p. 32).

Por fim, Foucault (2008) afirma que o enunciado não é um arranjo fixo, mas sim uma espécie de função "que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço" (p.98). Dentro desta função não existem unidades próprias.

Ainda em relação aos aspectos internos que envolvem o discurso, Foucault (1996) destaca procedimentos "que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação, de distribuição", abordando a dimensão "do acontecimento e do acaso" no discurso (p.21).

O primeiro seria o comentário, o teórico explica que na maioria das sociedades há narrativas que "se contam, se repetem e se fazem variar; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se narram conforme circunstâncias bem determinadas; coisas ditas uma vez e que se conservam, porque nelas se imagina haver algo como um segredo ou uma riqueza" (Foucault, 1996, p.22).

Há, ainda, uma discrepância entre os discursos presentes na sociedade, "os discursos que "se dizem" no correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam" (Foucault, 1996, p.22). Esse desnível entre os discursos, segundo Foucault, cria uma relação de solidariedade entre eles, porque proporciona a estruturação de novos discursos:

> [...] o fato de o texto primeiro pairar acima, sua permanência, seu estatuto de discurso sempre reatualizável, o sentido múltiplo ou oculto de que passa por ser detentor, a reticência e a riqueza essenciais que lhe atribuímos, tudo isso funda uma possibilidade aberta de falar. Mas, por outro lado, o comentário não tem outro papel, sejam quais forem as técnicas empregadas, senão o de dizer *enfim* o que estava articulado silenciosamente no *texto primeiro.* Deve, conforme um paradoxo que ele desloca sempre, mas ao qual não escapa

> nunca, dizer pela primeira vez aquilo que, entretanto, já havia sido dito e repetir incansavelmente aquilo que, no entanto, não havia jamais sido dito. A repetição indefinida dos comentários é trabalhada do interior pelo sonho de uma repetição disfarçada: em seu horizonte não há talvez nada além daquilo que já havia em seu ponto de partida, a simples recitação. O comentário conjura o acaso do discurso fazendo-lhe sua parte: permite-lhe dizer algo além do texto mesmo, mas com a condição de que o texto mesmo seja dito e de certo modo realizado (Foucault, 1996, p.25).

Além do comentário, outro princípio levantado por Foucault seria a figura do autor. O autor não é visto como o indivíduo que falou ou escreveu o texto, mas sim "como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência" (Foucault, 1996, p.26). O filósofo deixa claro que nem em todas as formas de discurso o autor é valorizado, nas conversas cotidianas, por exemplo, a figura do autor é "dispensada", por outro lado em meios como a literatura e filosofia, o ato de conferir um autor é uma regra (Foucault, 1996, p.27).

O próximo elemento elucidado pelo teórico é o da disciplina, que se define como

> [...] um domínio de objetos, um conjunto de métodos, um corpus de proposições consideradas verdadeiras, um jogo de regras e de definições, de técnicas e de instrumentos: tudo isto constitui uma espécie de sistema anônimo à disposição de quem quer ou pode servir-se dele, sem que seu sentido ou sua validade estejam ligados a quem sucedeu ser seu inventor (Foucault, 1996, p.30).

Michel Foucault (1996), em complemento, explica que para que um axioma pertença a uma disciplina é preciso que esta cumpra requisitos pré-definidos, que são mais complexos do que simplesmente se tratar de algo verdadeiro ou não. "Por exemplo, para que uma proposição fosse "botânica" era preciso que ela dissesse respeito à estrutura visível da planta, ao sistema de suas semelhanças próximas ou longínquas ou à mecânica de seus fluidos" (p.32), etc. Segundo o filósofo a disciplina é "princípio de controle de produção do discurso" (Foucault, 1996, p.36).

> Tem-se o hábito de ver na fecundidade de um autor, na multiplicidade dos comentários, no desenvolvimento de uma disciplina, como que recursos infinitos para a criação dos discursos. Pode ser, mas não deixam de ser princípios de coerção; e é provável que não se possa explicar seu papel positivo e multiplicador, se não se levar em consideração sua função restritiva e coercitiva (Foucault, 1996, p.36).

O último princípio (citado nesta Dissertação) levantado por Foucault (1996) é referente ao sujeito, que objetiva não permitir que todos tenham alcance sobre o discurso. Este elemento determina aos indivíduos que pronunciam o discurso condições e regras, limitando seu acesso (p.36/37).

> A forma mais superficial e mais visível desses sistemas de restrição é constituída pelo que se pode agrupar sob o nome de ritual; o ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam (e que, no jogo de um diálogo, da interrogação, da recitação, devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados); define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso; fixa, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção (Foucault, 1996, p.38/39).

Há outros aspectos do discurso de forte relevância, que vão além dos elementos e procedimentos internos que o constituem. Foucault levanta características de uma perspectiva exterior, sob um prisma social: a dinâmica de existência do discurso na sociedade.

O principal traço exterior seria o fato do discurso também ser objeto de desejo (Foucault, 1996, p.10). Foucault (1996) afirma que o discurso "não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; [...] o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar" (p.10).

Michel Foucault (1996) esclarece este pensamento falando sobre o conceito de "vontade de verdade", e diz como esta vontade foi se modificando (ou sendo modificada) com o passar dos séculos:

> [...]Nos poetas gregos do século VI, [...] discurso verdadeiro pelo qual se tinha respeito e terror, aquele ao qual era preciso submeter-se, porque ele reinava, era o discurso pronunciado por quem de direito e conforme o ritual requerido; era o discurso que pronunciava a justiça e atribuía a cada qual sua parte; [...] profetizando o futuro, não somente anunciava o que ia se passar, mas contribuía para a sua realização, suscitava a adesão dos homens e se tramava assim com o destino. Ora, eis que um século mais tarde, a verdade a mais elevada já não residia mais no que *era* o discurso, ou no que ele *fazia*, mas residia no que ele *dizia:* chegou um dia em que a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciação, para o próprio enunciado: para seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação a sua referência. Entre Hesíodo e Platão uma certa divisão se estabeleceu, separando o discurso

> verdadeiro e o discurso falso [...]. Essa divisão histórica deu sem dúvida sua forma geral à nossa vontade de saber. (p. 14/15/16).

> [...] por volta do século XVI e do século XVII (na Inglaterra sobretudo), apareceu uma vontade de saber que, antecipando-se a seus conteúdos atuais, desenhava planos de objetos possíveis, observáveis, mensuráveis, classificáveis; uma vontade de saber que impunha ao sujeito cognoscente (e de certa forma antes de qualquer experiência) certa posição, certo olhar e certa função (ver, em vez de ler, verificar, em vez de comentar); uma vontade de saber que prescrevia (e de um modo mais geral do que qualquer instrumento determinado) o nível técnico do qual deveriam investir-se os conhecimentos para serem verificáveis e úteis. Tudo se passa como, se a partir da grande divisão platônica, a vontade de verdade tivesse sua própria história [...] (Foucault, 1996, p.16/17).

A vontade de verdade em nossa sociedade é institucionalizada, segundo Foucault (1996), esta é reproduzida e reforçada por um grupo de costumes e práticas e pela forma como o saber é executado. Como exemplos são colocados o "sistema de livros, da edição, das bibliotecas" (p.17), e até mesmo a pedagogia.

Segundo o autor, a vontade de verdade apoiada no aparato institucional é uma forma de poder de coerção, já que este suporte institucional exerceria sobre os outros discursos uma pressão (Foucault, 1996, p.18). Esta vontade de verdade não é evidente, está disfarçada como a própria verdade, e isto acontece porque o que se encontra por trás da vontade de verdade é desejo e poder; e esta não reconhece estes atributos que a atravessam. Assim se enxerga a vontade de verdade como conhecimento, riqueza, produtividade; e não sua face opressiva. (Foucault, 1996, p.20).

> [...] só aparece aos nossos olhos uma verdade que seria riqueza, fecundidade, força doce e insidiosamente universal. E ignoramos, em contrapartida, a vontade de verdade, como prodigiosa maquinaria destinada a excluir todos aqueles que, ponto por ponto, em nossa história, procuraram contornar essa vontade de verdade e recolocá-la em questão contra a verdade. (Foucault, 1996, p.20).

Esta introdução aos estudos referentes à Análise do Discurso com base em seus teóricos essenciais, Althusser e Foucault, permite que se façam algumas reflexões importantes para esta pesquisa a partir dos pensamentos de Michel Pêcheux. Com suporte no autor, levanta-se conclusões sobre a AD, Discurso e sujeito na AD.

Pêcheux, que foi responsável por produzir uma "crítica marxista da concepção foucaultiana do discurso" (Brandão, 2006, p.38), juntamente com Fuchs elaborou o quadro epistemológico da AD com três áreas de conhecimento: "1º - O materialismo

histórico, como teoria das formações sociais e suas transformações; 2º- A linguística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação; 3º - A teoria do discurso, como a teoria da determinação histórica dos processos semânticos" (Brandão, 2006, p.38).

Pêcheux se baseia nas concepções de ideologia (Althusser) e de discurso (Foucault) para chegar a essas convicções, e afirma que o discurso acaba por ser um aspecto material da ideologia (apud. Brandão, 2006, p. 47).

> Pode-se afirmar que o discurso é uma espécie pertencente ao gênero ideológico. Em outros termos a formação ideológica tem necessariamente como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas. Isso significa que os discursos são governados por formações ideológicas. São as formações discursivas que, em uma formação ideológica específica e levando em conta uma relação de classe, determinam "o que pode e deve ser dito" a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada (Brandão, 2006, p.48).

Nesta linha de pensamento, chega- se à ilação de que o processo discursivo é um sistema de produção de sentidos, o discurso seria um "lugar onde emergem significações" (Brandão, 2006, p.42), e isso se daria a partir da formação ideológica da qual este discurso pertence. Mais uma vez, fica evidente o caráter situacional da língua na AD, onde esta é influenciada pelo seu exterior, e no qual o sentido das palavras varia de acordo com as formações discursivas em que estão inseridas. Pecheux (1997) esclarece

> O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc., não existe "em si mesmo" (isto é, em uma relação transparente com a literalidade de significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas). Poderíamos resumir essa tese dizendo: as palavras, expressões e proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas [...] nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito [...]. (p. 160).

Desta maneira chegamos, finalmente, ao sujeito na AD, para Pêcheux; assim como nas concepções de Althusser, seria a ideologia que transformaria os indivíduos

(ou não-sujeitos) em sujeitos. O teórico diz que “os indivíduos são 'interpelados' em sujeitos-falantes (em sujeito de seu discurso) pelas formações discursivas que representam 'na linguagem' as formações ideológicas que lhes correspondem” (apud. Brandão, 2006, p. 79).

Pêcheux (1997) vê esse processo de assujeitamento através de uma perspectiva linguística, no qual o sujeito, além de sujeito pela ideologia, é também sujeito do seu discurso. O autor explica que

> Podemos agora precisar que a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): essa identificação, fundadora da identidade (imaginária) do sujeito, apoia-se no fato de que os elementos do interdiscurso [...] que constituem, no discurso do sujeito, os traços daquilo que o determina, são re-inscritos no discurso do próprio sujeito (Pêcheux, 1997, p.163).

Enfim, pode-se dizer que a AD é uma metodologia de pesquisa complexa e fluida, e através de sua interdisciplinaridade consegue alcançar respostas profundas (e também, de certa forma, subjetivas) sobre os objetos pesquisados.

Faz parte da AD, de matriz francesa, a “luta contra a cristalização do conhecimento” (Brandão, 2006, p. 104), sendo um campo de pesquisa problematizador e que abarca o estudo material e sócio-histórico, e por estes motivos escolhida como metodologia para este Trabalho de Dissertação. Entretanto, antes de partirmos para o estudo da Análise do Discurso das Revistas Femininas, faz-se necessário entender, um pouco, como se dá o discurso na imprensa.

4.2. O discurso na Imprensa

Ao se propor a Análise do Discurso da imprensa feminina, no âmbito das revistas online, torna-se necessária uma ambientação acerca de como o discurso se manifesta e se desenvolve no meio. É essencial esclarecer que nesta Dissertação a imprensa e o Jornalismo não são considerados um espelho da realidade, e sim prática de construção, representação do real.

Segundo Gaye Tuchman (apud. Vizeu, 2003, p.107) a notícia auxilia na composição da realidade, sendo a notícia que define e desenha o acontecimento. “A

notícia está permanentemente definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo fenômenos sociais" (Vizeu, 2003, p.108).

