



# XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E DE SEXUALIDADES

## REPRESENTAÇÃO ESTÉTICA DO FEMININO: A MULHER NAS (OU DAS) “REVISTAS FEMININAS”

Laís Alves de Oliveira (1); Orientador: Eduardo Ramalho Rabenhorst (1)

(1) *Estudante da graduação em Direito da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, bolsista de Iniciação Científica, [lais.ao@hotmail.com](mailto:lais.ao@hotmail.com)*

(1) *Pesquisador Pq2 do CNPq vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, [rabenhorst\\_1@hotmail.com](mailto:rabenhorst_1@hotmail.com)*

### Resumo

Seguindo um pensamento lógico-racional, revistas “femininas” tratariam de temas que, obviamente, interessariam às mulheres, ou elas em especial, ou seja, “o feminino” e a esfera em que ele se encontra. Mas o que seria esse “feminino”? Onde ele se insere? Como é caracterizada a “feminilidade” nessas revistas? Para isso, tomaremos como base dois estudos sobre análise de revistas “femininas”, fazendo um conjunto de publicações brasileiras, francesas e quebécoises. Enfatizamos a relação entre imagem e palavras para abranger aqui o vínculo entre os textos contidos nas matérias das revistas “femininas” e as fotos e imagens nelas inseridas. A emancipação da mulher não parece ter chegado às revistas “femininas”, que continuam a retratar a mulher como pertencente ao ambiente privado e/ou como sedutora. É preciso que a mulher – assim como todos os indivíduos da sociedade – enxergue a forma que o feminino é tratado e apresentado de forma crítica, questionando-se de quem são os interesses satisfeitos com a retratação daquela determinada forma, o porquê daquela representação. Enquanto isso, o corpo permanece o foco, o cerne, das revistas “femininas”.

Palavras-chave: Feminismo, Revistas femininas, Representação estética.

### Introdução

Seguindo um pensamento lógico-racional, revistas “femininas” tratariam de temas que, obviamente, interessariam às mulheres, ou elas em especial, ou seja, “o feminino” e a esfera em que ele se encontra. Mas o que seria esse “feminino”? Onde ele se insere? Como é caracterizada a “feminilidade” nessas revistas? Como ela é retratada? Como é percebida por seus leitores? Com que objetivo ela é exposta nas capas, nas páginas, nas reportagens, nas publicidades



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E DE SEXUALIDADES

das revistas das femininas? O que define o feminino? Como é possível reconhecê-lo? Como alcançá-lo?

Nas capas das revistas “femininas”, veem-se, com frequência, mulheres maquiadas, em “boa forma”, com cabelos elaborados, sorrindo. Sempre sorrindo, relacionando a felicidade à boa aparência, à beleza. Nas chamadas da capa, temas de interesse “feminino”: o cuidado com os filhos, o casamento, a saúde (estética), dietas, moda, sexo. Mas seriam essas impressões obtidas de um primeiro olhar já carregado com os “preconceitos de um olhar feminista” ou apenas a dura realidade de que o que a mídia vê como de interesse das mulheres ainda restringe-se ao ambiente privado e ao corpo?

É preciso que a mulher – assim como todos os indivíduos da sociedade – enxergue a forma que o feminino é tratado e apresentado de forma crítica, questionando-se de quem são os interesses satisfeitos com a retratação daquela determinada forma, o porquê daquela representação. Pois que a representação pode servir aos interesses de quem a propõe e ferir àqueles dos representados. Enfrentamos a questão da representação-representante-representado. Quem se beneficia com uma dada representação do feminino?

### **Metodologia, Resultados e Discussão**

Para isso, tomaremos como base dois estudos sobre análise de revistas “femininas”: um feito por Tânia Navarro Swain, *Feminismo e Representações Sociais: a invenção das mulheres nas revistas femininas (2001)*, e o outro por Justine Marillonnet, *Le stéréotypage médiatique du genre féminin (2011)* (A estereotipagem midiática do gênero feminino). Enquanto Navarro debruça-se sobre os aspectos tanto escritos quanto imagéticos das revistas, dando maior ênfase às matérias, Marillonnet restringe-se a tratar das fotos inseridas nas revistas. Acreditamos que colocando suas análises lado a lado, comparando as similitudes e divergências, podemos obter uma visão mais ampla dessa conjuntura.