Para Alfredo Vizeu (2003, p.108) a construção da notícia não se limita somente às técnicas e regras de produção jornalísticas, o pesquisador diz que é no "trabalho de enunciação[31] que os jornalistas produzem discursos". "As formas da enunciação jornalística são marcadas por processos de raciocínio ou cadeias de razões que visam determinados efeitos de reconhecimento (apreensão, compreensão pela audiência) [...]" (Vizeu, 2003, p.115). Apoiando-se em Fausto Neto, Vizeu (2003) afirma que a enunciação "é uma espécie de tomada de posição, a instância que estrutura o valor do dito" (p.111).

A enunciação na imprensa tem um caráter particular, já que a linguagem, neste meio, não é somente um campo de ação, mas um campo de dimensão constitutiva; ou seja, a linguagem está direcionada para um sentido que retrata (e constrói) o lugar do outro, estando fundamentada em regras e normas pré-determinadas (Vizeu, 2003, p. 112). "O discurso jornalístico se insinua como uma espécie de saber explicativo dos processos sociais" (Vizeu, 2003, p.112).

As regras internas do fazer jornalístico interferem em seu discurso, e consequentemente em seus atos de enunciação. Tais regras estimulam normas de vários campos, seja vocabulário, gramática, técnicas profissionais, produção de notícias, etc. Pensa-se que a enunciação jornalística é regulada por macrocódigos: "a língua, as matrizes culturais, as regras sociais, a ética e as ideologias" e por microcódigos: "como os códigos particulares estabelecidos pelas empresas de comunicação, por exemplo, os manuais de redação, mas também os [...]critérios de noticiabilidade" (Vizeu, 2003, p.112).

Para Vizeu (2003) o silêncio é uma variante que constitui o discurso jornalístico (p.114). Segundo o professor mesmo quando o discurso jornalístico está correto, bem próximo da realidade, este é atravessado por uma diferenciação entre a "dimensão referencial" e a "dimensão significante", e por outro lado a "dimensão expressiva" e o "sentido da representação discursiva". Seriam nesses intervalos destas "diferentes

[31] "Ação de produzir o enunciado" (Resende, 2007, p.82).

dimensões da enunciação que um silêncio constitutivo e indizível, mas cheio de sentidos heterogêneos, se instala. É, no fundo, com esse silêncio que o discurso jornalístico dialoga" (Vizeu, 2003, p.114/115).

As fontes de informação e de opinião também refletem no discurso da imprensa, estas diminuem a autonomia do jornalista e podem manipular a informação a seu benefício ou interesses. A escolha do tipo de fontes também é um aspecto relevante, para legitimar sua enunciação (e enunciado), os jornalistas recorrem a fontes oficiais (governamentais, de instituições públicas ou privadas de valor, etc.) ou indivíduos e entidades de notório saber – remetendo a concepção de vontade de verdade, de Foucault, na qual estes tipos de fontes são atestados como legítimos por pertencerem a instituições de poder produtoras de saber/verdade.

Pode-se também enxergar a imprensa, de modo geral e caráter tradicional, como um aparato institucionalizado da vontade de saber, uma instituição detentora do poder de "produzir" verdade.

> Trata-se de pensar que é dada ao campo do jornalismo a tarefa de produzir saber acerca dos acontecimentos do mundo, tarefa que lhe é outorgada tanto porque detém a tecnologia — uma força maquínica incomensurável — como também porque outras instituições produtoras de saber — estas, de caráter pedagógico — conferem aos que proferem os discursos da mídia o direito da fala. A partir desses lugares, pelo desejo e pelo poder, revestidos da vontade de verdade, os discursos jornalísticos tornam-se expressões máximas do que é verdadeiro; e é com eles, vale dizer, que construímos os nossos modos de compreender e ver o mundo, visões que tecem nossa percepção do outro e nossa maneira de lidar com o diferente ou o semelhante (Resende, 2007, 83).

A imprensa também pode ser considerada um Aparelho Ideológico do Estado (AIE) – segundo teorias de Althusser – já que também assume a responsabilidade de manter o *status quo* e a ideologia dominante.

Trazendo a questão do discurso jornalístico e vontade de verdade para a era digital, depara-se com um novo cenário: dito por Fernando Resende (2007) como um "processo de polarização de falas", que "fazem saltar aos olhos uma situação que é específica do contemporâneo e que tem absoluta relação com o próprio avanço tecnológico: os relatos nos chegam com mais velocidade, de todos os lados, por vários meios e de diversas formas" (p.84).

O crescimento tecnológico aproximou o mundo, fazendo com informações de lugares longínquos, antes de difícil acesso, cheguem com mais força e velocidade. O consequente barateamento dos meios de produção fez com que indivíduos, que anteriormente assumiam somente o papel de receptor de conteúdo midiático, tivessem a possibilidade também de produzir (evento que pode ser observado na Revista AzMina). Estes recentes contornos traçam novos parâmetros para o cenário midiático e jornalístico.

O novo tipo de produção midiática especificamente online não é comparado, no Brasil, em números de audiência e público às grandes empresas de comunicação de massa, redes de televisão ou rádio; entretanto seu alcance tem sido cada vez maior, e diferentemente dos veículos tradicionais, estes tem um público mais segmentado - segundo o autor Chris Anderson, trata-se de uma cultura de nichos em expansão. Além do aspecto mais "independente" da produção de conteúdo online, ressalta-se que também se faz presente nas plataformas digitais a imprensa tradicional e as grandes empresas de comunicação.

Com o aumento da polarização e pulverização das falas típica deste contexto, torna-se notória a vontade de verdade no discurso da imprensa (Resende, 2007, p.85). Apesar das diversas vozes que podem enunciar, todas se igualam no aspecto da vontade de verdade, todas tentam, por meio de seu discurso e seu lugar como sujeito, tornar a sua verdade a "verdadeira".

> [...]Ou seja, quem fala através dos meios continua sendo aquele que se pensa mais legítimo para falar; trata-se de uma questão de alternância de papéis ou de poderes no espaço mediático, pois quem fala é sempre um eu buscando deslegitimar um outro" (Resende, 2007, 88).

Lembra-se da fala de Foucault, na qual o autor afirma que as instituições não admitem a vontade de verdade que as atravessam, e afirmam a sua vontade de verdade como a própria verdade. Resende (2007) coloca que o fazer da imprensa e suas regras também sustentam e disfarçam essa vontade de verdade, já que as técnicas jornalísticas valorizam a objetividade, imparcialidade, configuram-se em uma comunicação limpa,

características que aproximam o discurso do real, e consequentemente do seria a verdade (p. 87).

Observa-se que as mesmas dinâmicas existentes nos demais discursos também se fazem presentes no discurso jornalístico. E que as particularidades do discurso jornalístico, como a sua enunciação e suas técnicas de produção também refletem na construção desse discurso.

Tendo em perspectiva estas concepções sobre discurso e discurso na imprensa, parte-se para a estruturação metodológica da Análise do Discurso das Revistas Femininas Brasileiras Online.

4.3. Análise do Discurso das revistas femininas brasileiras online

Sob o objetivo de verificar a hipótese desta Dissertação, no qual se acredita que as revistas femininas brasileiras online estão se apropriando do feminismo em seu conteúdo, e passam a construir um discurso positivo devido a sua forte popularidade; e responder à pergunta norteadora: qual discurso as revistas femininas brasileiras online constroem sobre o feminismo para as mulheres? Estrutura-se a Análise do Discurso das revistas femininas brasileiras online Marie Claire, TPM e AzMina em três fases:

1. Inicialmente, define-se indicadores de feminismo, que serão chamados de marcadores discursivos, estes que possibilitam encontrar os enunciados referentes ao feminismo nos textos das revistas. Estes marcadores funcionam como uma espécie de disciplina (aspecto interno do discurso), que promove certa ordenação e classificação do discurso, a fim de organizar o estudo inicial e viabilizar o acesso ao discurso sobre feminismo, que seguramente não está evidente.

   Marcadores pré-definidos: **feminismo** e suas variadas vertentes, feminismo liberal, feminismo marxista, feminismo radical, feminismo negro, feminismo lésbico, transfeminismo, feminismo de terceiro mundo e as demais perspectivas que possam surgir. São acrescentados os marcadores **classe**, **etnia e raça**, **sexualidade** e **idade**, que já estão incorporados aos estudos e nas políticas ditas feministas (e de gênero). Também são incluídos os marcadores com temáticas adjacentes ao feminismo – já que o discurso não é construído somente

quando se fala do movimento em si, mas também dos temas que o cercam e que existem dentro do mesmo -, como **aborto**, **sororidade**, **empoderamento**, **maternidade**, **mulher transexual**, **casamento lésbico** e **transexual**, **equidade salarial**, **trabalho feminino**, **dupla jornada**, **representatividade**, **estereótipos femininos**, **objetificação feminina**, **violência contra mulher**, **feminicídio**, **cultura do estupro**, **assédio**, **misoginia**, **racismo**, **classismo**, **lesbofobia**, **transfobia**, **gordofobia** e **xenofobia**. Marcadores voltados para a realidade brasileira da mesma forma são adotados, como: **reforma da previdência: aposentadoria feminina**, a questão de **"ideologia de gênero"**[32], o caso de **Marielle Franco**[33], **mídia feminista** e ***hashtags*** e **campanhas feministas**.

Os marcadores discursivos foram escolhidos levando em consideração as questões presentes tanto na academia, envolvendo estudos feministas e de gênero, quanto politicamente, representado pelas pautas e assuntos que compõe a militância feminista.

Também é relevante deixar claro que as palavras que compõem os marcadores não necessariamente estarão presentes nos textos selecionados, os marcadores discursivos estão relacionados aos assuntos existentes nas publicações (disciplina).

O levantamento, baseado nos marcadores discursivos, é realizado sobre as publicações dos meses de janeiro, fevereiro e março de 2018 das revistas femininas que compõe os objetos de pesquisa desta Dissertação. Acredita-se que o período de três meses seja satisfatório para responder a pergunta-problema com precisão. Os meses selecionados assim o foram por serem os mais atuais possíveis diante dos prazos de entrega e conclusão desta pesquisa. A viabilidade de incluir o mês de março, mês do Dia internacional da Mulher[34], é vista como

[32] Expressão usada pelos críticos aos estudos de gênero, utilizada, principalmente no contexto de construção e implementação do Plano Nacional de Educação, por aqueles contrários à abordagem das temáticas de gênero nas salas de aula brasileiras por acreditarem que essas "doutrinariam" crianças e adolescentes.

[33] Vereadora fluminense assassinada, no Rio de Janeiro, em 14 de março de 2018. Marielle Franco era socióloga e militante feminista voltada para o ativismo a favor dos direitos humanos, em especial da mulher e população negra, LGBT e das comunidades-favelas cariocas.

[34] 8 de Março.

uma mais-valia, já que neste período se costuma realizar matérias e reportagens sobre questões e problemáticas femininas.

2. A partir da pesquisa realizada na primeira fase, as publicações textuais selecionadas são analisadas em conformidade com a Análise do Discurso. Adota-se um enfoque avaliativo e comparativo, tendo em conta a fonte da publicação, a realidade da população feminina brasileira e das revistas femininas no Brasil; sustentando um dos princípios da Análise do Discurso: estudo do texto e sua exterioridade. São destacados trechos de 9 textos dos objetos de pesquisa, a fim de ilustrar o discurso encontrado nos mesmos.

3. Por fim, chega-se à conclusão da análise, alcançando os objetivos estabelecidos para este Trabalho de Dissertação, respondendo à pergunta-norteadora e confirmando ou não a hipótese construída.

Pelo campo metodológico da Análise de Discurso ser mais fluido, este permite que a sistematização das pesquisas sobre o Discurso seja feita de acordo com os objetos e com o tipo de pesquisa a ser realizada. Porém não se é inocente em imaginar que tal organização não interfira no estudo, assim como Sommer (apud. Ferrreira, & Traversini, 2013, p.219), "nesta pesquisa [irá também permitir] experienciar o quanto o pesquisador, o objeto de pesquisa e a teorização estão imbricados na produção de sentidos".

"A definição de como se irá proceder já é uma parte da análise. O modo como se interage com o material já é, em si, uma imposição de significados" (Saraiva apud. Ferreira, & Traversini, 2013, p.217).

Vale ressaltar que ao se adotar a Análise do Discurso de matriz francesa, assume-se de imediato que o sentido não está fixado ao discurso e que sua análise não permitirá uma única e definitiva conclusão.

> Com isso queremos dizer que o funcionamento dos discursos não está pré-definido à espera de nossas leituras, como se bastasse irmos com um arsenal de ferramentas metodológicas e um "modelo" de dinâmica discursiva para decifrá-lo. Cada discurso tem suas peculiaridades que as teorias que o analisam, amplamente, não dão conta de todas as suas idiossincrasias, até porque, no seu exterior, povoam inúmeros discursos distintos que lhe alteram a constituição e ordenação interna (Ferreira, & Traversini, 2013, p.211).

Esclarece-se que nesta Dissertação será pontado apenas um dos possíveis caminhos de análise do discurso das revistas femininas brasileiras online. Com a Análise do Discurso não se pretende descobrir a origem do discurso, mas entender por que se pensa de determinada forma sobre determinado assunto. Este aspecto não empobrece o estudo, pelo contrário, enriquece-o ao admitir, assim como incita os estudos pós-modernos, incluindo os estudos de gênero, que se deve abandonar essencialismos e assumir o caráter subjetivo das ciências, em especial quando se trata de ciências humanas e sociais.

Entretanto, assim como se deixa evidente esta "flexibilidade", é importante salientar o rigor que também se faz presente na pesquisa. O fato de se apresentar uma das possibilidades de análise não faz, automaticamente, com que seja qualquer contingência. Há um juízo e discernimento, embasados teoricamente, que fornecem uma via de resultados confiáveis e úteis.

De acordo com Eni Puccinelli Orlandi (1994) "a Análise de Discurso considera que o sentido não está já fixado a priori, como essência das palavras, nem tampouco pode ser qualquer um: há determinação histórica do sentido"(p.56).

Capítulo 5 - As revistas femininas brasileiras online e a Análise do Discurso sobre feminismo

A partir da organização metodológica explicitada anteriormente, realiza-se a Análise do Discurso das revistas femininas brasileiras online. Na primeira fase da pesquisa, levantou-se um total de 194 textos correspondentes as publicações das revistas Marie Claire, TPM e AzMina, nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2018.

Dos quais 105 foram selecionados para este Estudo, pois continham indicadores que apontavam para o feminismo. Sendo de 109 artigos da Marie Claire, 29 possuíam pelo menos um marcador; referente à TPM, de 46, 34 possuíam marcadores; e AzMina, em todas as 39 publicações foram utilizados marcadores. Os marcadores discursivos mais usados foram **feminismo** (47 vezes) e **trabalho feminino** (46 vezes). Em contrapartida, os marcadores **reforma da presidência: aposentadoria feminina** e **"ideologia de gênero"** não foram suscitados.

Durante o levantamento foi vista a necessidade de acrescentar marcadores discursivos (que não estavam inclusos inicialmente no estudo) para alcançar temáticas que perpassavam pelo feminismo, foram tratadas pelas publicações, e não se encaixavam nos marcadores definidos. Os marcadores discursivos escolhidos para essa necessidade foram **art drag queen**, **mulher no esporte**, **mulher com deficiência**, **mulher nas ciências e tecnologia**, **mulher na política**, **relacionamento abusivo**, **exploração sexual feminina** e **mulher imigrante**.

Pode–se observar que são marcadores referentes a ocupações das mulheres em espaços que anteriormente eram exclusivamente masculinos, como as Ciências e Tecnologia, Política, Esporte e até mesmo a Arte Drag Queen. Também ficam em destaque problemáticas femininas relacionadas a abusos psicológicos e sexuais; e por fim a condições nas quais as mulheres podem se inserir como a questão da imigração e da pessoa com deficiência.

Ainda no campo das exceções, três textos foram catalogados no levantamento, porém não possuíam qualquer marcador. "Você lida bem com a sua menstruação" e "Um corpo disciplinado é um corpo livre" da TPM, mês de janeiro, e "O que elas tem

em comum?" da Marie Claire, na edição de janeiro, trazem temáticas referentes ao tabu da menstruação feminina, as mudanças que passam o corpo da mulher, e doenças mentais de uma perspectiva feminina, respectivamente. Apesar de serem textos que não suscitam os marcadores, estes tem em sua essência reflexões sobre a condição da mulher que atravessam tópicos que podem ser relacionados ao feminismo e por este motivo foram acrescentados aos números da pesquisa.

Os marcadores discursivos desempenham papel fundamental na primeira fase da pesquisa, pois permitem identificar no texto o feminismo; provavelmente sem estes, reconhecer o discurso sobre o feminismo se tornaria uma tarefa mais abstrata. Os marcadores funcionam como um aspecto interno do discurso, a disciplina, e servem a sua finalidade de categorização e ordenação do discurso. Apesar da disciplina ter um caráter coercitivo, como afirma Foucault (1996), só seria possível desfrutar de seu lado positivo quando se levasse também em consideração esta caraterística (p.36).

À nível organizacional da pesquisa foi elaborada uma tabela[35] de mapeamento discursivo com algumas características dos textos, como os marcadores encontrados, autores e sujeitos do discurso, além de comentários da pesquisadora.

Figura 4: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da Pesquisa

Mapeamento Discursivo – Tabela Organizacional

Título do Texto	Mês (edição) / Data	Marcadores Discursivos encontrados (Disciplina)	Autor(a)	Sujeito	Tags/Hash tags/ Sessões/ Editorias	Observação	Link
TPM							
1. App defende direitos das trabalhadoras domésticas	Janeiro/ 09.01.18	Trabalho Feminino; Etnia e Raça (mulher negra); Feminismo, Assédio.	Bruna Bittencourt	TPM	TPM, Trabalho, Tecnologia	Texto simples e curto, não se aprofunda nas questões do trabalho doméstico no Brasil, porém as cita, como fato da maioria ser composta por mulheres negras e também a questão do assédio. Esses problemas são tidos como se já fossem do conhecimento da leitora.	https://revistatrip.uol.com.br/tpm/educacao-pelo-celular-app-laudelina-ajuda-trabalhadoras-domesticas-a-reivindicarem-seus-direitos

[35] A tabela foi elaborada à nível organizacional da pesquisadora, sendo acrescentada parcialmente neste capítulo somente para evidenciar como foi produzida esta primeira fase do Estudo.

Figura 5: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da pesquisa

2. Carolina sem roteiro	Janeiro / 09.01.18	Trabalho feminino; Maternidade; Dupla Jornada; Feminismo; Sororidade; Assédio; Sexualidade Feminina.	Nathalia Zaccaro	TPM	TPM, Páginas Vermelhas, Filmes, Internet, Feminismo, Maternidade	Esta entrevista faz parte da edição #173 impressa, publicada online na data especificada. A entrevista aborda as questões do feminismo de forma simples, a entrevistada se considerada feminista a pouco tempo. Reportagem leve, sem pressões por parte da entrevistadora.	https://revistatrip.uol.com.br/tpm/carolina-jabor-lanca-aos-teus-olhos-e-fala-sobre-o-pai-arnaldo-jabor-e-o-marido-guel-arraes
3. A força transformadora da música	Janeiro/ 11.01.18	Etnia e Raça (mulher negra)	Lucas Landau	TPM	TPM, Música, Ativismo, Comportamento	Entrevista simples, porém mostra uma mulher negra de destaque (o que é enfatizado na matéria), que ajuda a comunidade/cidade em que cresceu. Não são vistos marcadores diretamente relacionados com feminismo.	https://revistatrip.uol.com.br/tpm/sarah-higino-maestrina-do-volta-redonda-cidade-da-musica-projeto-que-transforma-a-vida-de-jovens
4. Maçã podre	Janeiro/ 12.01.2018	Assédio Sexual	Bruna Bittencourt	TPM	TPM, Machismo, Ativismo, Filmes,	Texto curto e simples. Sem grandes profundidades. No estilo de notícia rápida.	https://revistatrip.uol.com.br/tpm/site-rotten-apples-identifica-

Figura 6: *Printscreen* da tabela organizacional da primeira fase da pesquisa

					Mídia, Televisão, Comportamento		producoes-que-tenham-profissionais-envolvidos-em-acusacoes-de-assedio
5. Você lida bem com a sua menstruação?	Janeiro/ 15.01.18	-	Giulia Garcia	TPM	TPM, Corpo, Comportamento, Feminismo	Texto sobre menstruação feminina. Trata-se de um caso à parte, não traz nem no texto, nem na temática, os marcadores discursivos, porém traz enunciados como "apropriar do próprio corpo", "ensinadas a escondê-la [menstruação]"; abordagens que podem ser consideradas feministas, inclusive uma das tags do texto é Feminismo. O texto traz várias marcas de produtos que podem auxiliar na menstruação feminina. Tem um fundo capitalista, mascarado pela responsabilidade ambiental dos produtos.	https://revistatrip.uol.com.br/tpm/calcinhas-absorventes-coletores-menstruais-e-outros-produtos-para-te-ajudar-com-a-menstruacao

Destacam-se no quadro outros dois aspectos internos do discurso: autor e sujeito. Como "autor", neste trabalho, são considerados os indivíduos que assinaram o texto das publicações, porém não se pode esquecer que autor é uma função social na sistemática do discurso. Segundo Foucault (1996) a autoria seria um "princípio de agrupamento do discurso", tratar-se-ia de um elemento para a origem das significações (p.26).

Brandão (2006) diz que "o autor é, dentre as dimensões enunciativas, a que está mais determinada pela exterioridade (contexto sócio-histórico) e mais afetada pelas exigências de coerência, não-contradição, responsabilidade" (p.84). Nesse sentido são os jornalistas escritores dos textos que assumem esta atribuição social, e dão seus nomes para que seja associado a eles as possíveis significações do discurso. O campo jornalístico e da imprensa, assim como o das ciências e da academia, é uma área que exige a presença do autor.

Enquanto o sujeito seria quem teria a "autoridade de fala", nesse sentido são interpretados como sujeitos as revistas em si, pois estas têm o suporte institucional para tal e são consideradas instituições detentoras de poder. Segundo Michel Foucault (1996) o princípio do sujeito é quem determinaria "os indivíduos que pronunciam o discurso" (p.36). Brandão (2006) esclarece definindo que o sujeito

> [...] da linguagem não é o sujeito em si, mas tal como existe socialmente, interpelado pela ideologia. Dessa forma, o sujeito não é a origem, a fonte absoluta do sentido, porque na sua fala outras falas se dizem. Para Pecheux, "a ilusão discursiva, do sujeito consiste em pensar que é ele a fonte, a origem do sentido do que diz" (p.110).

O sujeito, na AD, é uma "função vazia" (Brandão, 2006, p.35) pronta para ser assumida por quem tem poder para ocupar este espaço. Assume-se, a partir da citação de Brandão, que o discurso construído pelas revistas sobre feminismo não foi criado por estas, mas é uma mistura de discursos que existem no meio social e estão sendo multiplicados.

Parte-se, então, para a fase dois da pesquisa, na qual a fim de elucidar acerca do discurso encontrado sobre o feminismo nas revistas são destacados 9 textos, 3 de cada revista, um referente a cada mês do período de análise. Estes textos foram escolhidos, como explicitado no capítulo anterior, por serem peculiares àquelas edições.

Na revista Marie Claire são evidenciados no mês de janeiro os marcadores **feminismo** e **trabalho feminino,** sendo os que mais surgiram nos textos da edição. Nesta perspectiva é selecionado o texto "Maria Valéria Rezende: freira, escritora e feminista", autoria de Maria Laura Neves. Da mesma forma, no mês de fevereiro, o marcador mais utilizado é **trabalho feminino**, e em seguida quatro marcadores ficam empatados, sendo estes **violência contra mulher**, **empoderamento**, **classe** e **maternidade**, neste seguimento o texto escolhido é "Anitta por trás da fama", de autoria de Lu Angelo. Em março, os marcadores de destaque são **feminismo**, **violência contra mulher**, **aborto** e **trabalho feminino**, sendo o texto do mês: "Marina Silva "uma mulher que pratica aborto não deve ser presa"", autoria: Maria Laura Neves.

Na revista TPM, os marcadores mais utilizados em janeiro são **raça e etnia** e **assédio**, neste contexto o texto selecionado é "App defende direitos das trabalhadoras domésticas", de autoria de Bruna Bittencourt. Referente à edição de fevereiro, os marcadores mais utilizados são **transexualidade**, **feminismo** e **raça e etnia**, e o texto escolhido é "Linn da Quebrada leva seu pajubá para a Europa", com autoria de Carol Ito. No mês de março, os marcadores em evidência são **feminismo** e **raça e etnia**, sendo o texto selecionado "O que vai ser da gente?", autoria de Milly Lacombe.