Justine Marillonnet selecionou três revistas como objetos de estudo: a *Femme Actuelle*, a *Cosmopolitan France* e a *Elle France*. Segundo a pesquisadora, a *Femme Actuelle* expõe cenas na esfera pública, estando as mulheres na rua, no exterior. Os corpos ficam em segundo plano e as roupas são adaptadas ao contexto, Marillonnet identifica um esforço em termos de representação.



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E DE SEXUALIDADES

perceptível, nos dois casos, a ênfase dada ao corpo da mulher, à sedução – caracterizada pelas recorrentes posturas de auto contato, de bocas entreabertas, de olhares penetrantes (“olho no olho”), olhares meio fechados (como que de sonho ou abandono). Essa sedução também seria representada através das roupas, as quais acabam mais por despir do que vestir. Nos cenários públicos, externos, sociais de *Elle*, ela identifica corpos desnudos em contextos públicos, na rua, mas sendo que em ruelas, de corpete aberto e pernas afastadas, cabeça levantada, boca entreaberta, em postura de auto contato. Enquanto nas cenas privadas são fornecidas personificações de “fantasias masculinas”.

Navarro Swain, que estudou as publicações brasileiras *Nova e Marie Claire* e as canadenses *Elle-Québec e La Chatelaine*, destaca a reiteração por esses meios da “‘verdadeira’ natureza da mulher”: “a sedução perversa, a inferioridade física e social, a incapacidade intelectual, a dependência de seu corpo e de seu sexo, a passividade vem sendo reafirmadas em imagens e palavras que povoam o imaginário ocidental.” (2001, p.16)

Ao tempo que a *Elle* e a *Femme Actuelle* invocam o estereótipo como reiteração dos padrões tradicionais de gênero (em meio a padrões sociais e imperativa sedução feminina), para Marillonnet, a *Cosmopolitan* não apenas referencia os padrões, mas os parodia. Uma nova identidade feminina, há muito restrita a considerar o corpo como o único lugar natural de expressão, hoje retomam esses códigos normativos por sua própria conta e parece exagerar, conscientemente, os padrões de gênero.

De acordo com Justine Marillonnet, a *Cosmopolitan* mostra modelos femininos desarticulados, corpos que não mais seduzem, “anti naturais”, desestruturados: os pés não tocam mais o chão, os braços e mãos estão no ar, os rostos estão fazendo uma careta. “Algumas imagens, espalhadas no interior deste exemplar, pontuam esta aparente desnaturalização do corpo feminino por um paroxística reapropriação dos padrões de gênero.” (tradução livre)

A francesa Justine Marillonnet não trata tanto do conteúdo das matérias das revistas, dedicando-se às fotos e imagens, fazendo um escrutínio. Contudo, não se pode dizer que seu estudo é menos aprofundado ou mereça menos atenção. A própria Tânia Navarro Swain (2001, p. 14), com a qual fazemos o contraponto deste estudo, diz que “Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo e o desenho de sua positividade.” Assevera



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E DE SEXUALIDADES

que “representações simbólicas, em um tempo e lugar determinados, são também reatualizações de imagens que permanecem alojadas nos nichos do interdiscurso” (SWAIN, 2001, p. 15).

O epígrama “o poema é pintura falante; a pintura, poema silente”, aqui referido do livro “A Cegueira da Justiça”, de Marcílio Toscano Franca Filho, obra em que perpetra um “Diálogo Icononográfico entre Arte e Direito”, consagra essa relação entre imagem e palavras, a qual alargamos para abranger aqui o vínculo entre os textos contidos nas matérias das revistas “femininas” e as fotos e imagens nelas inseridas.

Seria agora possível responder a pergunta que Justine Marillonnet lança no início de seu artigo: “Como defender que o discurso estereotipado performativo mantém as mulheres submissas às normas androcêntricas da nossa sociedade contemporânea, sem dar a entender que o público feminino é de bobas, irreflexivas, inertes diante da recepção de uma mensagem midiática?” (tradução livre).