Quanto à revista AzMina, em janeiro os marcadores discursivos mais usados são **raça e etnia** e **trabalho feminino**, por consequência o texto eleito é "Facebook, não isole a mídia independente e feminista", autoria: Equipe AzMmina. Em fevereiro, os marcadores são **raça e etnia**, **sexualidade** e **assédio**, e o texto selecionado é "No Carnaval, na cama e nas ruas, "deixa ela tocar em paz", autoria: Carolina Oms. Mês de março, o marcador mais utilizado é **raça e etnia**, como segundos mais usados ficam **mulher na política**, **trabalho feminino** e **feminismo,** por sua vez o texto elegido é **"**Como a morte de Marielle afeta as próximas eleições", com autoria de Maria Martha Bruno.

5.1. Análise do Discurso sobre feminismo da revista Marie Claire

O texto escolhido "Maria Valéria Rezende: Freira, escritora e feminista", da edição de janeiro da revista Marie Claire, é uma entrevista com a escritora brasileira Maria Valéria Resende e traz em seu título e subtítulo um resumo de sua trajetória:

> Ela já fumou maconha, lutou contra a ditadura e foi amiga de Fidel Castro. Como missionária, deu a volta ao mundo quatro vezes, alfabetizando adultos e crianças. Morou na China, na Argélia, no México e no Timor Leste. Nos últimos anos, lançou quatro romances, uma coletânea de contos, e tornou-se uma das mulheres mais relevantes da literatura do país. Em entrevista a Marie Claire, Maria Valéria Rezende defende o aborto legal e mostra por que o estereótipo de religiosa inocente não cola nesta militante que briga por mais espaço para as escritoras femininas (Neves, 2018, s/p).

Já no início se pode ver que a Marie Claire recorre à quebra de estereótipos femininos para chamar atenção para o texto, afinal não se espera que uma freira seja feminista. Há algo de opositor no título, já que é socialmente aceito que freiras seguem uma linha ideológica reacionária, e por outro lado, as feministas são revolucionárias e contrárias aos posicionamentos religiosos. Portanto ser freira e feminista seria uma espécie de paradoxo.

Ainda no campo da quebra de estereótipos, vê-se no subtítulo uma sequência de atitudes que também não são relacionados às atividades de uma mulher religiosa: "[...] fumou maconha, lutou contra a ditadura e foi amiga de Fidel Castro. [...] Maria Valéria Rezende defende o aborto legal [...]", é provável que a última afirmação seja a que mais surpreendente a leitora, pois a Igreja Católica é claramente contra a legalização do aborto e Maria Valéria se diz a favor do procedimento.

Quando se passa ao texto em si, observam-se várias exposições que levam as atitudes da entrevistada para nuances do feminismo, como no trecho que afirma que Maria Valéria organizou um grupo para ajudar na divulgação do trabalho de escritoras. Neste enxerto a escritora ataca o tipo de literatura feita por homens, que, segundo ela, mesmo sendo motivada por tópicos superficiais, ganha mais espaço por serem masculinas.

> Autodeclarada feminista, luta agora para resgatar e promover escritoras brasileiras. Para isso, ajudou a fundar o Mulherio das Letras, um grupo que

> reúne mais de 5 mil romancistas, contistas e poetisas aqui e no exterior. “São as mulheres que estão escrevendo o que há de melhor. Os homens estão se dedicando à ‘literatura da brochada’, o mimimi deles”, afirma, aos risos, esta rebelde (Neves, 2018, s/p).

A aproximação da escritora com o feminismo é ainda mais evidenciada nas frases “autodeclarada feminista”, “afirma, aos risos, esta rebelde”, e também pelo uso do verbo “lutar”, muito utilizado na militância feminista, que geralmente se referem às suas atividades políticas como lutas. Outro trecho com este destaque é quando Maria Valéria conta porque decidiu ser freira, ela diz

> Eu admirava as irmãs do meu colégio que percorriam os povoados de pescadores, índios guaranis e quilombos na Serra do Mar e ensinavam puericultura, primeiros socorros, horticultura, alfabetizavam as moças. Meu pai, que era médico, também participava de missões e me levava para ler histórias para as crianças. Minha vida missionária começou cedo. Pensei: “Vou ser freira, que é muito mais interessante do que ficar em casa cuidando de marido e filho” (apud. Neves, 2018, s/p).

Acaba-se por acreditar, a partir da leitura, que na escolha de Maria Valéria pela vida religiosa há um quê feminista, afinal esta optou por ser freira para fugir dos papéis tradicionais femininos, de mãe, esposa e dona de casa.

Porém este acercamento se mostra forçado em alguns fragmentos do texto, quando a jornalista pergunta a Maria Valéria se esta é feminista, a mesma responde “Claro! Mas não sou histérica”, mostrando certa corroboração ao estereótipo de que feministas são mulheres radicais e cheias de cólera, fica claro, a partir da fala da entrevistada, que esta faz questão de se excluir deste lado do grupo.

Em outro momento, quando Maria Valéria Resende é questionada sobre sua opinião a respeito da legalização do aborto, a mesma responde:

> Eu me pergunto como é que uma pessoa engravida sem querer nos dias de hoje. É preciso educar as mulheres e os homens para não engravidarem sem querer. Agora existe um problema maior, e mais grave, que é o estupro. Existem tipos de estupro – inclusive o cometido pelo marido. E também não tem cabimento pôr a vida de uma mãe em risco, que pode já ter outros filhos, em benefício de uma criança órfã. Então, sim, sou a favor da lei como ela é (apud. Neves, 2018, s/p).

Há neste trecho uma quebra de expectativa, pois a freira que no subtítulo era a favor do aborto, mostra-se contrária a sua legalização completa, e afirma ser a favor da manutenção da lei brasileira atual. Uma perspectiva que não condiz com os clamores do

feminismo sobre o aborto no Brasil. Também se mostra relevante analisar o uso da palavra “legal” no subtítulo, na qual se lê “Maria Valéria Rezende defende o aborto legal”, pode-se pensar que a mesma é a favor da legalização do aborto no país, porém ao se ler o texto se observa que, na verdade, a escritora é a favor do aborto que já é considerado legal pelas leis brasileiras.

Em resumo, pode-se dizer que a Marie Claire tenta fazer uma aproximação da personagem ao feminismo, principalmente usando a quebra de estereótipos femininos e o trabalho feminino, porém esta proximidade se mostra forçada em muitos momentos.

Para o mês de fevereiro, o texto “Anitta por trás da fama”, de Lu Angelo, também se trata de uma entrevista, a personagem é a cantora brasileira Anitta. Pelo padrão das publicações da revista, há o seguinte subtítulo que resume o perfil da personagem do texto

> Ela incendiou e dividiu o Brasil com "Vai Malandra". Por uns, foi acusada de se apropriar da cultura negra e incentivar a exploração do corpo feminino. Por outros, ovacionada ao transformar a celulite numa poderosa arma contra o machismo. Em 24 horas, ultrapassou a marca de 14 milhões de visualizações no Youtube, o dobro do recorde brasileiro anterior do canal e, em um mês, soma 150 milhões de *views* e dezenas de campanhas milionárias. Quer entender como funciona a mente inquieta do furacão de apenas 24 anos que bolou isso tudo? (Angelo, 2018, s/p).

São ressaltadas, no subtítulo, questões controversas da carreira da cantora Anitta a fim de causar certa polêmica, porém é importante destacar que as questões citadas, como apropriação cultural e exploração do corpo feminino são temáticas novas nas revistas femininas. Há alguns anos tais assuntos não seriam mencionados – pelo menos não com estas denominações - porque temas como estes, que além de políticos, são acadêmicos, não fariam parte do considerado conteúdo para uma revista tradicional de mulheres. Mostra-se, assim, que temáticas que perpassam pelo feminismo estão cada vez mais presentes nas revistas, provavelmente influenciados pelo contexto da Quarta Onda Feminista, na qual as pautas feministas estão em voga no meio social.

Seguramente pela mesma razão, percebe-se, neste texto, uma força para aproximar o conteúdo ao feminismo e suas temáticas adjacentes, mesmo que somente em alguns momentos. Este é o texto da Marie Claire em que este tipo de ação fica mais claro. A estrutura da entrevista, do texto e do conteúdo é peculiar ao padrão das revistas

femininas, fala-se de carreira, mas também se fala de marido, casamento, filhos e beleza (cirurgias plásticas); o texto é quase narrativo e há a típica descrição do ambiente e das roupas da entrevistada.

Nota-se o contraste das características do texto e do conteúdo tradicional (marido, casamento, beleza, etc.) com tópicos sobre feminismo e emporaderamento feminino

> [...] E, segundo a própria [Anitta], é tímida. Mas quem toma a atitude é sempre ela. "Se me interesso muito, peço para um amigo dar o meu telefone". Foi com essa tática que ela conquistou o atual marido, Thiago, em maio passado, durante as gravações de seu programa Música Boa ao Vivo, do Multishow, quando o viu nos bastidores. "Um amigo agitou e começamos a conversar por mensagens". O romance foi tão fulminante que em dezembro os dois assinaram a união estável. "Não acho que me casei rápido. Foi o tempo ideal" (Angelo, 2018, s/p).

> Assertiva, Anitta começa nossa conversa com o tema da vez, empoderamento feminino: A mulher pode ser quem ela quiser. O meu público é jovem, adolescente, criança. Penso na questão da diversidade o tempo todo e passo as mensagens pelas letras", afirma. "Coloco dançarinas plus size no meu balé, convido drag queen [Pablo Vittar] para cantar e chamo homens para dançar igual a mim. É minha maneira indireta de transmitir igualdade. Não preciso estar ali com o megafone porque já tem gente que faz isso. A sacada é transmitir isso de um jeito que o adolescente absorva, sutil, sem pregação". E continua: "As pessoas confundem o feminismo com a mulher ser melhor que o homem. Não é isso que eu vejo. Muitas fãs chegam para mim e falam: "É isso aí, temos que arrasar com os homens!" e eu respondo: "Não quero arrasar com ninguém. Temos que ser maravilhosas, exigir justiça contra quem nos sacaneou" (Angelo, 2018, s/p)

É notório que ambos os trechos, assim como todo o texto, fica no campo da superficialidade. O texto é tradicional às revistas femininas, porém há uma necessidade em se falar dos assuntos de vanguarda que estão populares, logo estes são acrescentados ao conteúdo.

Como dito por Dulcídia Buitoni (2009) “o novo impera” nas revistas femininas, há uma necessidade histórica do meio, fortemente ligada ao modelo econômico capitalista, que dita esta regra (p.105). O novo, e pode-se arriscar dizer o “novo popular”, neste caso, o feminismo, aparece nas revistas como sinônimo de atualidade e modernidade. Sobre o feminismo nas revistas femininas tradicionais, a autoria diz que

> Divulga-se o feminismo porque está na moda – mais uma que veio dos países desenvolvidos – e não porque se pretende defender os direitos da mulher ou promover transformações em nosso contexto social. O feminismo está nas páginas da imprensa feminina como está na discoteca [...], a malha colante, as estátuas chinesas, o bambu, que virou cana-da-índia e depois virou

> novamente bambu. Apenas um signo a mais da modernidade de aparência (Buitoni, 2009, p.198).

Desta maneira, percebe-se que o esforço da Marie Claire em aproximar seu conteúdo ao feminismo vem de um interesse maior, ligado às práticas dos ideais de novo e modernidade típicos das revistas tradicionais femininas. Tal aspecto, da presença do feminismo, também contrasta com as várias páginas de beleza e moda presentes nas publicações.

Para o mês de março, o texto eleito é uma entrevista com a candidata à Presidência da República, Marina Silva, sob o título: Marina Silva "uma mulher que pratica aborto não deve ser presa", de autoria de Maria Laura Neves. É importante dizer que a edição deste mês da revista traz uma campanha oficial pela legalização do aborto no Brasil. Em seu editorial, Laura Ancona Lopez (2018) (editora da revista) afirma de forma assertiva

> Um dos absurdos de ser mulher num país machista como o Brasil é ser privada de um direito básico: o controle do próprio corpo. É chocante que, em pleno 2018, ainda se tenha que brigar pela decisão (legal) de seguir ou não com uma gestação. A regulamentação do aborto, seja qual for a circunstância - falta de condições financeiras e emocionais, risco de morte da mãe ou simplesmente ausência de vontade -, é urgente e caso de saúde pública (s/p).

A partir deste editorial também se leva em conta o caráter mais político desta edição de março, mês do Dia internacional da Mulher. O texto escolhido para destaque traz em seu título a questão do aborto, na afirmação de que a candidata Marina Silva não acredita ser correto punir criminosamente mulheres que fizeram o procedimento. O subtítulo deste texto apresenta

> Maria Silva defende que a legalização seja debatida em um plebiscito. Mas reconhece que a interrupção de uma gravidez ser crime é um ato extremado. Em entrevista exclusiva à Marie Claire, a candidata à Presidência fala dos planos para um país mais igualitário, rebate as críticas de que é uma política omissa e defende suas posições (Neves, 2018, s/p).

Esta entrevista tem uma estrutura mais próxima à do jornalismo, as perguntas são mais impessoais e, por se tratar de uma candidata a cargo público, mais objetivas, voltadas para as opiniões e medidas de Marina. Porém também se toca brevemente em assuntos como filhos, paixão e casamento. A parte descritiva típica das revistas

femininas se faz presente no início do texto. Observa-se uma mistura destes de elementos.

No contexto das políticas públicas para e sobre as mulheres, a candidata é indagada sobre as suas propostas, sobre violência contra mulher, feminicídio e o possível caráter misógino do impeachment de Dilma Rousseff. Há a pergunta que se repete em várias entrevistas da revista: "a senhora se considera feminista?". A entrevistada responde:

> Defendo os valores do feminino e entendo que isso é uma contribuição civilizatória, não uma contraposição ao masculino. Pensando sobre o machismo, não encontro uma situação em que tenha sido agredida por ser mulher. A não ser quando olho para o processo eleitoral de 2014, quando fui alvo de mentiras para diluir minha identidade e transformada em uma pessoa de elite, totalmente insensível ao sofrimento das pessoas em extrema pobreza. Será que isso seria feito da mesma forma e com a mesma intensidade se eu fosse homem? Até minha compleição física foi usada, por eu ser magra. Mas ainda é uma pergunta (apud. Neves, 2018, s/p).

Constata-se que a entrevistada não responde diretamente a pergunta, esta afirma ser favorável ao feminino - mas não diz propriamente se se considera feminista ou não- e faz questão de ressaltar que não enxerga este posicionamento como uma contraposição ao masculino.

A argumentação da entrevistada mostra que ainda há certa resistência e estereótipos que cercam a militância feminina e/ou feminista - assim como qualquer outra movimentação ideológica - como, por exemplo, tratar-se de um movimento contrário aos homens. Marina Silva se apressa ao dizer que não considera esta movimentação de tal forma.

Ainda quanto a sua resposta, para muitos ao se dizer "sou a favor do feminino" se poderia tomar tal afirmação como feminista, porém na fala de Marina o sentido apresentado é diferenciado, ela usa deste recurso para não se associar a palavra feminista em si, e toda a carga social que esta traz. Por outro lado, a candidata também não a recusa em sua totalidade, já que não responde a questão.

Também é importante destacar que não se nota, por parte da revista, uma tentativa de associação da figura de Marina às questões do feminismo, como é feito nos textos "Maria Valéria Rezende: freira, escritora e feminista" e "Anitta por trás da fama", é

perceptível uma maior isenção e objetividade. Talvez pela revista ter o cuidado de não fazer uma espécie de campanha para a candidata.

Ao se abordar o aborto, a revista já questiona Marina Silva com um argumento da militância feminista, o que marca seu posicionamento favorável ao procedimento (como explicitado no editorial e em outros textos da revista).

> MC: Um ponto sensível, que sempre é abordado em tempos de eleição, é a legalização do aborto. Hoje,uma mulher morre a cada dois dias no Brasil em decorrência de um procedimento malfeito. Como vê isso?
> MS[36]: Sou contra o aborto por uma convicção filosófica e de fé, e a mulher que o pratica com certeza sofre marcas no corpo e na alma. Não é algo que devemos desejar pra ninguém, mas, infelizmente, o que temos é uma prática feita com prejuízos para a vida da mulher. Desde 2010, defendo que se faça um debate sobre a questão (NEVES, 2018, s/p).

A reposta de Marina Silva, pessoalmente contrária ao aborto, já não mostra tanta relevância num sentido de construção negativa de discurso sobre o aborto, pois a própria Marie Claire já se afirmou oficialmente a favor da questão. A revista mostra o aborto como algo necessário e justo, a entrevistada é que acaba por parecer distante dessa realidade, considerada urgente, por motivos religiosos.

A mesma sistemática acontece com a questão do feminismo (mesmo Marina Silva fugindo da pergunta), pois a Marie Claire se exclui desta visão negativa do feminismo por meio de seus posicionamentos em outras publicações na edição (e em outras edições). O feminismo é figurado como algo atual e que faz parte da vida das mulheres num reconhecimento de uma realidade desigual e numa busca por melhorias; mesmo que a revista não tenha se pronunciado como feminista, como fez com o aborto, o discurso construído sobre o movimento é positivo, mas ainda se mantém, em muitos aspectos, distante e na superficialidade.

5.2 Análise do Discurso sobre feminismo da revista TPM

O texto destacado, por meio dos marcadores discursivos, no mês de janeiro da revista Trip para Mulheres (TPM) é "App defende direitos das trabalhadoras domésticas", autoria de Bruna Bittencourt. Como subtítulo, explicita-se "Premiado, o aplicativo Laudelina luta contra a servidão e o servilismo".

[36] Marina Silva.

O texto é em formato de notícia, apresenta lead, é claro e objetivo. Observa-se, por parte da TPM, textos mais curtos e mais característicos das mídias digitais. Neste caso, o texto elegido é sobre a aplicação Laudelina para celulares, que objetiva auxiliar as trabalhadoras domesticas em questões burocráticas e trabalhistas, já que este grupo, no Brasil, é vulnerável ao trabalho ilegal.

> No país, 96% dos TD[37]s são mulheres, sendo que 61% delas são negras. "O trabalho doméstico tem importância na autonomia econômica dessas mulheres, mas é muito precarizado, com pouco acesso aos direitos formais", resume Lívia Zanatta, advogada da Themis, ONG feminista com sede em Porto Alegre, responsável por criar o aplicativo em parceria com a Federação Nacional das Trabalhadoras Domésticas (Fenetrad). "Somente 30% das TDs tem carteira assinada, apesar da lei dos anos 70 que regulamenta sua obrigatoriedade." Mas, como 86% delas possuem celular, o início da mudança pode estar no bolso (Bittencourt, 2018, s/p).

Neste trecho, nota-se um tópico que suscita o marcador raça e etnia: as trabalhadoras domésticas, em sua maioria, são mulheres negras, entretanto esta informação é dada somente como estatística, não há um aprofundamento sobre as razões que levam a este fenômeno. Da mesma forma, quando se fala que a ONG responsável pelo projeto é feminista, há uma naturalidade nesta questão no decorrer do texto.

A escolha deste escrito como destaque é bastante peculiar às publicações da TPM, textos curtos, quase como notícias (com algumas exceções), mas principalmente que tomam o feminismo e as pautas que o atravessam, por exemplo, trabalho feminino e as mulheres negras, neste texto, como questões de conhecimento da leitora. Nota-se uma percepção, por parte da revista, que seu público já tem conhecimento de causa, e que o feminismo é algo que este domina e apoia de forma orgânica. Por outro lado, esse traço faz com que os textos da TPM, em sua maioria, se tornem fracos em nível de profundidade.

No mês de fevereiro, o texto “Linn da Quebrada leva seu pajubá para a Europa”, com autoria de Carol Ito, também confirma esta característica. O subtítulo expõe “Trocamos uma ideia com a MC paulista, que exibe em Berlim o documentário Bixa Travesty e segue pela Europa com sua Trava Tour”.

[37] Trabalhadoras domésticas.

O texto se trata de uma entrevista com a cantora Linn da Quebrada. E como dito, confirma a visão da revista que de suas leitoras estão inseridas no contexto feminista, e não só feminista em ampla escala, mas com alguns conhecimentos sobre transfeminismo, por exemplo.

> Bixa Travesty lembra como Linn da Quebrada entrou sem pedir licença na cena musical, defendendo a causa TLGB (ela faz questão de colocar a sigla de transexualidade à frente) e as infinitas possibilidades de experimentar gênero, corpo, sexualidade e arte. Com ela, estão a backing vocal, Jup do Bairro, e DJ Pininga, que formam uma aliança para furar a "cultura falocêntrica, de tudo girar ao redor do macho", como ela explica à Tpm (Ito, 2018, s/p).

Salienta-se que quando a TPM muda a ordem da sigla LGBT[38] para agradar a vontade da entrevistada, não há explicação a respeito do que cada letra da sigla representa, só existe a justificação da troca, afirmando que Linn da Quebra prefere que a transexualidade venha primeiro na abreviatura. Outra questão que é entendida como de conhecimento do público é a "cultura falocêntrica", cuja teorização e argumentação se faz presente tanto no movimento político, quanto acadêmico feminista.

> [TPM] No seu trabalho parece que você mistura os dois caminhos: a busca pelo autoconhecimento e a afirmação diante de uma sociedade transfóbica e racista. Como é lidar com esse jogo complexo?
> [Linn da Quebrada] Costumo falar que minha música é, ao mesmo tempo, arma e antídoto, né? Eu me mato e sobrevivo por meio dela, desloco o ponto central do macho para os corpos feminilizados, crio um novo vocabulário, de tudo girar ao redor do homem. Chega, sabe? Agora, quem vai contar nossa história somos nós mesmas - e no nosso idioma (Ito , 2018, s/p).

Mostra-se na fala da entrevistada um desprezo pelo que seria a cultura falocêntrica, entretanto o que se destaca nesse trecho é quando Linn da Quebrada diz "agora, quem vai contar nossa história somos nós mesmas – e no nosso idioma"; a cantora se refere nesta fala sobre os termos e gírias típicas da comunidade LGBTQ+. Este dialeto popular é conhecido como "pajubá", palavra que também dá nome ao álbum musical da cantora e é referido no título da publicação. Mais uma vez a TPM não abre grandes explicações sobre o termo, mesmo sendo uma questão específica, toma-o como já conhecida e somente afirma que esta linguagem incorpora palavras de matriz afro-brasileira.

[38] Comunidade LGBTQ+ (Lésbicas, Gays Bissexuais, Transgêneros, Queer).

Em março, o texto selecionado foi “O que vai ser de nós?” de Milly Lacombe; seu subtítulo explica o formato da publicação “Oito mulheres que admiramos nos ajudam a pensar que tipo de futuro estamos construindo”. Trata-se de oito pequenas entrevistas com mulheres que a TPM afirma ter “representatividade em suas áreas de atuação” falando sobre o futuro. Neste contexto, destacam-se trechos das entrevistas com Dominica Dias (estudante de artes cênicas) e Alice Ruiz (poetiza) que contribuem para o entendimento do feminismo na revista:

> [TPM]Existe futuro sem feminismo?
> [DD][39]Acho impossível. Sem o feminismo negro, muito menos. As mulheres negras estão na base e, sem ela, não existe o resto.
> [TPM] A Angela Davis afirma que quando uma mulher negra se move, toda a estrutura da sociedade se move com ela.
> [DD]É isso. Minha mãe sempre falou o que eu sou e por que as coisas acontecem como acontecem para mim (Lacombe, 2018, s/p).

No excerto, verifica-se como a revista TPM está inserida no contexto feminista. Ao perguntar para a entrevistada se existe futuro sem feminismo e obter resposta, a revista faz uma citação à Angela Davis, ativista, professora e filósofa de notoriedade em temáticas e questões que envolvem a mulher negra. Ainda nesta entrevista, observa-se o momento em que a TPM se insere na conjuntura social feminina e feminista

> [TPM]Acho que todas nós acabamos tendo que nos impor enquanto mulheres e feministas dentro de nossas próprias casas também.
> [DD]É um trabalho de todo dia, a gente conversa, bate numa tecla e aí, aos pouquinhos, eu vou vendo os resultados. De vez em quando meu pai dá uma entrevista e eu falo: “Humm... Isso fui eu que eu falei para ele um dia”. Aí ele vai e fala para 5 mil pessoas num palco e eu penso: “Que bom”. É difícil, porque ele vem dessa construção que o homem negro tem de ser muito másculo, ser bravo ser forte o tempo inteiro (Lacombe, 2018, s/p).

O mesmo acontece no trecho da entrevista com Alice Ruiz

> [TPM]Temos hoje um governo que praticamente nos eliminou do executivo.
> [AR][40]Poucas coisas conseguem ser mais retrógradas do que a forma como esse governo está se expressando, mas ele tirou completamente a mulher de cena e as únicas que estão lá são absolutamente manipuladas: estão convictas de seu papel secundário. É muito perigoso isso. A mensagem é clara: você só vai ter um pouquinho de expressão se rezar pela nossa cartilha e defender as nossas ideias. E as nossas ideias consistem em você ser inferior. Aonde podemos chegar desse jeito? (Lacombe, 2018, s/p).

[39] Dominica Dias.
[40] Alice Ruiz.

Vê-se o momento em que a revista se assume como figura feminina e feminista. Ressalta-se, novamente, que o sujeito da fala é a TPM, tendo a Milly Lacombe somente a função social de autora. Por esta razão as frases "nós acabamos tendo que nos impor enquanto mulheres e feministas [...]" e "temos hoje um governo que praticamente nos eliminou do executivo" é a assunção da revista de seu perfil apoiante do feminismo, e que consequentemente corrobora para um discurso positivo do mesmo – afinal uma instituição ou empresa não atribui a si mesma um caráter que considere desviante, pelo contrário, uma organização (principalmente numa sociedade capitalista e que vive o marketing 4.0[41]) assume posições que julga ser concordante com seu público-alvo.

5.3 Analise do Discurso sobre feminismo da revista AzMina

Referente à revista AzMina, o texto escolhido para o mês de janeiro a partir dos marcadores discursivos é "Facebook, não isole a mídia independente e feminista", de autoria: Equipe AzMmina, e com o subtítulo: "Mudança no Facebook coloca em risco sobrevivência d'AzMina e da mídia independente". O texto se trata de uma contestação por parte da revista para com a rede social Facebook, pela recente alteração da configuração que constrói o *feed* dos usuários, privilegiando a colocação de publicações que tenham sido patrocinadas, e consequentemente fazendo cair o rendimento das publicações gratuitas e orgânicas, como são as da AzMina.

O texto é assinado pela equipe da revista, não tem uma pessoa que atue como autor e receba a responsabilidade social da função, nesta ocasião o sujeito e autor configuram na mesma personagem, AzMina.

Da publicação, destaca-se o trecho:

> Para as mulheres, essa mudança terá um impacto político ainda mais duro e difícil de calcular. Nos últimos anos, nós nos organizamos para discutir temas importantíssimos, como assédio, estupro e violência doméstica, usando as redes sociais. Lembre das páginas que são tão importantes para te ajudar a formar opinião e se informar: Blogueira Negras; Nós, Mulheres da Periferia; Think Olga; Blogueiras Feministas; Não me Kahlo, Empodere Duas Mulheres, Gênero e Número. E, claro, a Revista AzMina. Às vezes, o

[41] Marketing 4.0 é o nome do livro dos autores Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan que conceituam sobre as transformações e características do marketing na era digital.

> Facebook nos faz esquecer que informação de qualidade custa caro e que a imprensa independente e a luta por igualdade de gênero têm recursos escassos (AzMina, 2018, s/p).

Nota-se o uso da primeira pessoa do plural, no qual a revista não só relata e defende seu trabalho midiático, mas também se inclui na categoria de mulheres que lutam por melhores condições de existência. AzMina ressalta temáticas que são relevantes para a militância feminista – e que também foram selecionados como marcadores discursivos do feminismo nesta Dissertação -, como assédio e violência doméstica[42]. Outro ponto de grande importância vem do título da publicação, onde AzMina se reconhece como mídia independente e feminista.

Esta publicação marca, assim como foi visto com a TPM, uma postura positiva em relação ao feminismo; mesmo que fosse esperada tal atitude de uma revista de caráter independente, é importante perceber como esse tipo de assunção é feita.

Entretanto, apesar deu seu posicionamento à alternativa, a revista usa uma estratégia típica das revistas femininas tradicionais para tentar proximidade e convencer à leitora: o uso da segunda pessoa.

A utilização da segunda pessoa assinala uma quebra na objetividade, mesmo que sendo um uso discreto do pronome "te": "[...]lembre das páginas que são tão importantes para te ajudar a formar opinião e se informar". Segundo Buitoni (2009), a maneira coloquial da imprensa feminina de se referir à leitora é uma "armadilha linguística" que proporciona facilidade ao se repassar ideias e fixar opiniões (p.191). Quando AzMina usa da segunda pessoa é com o objetivo de convencer quem lê da importância da revista (e das outras mídias citadas) na produção de conteúdo e na formação de opiniões consideradas de qualidade e que condizem com os valores das leitoras.

Referente ao mês de fevereiro, debruçou-se sobre o texto "No Carnaval, na cama e nas ruas, "deixa ela tocar em paz", sob autoria de Carolina Oms. Como subtítulo: "Se, antes, as músicas de carnaval eram predominantemente machistas ou racistas, agora, as

[42] Como marcador discursivo se usou o termo "violência contra mulher" por ser mais abrangente. Apesar das denominações "violência contra mulher" e violência doméstica" não serem sinônimos, nesta conjuntura se pode entender que fazem parte do mesmo contexto social.

mulheres ocupam esses espaços com marchinhas feministas e que lutam pela igualdade de gênero".

Em fevereiro a revista AzMina realizou e promoveu campanhas[43], no site da revista e nas redes sociais, contra o assédio no carnaval. Desta maneira, parte do conteúdo da publicação neste mês trouxe estas pautas, que impulsionadas pela causa feminista, trazem à tona temas como os suscitados pelos marcadores discursivos deste período: assédio, sexualidade feminina e raça e etnia, este último, em especial, relacionado à mulher negra.

Destaca-se, a princípio, a dualidade do título da publicação: "No Carnaval, na cama e nas ruas, "deixa ela tocar em paz""; o texto conta um pouco da história de Chiquinha Gonzaga, renomada artista brasileira, e as dificuldades encontradas pela compositora ao vivenciar um período em que a arte e o carnaval eram considerados entretenimentos e profissões masculinas. A partir dessa narrativa, passa-se para o contexto atual da composição feminina e feminista de marchinhas de carnaval[44], falando sobre a compositora Luísa Toller, que também integra a equipe da revista AzMina.

Mostra-se, então, um trecho, no qual a marchinha de Toller, "Chiquinha toca uma", é citada e que faz elucidar o caráter de duo da titulação:

> [AZMINA]Se, antes, as músicas de carnaval eram predominantemente machistas ou racistas, agora, as mulheres ocupam esses espaços com marchinhas feministas e que lutam pela igualdade de gênero.
> [Marchinha - Toller]Chocava toda a sociedade
> Com sua agilidade
> Em dedilhar com maestria
> Sempre que tinha vontade
> Ui Ui Ui Ui Ai!
> Chiquinha Gozava e o povo apontava
> Chiquinha Gozava e o povo apontava
> "Onde já se viu prazeres como tais?"
> Deixa a mulher tocar em PAZ! (apud. Oms, 2018, s/p.)

AzMina afirma que a marchinha de Toller é feminista, e esta traz dois temas em sua breve referência na revista: em primeiro plano se vê uma crítica ao choque social à presença da mulher na composição e execução de um instrumento musical nas ruas do

[43] Sob as *hashtags*: #CarnavalSemAssédio #CarnavalFeminista #DeixaElaTocarEmPaz #NãoÉNão #UmaMinaAjudaAOutra
[44] Estilo musical popular do Carnaval brasileiro.

Carnaval brasileiro, em segundo plano se observa o tabu da masturbação feminina, muito discutido como pauta feminista. Esta dualidade foi usada para dar título à publicação do mês de fevereiro, principalmente no fragmento que se diz “no carnaval, na cama [...]”.

Num segundo trecho:

> Embora seja considerada uma das festas mais democráticas do país, o protagonismo do carnaval quase sempre foi restrito aos homens. Às mulheres, especialmente às mulheres negras, era legado o papel da “musa”, objetificando-as. O reconhecimento a compositoras, organizadoras de blocos, donas de escola de samba e musicistas ainda é algo raro de se ver no Carnaval, mas esse cenário vem mudando. No ano passado, a Globeleza apareceu na vinheta da TV Globo vestida com roupas típicas da cultura brasileira e representando os diversos ritmos do carnaval no país. A mudança veio depois de muita luta e da campanha “Nós, mulheres negras, queremos o fim da Globeleza”, apoiada pela Revista AzMina (Oms, 2018, s/p).

Fala-se sobre contextos de raça e etnia e trabalho feminino. No entanto, ao se referir ao primeiro, a revista utiliza outro termo que remete à movimentação feminista, que é a objetificação das mulheres, no caso do Carnaval, das mulheres negras. Ainda neste assunto, a AzMina afirma ter participado e contribuído para uma questão do feminismo negro brasileiro, o fim (ou transformação da figura) da Globeleza[45].

Vê-se que a revista não só se assume feminista, mas encabeça e participa de campanhas para os diversos assuntos que tangem ao feminismo, atitude que também começa a ser realizada pela Marie Claire, como foi visto em sua editoria do mês de março.

Por fim, também não se pode deixar de abordar o fato da personagem principal do texto, Luísa Toller, ser integrante da AzMina. A escolha da personagem, mostrando uma perspectiva positiva e de conquista por parte desta, também aumenta a boa imagem da revista, ao se evidenciar que as participantes de sua equipe também corroboram, além de seu trabalho na revista, para com as consideradas boas causas, neste caso, o feminismo.

[45] Personagem da Rede Globo de televisão protagonista das vinhetas de Carnaval da emissora. Era encenada por uma mulher negra, geralmente de pele mais clara, nua, somente com pinturas no corpo, e que dançava samba. Nos últimos anos, a figura já aparece vestida com roupas típicas do carnaval de várias regiões do país, e dança diferentes ritmos musicais, não somente o samba relacionado ao Rio de Janeiro.

Em março, o texto eleito foi “Como a morte de Marielle afeta as próximas eleições”, autoria: Maria Martha Bruno, e com o subtítulo ““Nossa presença na política institucional é a única possibilidade de reconstrução da democracia no Brasil”, afirma a vereadora Áurea Carolina (Psol-MG)”. O texto traz várias pequenas entrevistas com lideranças de comunidades cariocas sobre suas perspectivas para as próximas eleições brasileiras, em outubro de 2018, após o assassinato da vereadora Marielle Franco em março do mesmo ano.

Ressalta-se da publicação:

> Menos de 48 horas após a morte de Marielle Franco, entrevistar lideranças negras de favelas do Rio de Janeiro não foi das tarefas mais fáceis. Vozes pesarosas e pensamentos meio desordenados permeavam os relatos de pessoas que conheciam ou se sentiam representados pela vereadora, assassinada na última quarta-feira (14). “Desculpe, ainda está difícil de organizar as ideias”, engasgou Lana de Souza, favelada do Complexo do Alemão, Zona Norte do Rio, e membro do Coletivo Papo Reto, que atua na área (Bruno, 2018, s/p).

No excerto, destacam-se dois elementos dignos de análise. No primeiro, aborda-se a forma como AzMina escolheu denominar a entrevistada Lana de Souza: favelada. Na realidade brasileira é um termo que exige cuidado, geralmente somente é permitido seu uso por aqueles que fazem parte de comunidades/favelas e em contextos políticos, fora deste âmbito é considerada pejorativa e ofensiva, principalmente quando dita por pessoas brancas e não periféricas.

A utilização da palavra favelada pela AzMina aponta o local onde a revista acredita estar, um lugar próximo às comunidades periféricas e negras cariocas, e que lhe daria poder de uso do termo. Vale lembrar que a expressão “favelado(a)” trazia um discurso fortemente depreciativo e insultuoso para os moradores das comunidades brasileiras, porém o termo foi ressignificado pelos mesmos afim de ser tornar um vocábulo símbolo de orgulho e luta política.

Quando AzMina fala “favelada”, esta se aproxima, do que chamamos como marcador discursivo de classe, da mulher periférica, que geralmente também é negra, levantando o marcador de raça e etnia. Desta maneira se afirma que a AzMina também se vê como mulher negra e periférica ou se não assim, vê-se muito próxima de tal, apesar de não utilizar os pronomes em primeira pessoa neste caso.

O segundo aspecto evidenciado foi o uso da palavra representatividade, "[...]os relatos de pessoas que conheciam ou se sentiam representados pela vereadora[...]", o termo também é utilizado no trecho:

> Após o assassinato, Maria vê em um horizonte distante o aumento da representatividade de mulheres, negros e favelados. Ela acredita que as forças dominantes no poder, tão afastadas da realidade das periferias, ainda terão muito tempo de hegemonia no cenário político: "Vamos precisar de alguns séculos, fortalecendo a nossa base, com educação para as classes C, D e E, preta, favelada, para depois ocupar um cargo como o da Marielle. Para a gente, resta estudar e analisar como eles fazem, para então aprender a jogar o jogo a favor da equidade social".(Bruno, 2018, s/p)

A representatividade foi um dos marcadores discursivos escolhidos porque faz parte do contexto de militância feminista, em especial dos grupos de mulheres marginalizadas, como mulheres lésbicas, transexuais, de ascendência oriental e, como no texto, mulheres negras.

No excerto seguinte:

> Vereadora mais votada de Belo Horizonte (MG) em 2016, Áurea Carolina compartilhava com Marielle Franco o mesmo partido, além da juventude (ela tem 32 anos) e a trajetória de militância por causas negras e feministas. Ela conta que, assim como a companheira de legenda, nunca sofreu ameaças. Mesmo após a morte da vereadora carioca, Áurea diz que não sente medo: "Querem que a gente caia nessa cilada. Querem passar a mensagem de que a gente estava indo longe demais. Mas ao contrário. Isso não vai nos intimidar"(Bruno, 2018, s/p).

A escolha dos personagens para as entrevistas também já demonstra aquilo que a revista espera ouvir e afirmar. AzMina escolhe, como a mesma diz, uma vereadora que milita pela causa negra e feminista. Poder-se-ia dizer que a opção por Áurea Carolina se daria por ter uma trajetória ou perspectivas parecidas com as de Marielle Franco, entretanto, tanto Áurea, como Marielle, tem propostas parecidas com as que AzMina aborda. Se fosse outro veículo midiático, talvez a própria Marie Claire, poderia escolher outra vereadora ou personalidade política para dar sua opinião. A fala de Áurea Carolina contribui para o fortalecimento do discurso realizado pela AzMina.

5.4 Considerações sobre o feminismo nas revistas femininas brasileiras online

A imprensa feminina tradicionalmente se intitulou como um guia para as mulheres. Como defendido do Capítulo 2, esse manual influencia identidades e o imaginário social, corrobora com discursos, constrói representações sobre as mulheres e para as mulheres. Como instituições detentoras de poder, a imprensa feminina brasileira tem autoridade social para construir o "discurso verdadeiro" sobre determinado assunto para seu público, as mulheres. É nesta condição que este Trabalho de Dissertação pesquisa o discurso sobre feminismo nas revistas femininas online, após a análise das revistas Marie Claire, TPM e AzMina se chega a certas conclusões.

Primeiramente, percebe-se, de forma geral, forte proximidade das revistas com o discurso feminista. Seja pela escolha da maioria das personagens e entrevistadas, seja por aspectos do texto, ou pelos termos e expressões usadas, este último de grande relevância na análise. Muitas das expressões usadas como aspecto interno disciplina, os marcadores discursivos, foram utilizados pelas revistas. O fato de, num total de 194 publicações, 105 terem indicadores de feminismo é um importante indício.

Sobre as revistas femininas em si e suas características textuais, percebe-se que os artigos se aproximam mais do jornalismo em sua natureza objetiva e precisa, principalmente a AzMina e a TPM. Buitoni (2009), em seus estudos, analisou os aspectos do jornalismo na imprensa feminina e chegou a dizer que as publicações eram cadernos publicitários com alguns artigos para poderem ser chamados de revistas (p.194).

Num contexto online, estes aspectos mudam, as revistas, em sua maioria não trazem publicidades incutidas em seus textos, e a questão das edições também cai por terra, já que as publicações estão soltas, sem ordem cronológica de leitura, não há barreira física que as limite, elas são quase como que individuais, mesmo fazendo parte do todo. Outra prática jornalística que também se faz presente é o uso do lead.

Também se enxerga as regras textuais e de tempo da internet presentes, vê-se textos curtos e rápidos, de fácil entendimento, por vezes superficiais – aspecto muito presente na TPM.

Apesar das diferenças, ainda há semelhanças com o que seria tradicional (ou o tradicional também mudou?) da imprensa feminina, há a peculiaridade do descritivo, do uso da segunda pessoa no trato com a leitora, ainda se mantém tom imperativo. Percebem-se alguns destes aspectos presentes numa revista e na outra não, especula-se que podem se tratar de características em transição ou vícios de produção.

A Marie Claire se apresenta muitas vezes como exceções nos aspectos inovadores, antes destacados, como ter, dentre as três revistas, menos objetividade e pesar no aspecto descritivo dos cenários das entrevistas. No texto destacado do mês de fevereiro, "Anitta por trás da fama", em que a personagem é a cantora Anitta, sabe-se sobre a roupa da artista, o tipo de cadeira em que está sentada e sobre sua casa, o mesmo acontece com texto de março, "Marina Silva "uma mulher que pratica aborto não deve ser presa"", que traz Marina Silva como personagem.

Quanto ao tamanho de seus textos, Marie Claire mantém extensão da revista impressa, já que sua revista online é uma espécie de digitalização da edição em papel. Desta forma, os artigos com publicidades inclusas também aparecem mais na revista, em especial em seu longo seguimento de moda, que traz muitas indicações de roupas e acessórios para serem comprados, é neste contexto que também surge o texto em tom imperativo. Essa presença capitalista se faz mais perceptível na revista.

É relevante detalhar estes aspectos, não só porque eles ajudam a construir e também revelar o discurso, mas porque o feminismo, como ideologia, bate de frente com os tradicionalismos das revistas femininas clássicas, ou seja, defender o feminismo e ainda adotar tais práticas é uma incoerência. E enxergar esta incoerência é um elemento crucial para esta Pesquisa.

Quanto ao que tange ao feminismo nas publicações, observa-se que todas as revistas constroem um discurso positivo sobre o mesmo, com aspectos comuns e também suas particularidades. As três revistas utilizam do feminismo nas temáticas abordadas em seus artigos, defendem o mérito do movimento e se declaram (algumas de maneira mais aberta, outras, não) como apoiantes da causa.

Observa-se também um cenário de mudança de mulheres representadas nas revistas femininas por suas qualidades e virtudes para mulheres representadas por suas

ações. É apreciável a alteração dessa característica da revista feminina clássica teorizada por Buitoni (2009, p.200); é em consonância com este fenômeno que o marcador discursivo trabalho feminino é um dos mais suscitados.

No âmbito das particularidades, percebe-se por parte da Marie Claire um maior esforço em aproximar seu conteúdo do feminismo, como foi notado da análise dos três textos destacados da publicação. Essa necessidade contrasta com os aspectos tradicionais da revista já mencionados; uma revista que apoia o feminismo, mas faz questão de mencionar como são as roupas dos artistas? É visível na revista ainda uma busca pelo equilíbrio diante desta contradição.

De caráter tradicional, é até espectável que este fenômeno ocorra de forma mais evidente com a publicação, mas por se seguir a Análise do Discurso, não se pode ser ingênuo e imaginar que a Marie Claire deseja essa proximidade com o feminismo somente em busca da emancipação feminina. O feminismo, num contexto de Quarta Onda, é o novo, é o popular (como dito por Buitoni), é o que o público feminino busca; então a forte necessidade de adaptação vem desta demanda que estima tais valores. Apesar de parecer paradoxal, é uma demanda capitalista.

A TPM se mostra de forma muito peculiar no que diz respeito a construção de seu discurso sobre o feminismo. É evidente que a revista se considera feminista e por esta perspectiva já se pode afirmar que a mesma contribua com um discurso positivo do movimento; entretanto é necessário analisar nas entrelinhas e pensar a realidade que cerca a revista.

A TPM traz os temas feministas, mas como observado nos três textos elegidos, esta trata destes de forma muito natural, quase orgânica, é como se a revista tomasse como certo o conhecimento sobre questões e expressões feministas da leitora. Seguindo a linha de raciocínio da publicação, não seria necessário explicações, nem justificações, já que o público sabe acerca da causa. Desta maneira, a revista traz, em sua maioria, textos-notícias, entrevistas com pessoas consideradas de relevância ou inspiradoras.

Este tipo de construção de informação por parte de uma revista feminina faz com que esta mostre a perda do caráter didático tradicional a este tipo de imprensa. A TPM ao adotar tal entendimento produz textos mais objetivos, entretanto não se pode deixar

de lado que esta particularidade, em muitos momentos, faz com que seus artigos se tornem mais superficiais e sem o aprofundamento de certas questões, como foi visto no texto de janeiro, “App defende direitos das trabalhadoras domésticas”, quando se abordou os dados de raça e etnia referentes às trabalhadoras domésticas.

A quebra desse padrão didático, ao mesmo tempo em que é uma ruptura, pode significar a manutenção, de forma camuflada, do caráter capitalista da publicação híbrida. Pois ao mesmo tempo em que a revista não explica seus argumentos e defende o feminismo de forma tão natural, de forma tênue, quase apagada, deixa também imperceptível a contradição capitalismo x feminismo tão visível na Marie Claire, por exemplo.

Na AzMina, vê-se um tom mais político e manifestante, a revista se declara abertamente feminista e se considera integrante de um contexto midiático independente e progressista. A forma de abordagem do feminismo também é bastante natural, percebe-se a ideia, por parte da publicação, de que a leitora que visita a página também é feminista. Entretanto, ao contrário da TPM, esta interpelação é bastante evidente, até pelo tom militante. Na AzMina não se nota um caráter capitalista de forma acentuada, pelo contrário, não há qualquer tipo de publicidade na página, nem em seus textos, nem no layout do site.

O local em que a AzMina se coloca como sujeito merece atenção, o fato da publicação se afirmar como mídia independente e com uma guinada à esquerda, coloca-a mais próxima do contexto das mulheres marginalizadas. Esse acercamento só é percebido na AzMina, apesar da TPM, em seus textos, suscitar muito o marcador discursivo raça e etnia, esta não se posiciona da mesma forma que a AzMina, como exemplo: não se vê na TPM o uso do termo “favelado(a)”, utilizado de forma simples pela AzMina.

Apesar das características vanguardistas da revista, nota-se uma utilização da segunda pessoa no trato com a leitora, particularidade da revista feminina tradicional, numa tentativa de maior convencimento e proximidade. Este tipo de abordagem é observado no texto “Facebook, não isole a mídia independente e feminista”, destacado do mês de janeiro. A revista também apresenta um tom mais didático, talvez por seu

cunho político, mas que ainda sim é uma peculiaridade da imprensa feminina tradicional.

A partir da AD, estuda-se, nesta Pesquisa, a conexão entre exterioridade e a linguagem a fim de revelar como um discurso é construído. Mais especificamente, tem-se o contexto da Quarta Onda Feminista no Brasil (sem dispensar toda a historicidade da causa feminina que culminou no momento atual), e vê-se, também por meio das revistas femininas brasileiras online, a materialidade da linguagem, e é nesta materialidade que se busca encontrar concretamente a produção de sentido e consequentemente o discurso sobre feminismo.

Os aspectos do Discurso, como disciplina, sujeito e autor, fazem com que se consiga controlar o discurso, entretanto ao mesmo tempo permitem um maior entendimento do mesmo, e nesse sentido seu desvelamento. Segundo Orlandi (1994)

> Essa relação com a exterioridade, a historicidade, tem um lugar importante, eu diria mesmo definidor, na Análise de Discurso. De tal modo que, ao pensar a relação entre linguagem e sociedade, ela não sugere meramente uma correlação entre elas. Mais do que isso, o discurso é definido como processo social cuja especificidade está em que sua materialidade é lingüística. Há, pois, construção conjunta entre o social e o lingüístico. Ao introduzir a noção de sujeito e de situação (contexto, exterioridade), a Análise de Discurso afirma o decentramento do sujeito. Se é assim para o sujeito, também a relação com o mundo é constituída pela ideologia; a ideologia é vista como o imaginário que medeia a relação do sujeito com suas condições de existência (p.56).

Ao se pensar na descentralização do sujeito, sugerida por Orlandi, considerando-se que as revistas femininas são os sujeitos do discurso sobre feminismo, nesta Dissertação, é válido salientar que o sujeito, imprensa feminina, não é a fonte inicial do discurso sobre o feminismo, este não é criado pela mesma.

A revista feminina é quem tem o respaldo social, como instituição detentora de poder e capaz de apontar a verdade, de indicar para suas leitoras a “verdade verdadeira” sobre feminismo. E neste momento indica, como um discurso verdadeiro sobre o movimento, que este é positivo e faz/deve compor parte do cotidiano, pensamentos, comportamentos e ideias das mulheres brasileiras.

Este tipo de discurso sobre o feminismo, ancorado em discursos que já existem (e nos que ainda vão existir) e estão a ele associados, já se fazem presente no campo

social, o valor da imprensa feminina neste fenômeno é se apropriar desse discurso e o multiplicar para seu público através de seus autores; exercendo assim seu papel de sujeito.

Considera-se também que o feminismo é uma ideologia, desta forma, como afirma Althusser, é ele que indica para os sujeitos como devem ser seus rituais. É a ideologia que dita para o sujeito como tem de ser sua relação com sociedade. Neste sentido, se o sujeito não cumpre os rituais da ideologia, ou seja, se as revistas femininas não cumprem os princípios feministas é porque estas não estão, em sua totalidade, de acordo com a causa.

Por este motivo, a busca por contradições na Análise do Discurso é fundamental. As revistas femininas, em especial a Marie Claire, deixam evidentes as discrepâncias, o que leva a afirmar que sua proximidade com o feminismo tem uma finalidade capitalista, usando-se do novo, já defendido por Buitoni, típico da revista feminina tradicional.

A popularidade da Quarta Onda Feminista no Brasil e na América Latina possibilitou que o feminismo se tornasse algo moderno e afamado, logo incorporado pelo maquinaria capitalista do novo na revista feminina. Este cenário é um verdadeiro paradoxo, já que como o feminismo, que luta contra tal prática, poderia se tornar algo vendável? Porém são situações passíveis de ocorrer numa sociedade do capital.

Quanto a TPM e a AzMina, mesmo tendo caráteres diferenciados, híbrido e alternativo, respectivamente; as duas revistas já surgiram num contexto de insatisfação pré-Quarta Onda (TPM) e da Quarta Onda (AzMina), pode-se também afirmar que estas são resultado do novo, da popularidade do feminismo.

Entretanto, a questão capitalista na AzMina é uma problemática que pode ser abandonada, devido a própria organização financeira da revista, percebe-se mais um ideário de subsistência do que de lucro, portanto mais próximo dos valores que seriam pregados pelo feminismo, e cumprindo com maior eficácia seus rituais.

Todas as revistas, à sua maneira, são movidas pela vontade de verdade e por seu desejo de poder advindo do discurso. O fato das revistas femininas brasileiras online estarem na atualidade realizando um discurso positivo sobre o feminismo provém das

dinâmicas das relações de poder do contexto social brasileiro. Pensando nesta conjuntura, cita-se que é “[...] a fim de desmontar essas verdades e entendê-las como coisas inventadas por uma rede discursiva anônima, mobilizada de determinada forma em virtude das relações de poder” (Ferreira, & Traversini, 2013, p. 2016), que este Trabalho de Dissertação tenta elucidar tais aspectos.

Por isso também é necessário refletir criticamente sobre este discurso positivo produzido a respeito do feminismo, não o tomar automaticamente como benéfico. Afinal o discurso positivo, assim como se fosse negativo, é algo "montado" pelas relações de poder num contexto de Quarta Onda no Brasil. A diferença, talvez, numa perspectiva de melhoria social para as mulheres brasileiras é que discurso positivo sobre o feminismo valoriza os direitos humanos e preza pela igualdade. Entretanto não se pode esquecer que estes também são princípios ideológicos.

Portanto, após esta explanação, toma-se como verdadeira a hipótese levantada nesta Pesquisa de que as revistas femininas brasileiras online estão, cada vez mais, se apropriando do feminismo, e construindo um discurso positivo a respeito do movimento, entretanto essa proximidade acontece devido a alta popularidade e aceitação do feminismo entre as mulheres na atual conjuntura social brasileira.

Da mesma forma, tem-se como alcançados os objetivos de refletir sobre o feminismo na imprensa feminina e entender qual discurso sobre o feminismo as revistas femininas elaboram e como realizam essa construção.

Considerações finais: as transformações da imprensa feminina brasileira

Logo após a confirmação da hipótese desta Dissertação, reflexões e questionamentos surgem sobre feminismo e imprensa feminina. É notória a existência de mudanças no que Buitoni classificou como típico da revista feminina em seus estudos na década de 1980. Nota-se uma maior aproximação da revista com as características prezadas pelo jornalismo, pensa-se que esta já reconhece em suas leitoras criticidade.

A era digital proporciona tais mudanças, as mulheres têm maior força de intervenção e articulação sobre e para com os conteúdos das revistas. As mulheres, que antes só poderiam ser recepção, conseguem ter acesso aos meios de produção e passam a fazer o que acreditam que deve ser a revista feminina, o objeto AzMina é um destes exemplos.

Nota-se uma maior horizontalidade a nível de influências, não é somente a revista feminina que influencia seu público, mas também as mulheres que influenciam a revista feminina. Mesmo que tal fenômeno já pudesse ocorrer anteriormente, é com a chegada das novas tecnologias que esta influição se torna mais efetiva.

A mudança no considerado tradicional também se destaca, uma movimentação política e acadêmica tem conseguido mudar o que, em décadas, era produzido pela imprensa feminina, como grande exemplo se tem a Marie Claire.

Pergunta-se: será que as revistas femininas caminham para uma singularidade a nível de conteúdos e temáticas? Como é possível ver revistas como Marie Claire e AzMina, de caráteres tão distintos, fazendo campanhas pelas mesmas questões e discursando positivamente sobre os mesmos assuntos? Acontece neste momento uma verdadeira transformação, em que se vive uma fase de transição, ou é somente um cenário momentâneo resultado da Quarta Onda? Talvez se trate dos dois eventos. Entretanto são perguntas que só podem ser respondidas em estudos e pesquisas futuras.

Porém é interessante ver como a Quarta Onda Feminista tem se mostrado forte e determinante em muitos contextos brasileiros, como a volta ao debate sobre o aborto,

assédio, violência contra mulher no meio público, e ainda a deliberação, em 2015, do feminicídio como crime hediondo em território brasileiro, e a inclusão das mulheres transexuais nas políticas públicas de combate a violência contra mulher, como a Lei Maria da Penha.

A revelação do feminismo como o novo para as revistas femininas não transforma este episódio num acontecimento de segundo nível, como se não fosse genuíno, ou determinantemente passageiro. As dinâmicas sociais e as relações de poder estão representes em todo o tecido social, nada os escapa. A AD permite os revelar e os entender, e tal exposição deve ser vista como uma possibilidade de compreender como o contexto histórico e atual e o discurso se manifestam na imprensa que é feita exclusivamente para as mulheres.

Pensar criticamente a comunicação, em especial a imprensa feminina, é um compromisso de todo pesquisador e pesquisadora da área das Ciências da Comunicação, a AD em sua interdisciplinaridade e flexibilidade permitiu alcançar este desafio.

Se antes se pensava somente que as revistas femininas brasileiras online faziam um discurso positivo sobre o feminismo porque este é popular atualmente, mais do que confirmar esta hipótese, foi possível entender porque esta o constrói desta maneira.

Referências bibliográficas

Althusser, L.(1970). *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. Lisboa: Editorial Presença.

Anderson, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Editora Campus – Elsevier.

Angelo, L.(2018, Fevereiro). Anitta por trás da fama. Fonte: Revista Marie Claire.

AzMina Mídia Kit. (2018).

Bittencourt, B.(2018, Janeiro 09). App defende direitos das trabalhadoras domésticas. Fonte: Revista TPM: https://revistatrip.uol.com.br/tpm/educacao-pelo-celular-app-laudelina-ajuda-trabalhadoras-domesticas-a-reivindicarem-seus-direitos

Brandão, H.(2006). *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora Unicamp.

Bruno, M.(2018, Março 19). Como a morte de Marielle afeta as próximas eleições. Fonte: Revista AzMina: http://azmina.com.br/2018/03/como-a-morte-de-marielle-afeta-as-proximas-eleicoes/

Buitoni, D. (2009). *Mulher de Papel: A representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus Editorial.

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão de identidade*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.

Conceição, A. (2009). Teorias feministas: Da "questão da mulher" ao enfoque de gênero. *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção, v. 8, n. 24*, 738-757. Disponível em http://paginas.cchla.ufpb.br/rbse/Conceicao_art.pdf

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. (2013). Disponível em https://dicionario.priberam.org/sororidade

Disponível em http://www.scielo.br/pdf/edreal/v38n1/12.pdf

Equipe AzMina. (2018, Janeiro 15). Facebook, não isole a mídia independente e feminista. Fonte: Revista AzMina: http://azmina.com.br/2018/01/facebook-nao-isole-a-midia-independente-e-feminista/

Ferreira, M., & Traversini, C. (2013). A análise foucaultiana do discurso como ferramenta metodológica de pesquisa. *Revista Educação & Realidade, v. 38, n. 1*, 207-226.

Foucault, M. (1996). *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola.

Foucault, M. (2012). *Microfísica do poder*. São Paulo: Graal.

Foucaut, M. (2008). *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária.

Garcia, G. (2018, Janeiro 15). Você lida bem com a sua menstruação. Fonte: Revista TPM: https://revistatrip.uol.com.br/tpm/calcinhas-absorventes-coletores-menstruais-e-outros-produtos-para-te-ajudar-com-a-menstruacao

Gonzalez, M. (2017, Novembro 14). Quarta onda do feminismo é tipicamente latino-americana, diz fundadora do Ni Una Menos. Fonte: Revista Cult: https://revistacult.uol.com.br/home/quarta-onda-feminismo-latino-americana/

Ito, C. (2018, Fevereiro 21). Linn da Quebrada leva seu pajubá para a Europa. Fonte: Revista

TPM: https://revistatrip.uol.com.br/tpm/linn-da-quebrada-estrela-o-documentario-bixa-travesty-com-exibicao-no-festival-de-berlim

Karam, J. (2018, Janeiro) O que elas tem em comum. Jan 2018. Fonte: Revista Marie Claire.

Lacombe, M. (2018, Março 28). O que vai ser da gente? Fonte: Revista TPM: https://revistatrip.uol.com.br/tpm/nataly-neri-regina-navarro-lins-alice-ruiz-e-outras-mulheres-falam-sobre-futuro

Marie Claire Mídia Kit. (2015). Portal Editora Globo. Disponível em http://anuncie.infoglobo.com.br/editora-globo/marcas/marie-claire.html

Marie Claire. Portal Editora Globo. Disponível em http://anuncie.infoglobo.com.br/editora-globo/marcas/marie-claire.html

Matos, M. (2010). Movimento e Teoria Feminista: É possível reconstruit a teoria feminista a partir do sul global? *Revista de. Sociologia e Políticam v. 18, n. 36*, 67-92. Disponível em http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/06.pdf

Moscovici, S. (2005). *Representações Sociais: Investigações em psicologia social*. Petrópolis: Editora Vozes.

Narvaz, M., & Koller, S. (2006). Metodologias feministas e estudos de gênero: Articulando pesquisa, clínica e política. *Revista Psicologia em Estudo, v. 11, n. 3*, 647-654. Disponível em http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n3/v11n3a20.pdf

Neves, M. (2018, Janeiro). Maria Valéria Rezende: freira, escritora e feminista. Fonte: Revista Marie Claire.

Neves, M.(2018, Março). Marina Silva "uma mulher que pratica aborto não deve ser presa. Fonte: Revista Marie Claire.

Oms, C.(2018, Fevereiro 01). No Carnaval, na cama e nas ruas, "deixa ela tocar em paz". Fonte: Revista AzMina: http://azmina.com.br/2018/02/no-carnaval-na-cama-e-nas-ruas-deixa-ela-tocar-em-paz/

Orlandi, E. (1994). Discurso, imaginário social e conhecimento. *Revista Em Aberto, ano 14, n. 61*, 53 - 59. Disponível em http://www.emaberto.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/viewFile/1943/1912

Pêcheux, M. (1997). *Semântica e Discurso:Uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Editora da Unicamp.

Pedro, J. (2006). Narrativas fundadoras do feminismo: Poderes e conflitos (1970-1978). *Revista Brasileira de História, v. 26, nº 52*, 249-272. Disponível em http://www.scielo.br/pdf/rbh/v26n52/a11v2652.pdf

Resende, F. (2007). O discurso jornalístico contemporâneo: Entre o velamento e a produção das diferenças. *Revista Galáxia, n 14*, 81-93.

Teixeira, N. (2014). Entre o Público e o Privado: Imprensa e Representação Feminina. *Revista Encuentros, n.2*, 79-92. Disponível em http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v12n2/v12n2a06.pdf

Teles, A. (1999). *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Editora Brasiliense.

TPM Mídia Kit. (2016). Portal Editora Trip. Disponível em http://www.tripeditora.com.br/comercial/

TPM. Portal Trip Editora. Disponível em http://www.tripeditora.com.br/comercial/

Vizeu, A.(2003). A produção de sentidos no jornalismo: Da teoria da enunciação à enunciação jornalística. *Revista Famecos, nº 22*, 107- 116. Disponível em http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/3241/2501