“Ver precede as palavras. A criança olha e reconhece, antes mesmo de poder falar.” O “regime do olhar” de John Berger, crítico de arte, discutido em seu livro “Modos de Ver”, é, como destacado por Rabenhorst e Camargo, aliado da luta feminista, que aponta como marco inicial de sua crítica:

(...) a ideia de que o olhar não é um ato neutro, mas uma operação submetida a uma gestão social, a um conjunto de instruções bastante precisas. No entender de John Berger, (...) existe na arte ocidental um “regime do olhar”, segundo o qual os homens agem enquanto as mulheres aparecem. São os homens que olham para as mulheres e estas estão sempre se vendo e sendo vistas, ou seja, as mulheres estão relacionadas a uma postura passiva, enquanto a ação, a intervenção no mundo e a capacidade de criação estão destinadas aos homens.

Para Berger, como em uma espécie de *mise en abyme*, estamos sempre diante de imagens que constroem outra imagem, uma segunda representação, que “determina não só a maioria das relações entre homens e mulheres como também as relações das mulheres consigo próprias”. Tais imagens enviam informações sobre “o que é e não é o feminino”, ensinam sobre como deve (ou não) parecer e agir uma “mulher”, com vistas a um olhar masculino, mas também em relação ao olhar das outras mulheres. Ser feminina, antes de tudo, é aparecer como espetáculo (*speculum*, espelho) às vistas dos homens e das demais mulheres. Quando as mulheres olham as imagens que delas são produzidas (outrora na pintura, hoje principalmente na publicidade e no cinema), elas não olham a si próprias, mas para um protótipo feminino construído por homens.



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E DE SEXUALIDADES

Em uma discussão sobre o objeto de gênero, D. Anjo (2012) afirma que “a arte é política quando produz um ‘dissenso’ entre a produção artística e fins sociais definidos.” A representação sendo uma forma de arte, reconhecendo-se a representação nas revistas como tal, e partindo-se do pressuposto de que a acepção política da arte está centrada na repercussão da sua apresentação, na forma como os indivíduos irão recebê-las e o embate de interpretações resultante, posto que cada indivíduo a recebe de maneira diversa e unívoca, ainda que seja possível notar certa homogeneidade, subsiste o padrão de mulher-objeto e homem-sujeito nas revistas “femininas”.

### Conclusões

Junto a todas as perguntas levantadas no início deste trabalho e no decorrer dele, outros quesitos ainda parecem surgir: seria Justine Marillonnet otimista demais ao dizer que, uma das revistas que analisou, a *Cosmopolitan France*, usa, na verdade, o estereótipo já consagrado como maneira de exatamente desconstruí-los? É ainda atual a análise feita, há dez anos, por Tânia Navarro Swain das duas revistas brasileiras e das duas revistas Québécoises?

A assunção voluntária da múltipla jornada pela mulher, vista e retratada nas revistas analisadas por Swain, como uma superação, algo positivo, e não mais uma imposição social, mantendo sempre a função fundamental de cidadã, demonstra que a emancipação da mulher não chegou às revistas “femininas”, que continuam a retratar a mulher como pertencente ao ambiente privado e/ou como sedutora.

As capas de revistas “femininas” hoje em dia, não parecem se diferenciar daquelas de dez anos atrás. Até que ponto “exagerar” o padrão contribuiria para o seu desfazimento? Mesmo na *Cosmopolitan*, onde se parece encontrar maiores insurgências, a presença de imagens “revolucionárias” não é o padrão. E o corpo permanece o foco, o cerne, das revistas “femininas”.

A mulher DAS revistas femininas ainda é uma mulher submissa, que mesmo podendo não ser mais restrita ao lar ainda é “devotada” à ele, tendo-o como “habitat natural”, ou é completamente dedicada ao próprio corpo, pois a beleza é retratada como único caminho para a felicidade. Essa mulher DAS revistas “femininas” é a mulher objeto, a mulher que se vê ser vista, mas que não é atora, não é sujeito. A mulher NAS revistas “femininas”, no entanto, pressupõe uma mulher sujeito, capaz de assumir suas multiplicidades, dando espaço para que as



## XI COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES

interações sociais modifiquem o eixo corpo-sedução-amor em que se centram as revistas “femininas” atualmente. No entanto, uma questão permanece: quem se beneficia com a imprensa “feminina” atuando como reiteradora de estereótipos sociais e de gênero?

### Referências Bibliográficas.

Livros:

BERGER, John. *Ways of seeing*. Harmondsworth: Penguin, 1987.

FRANCA FILHO, Marcílio Toscano. *A Cegueira da Justiça: Diálogo Iconográfico entre Arte e Direito*. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Ed., 2011.

Artigo de revista:

MARILLONNET, Justine. Le stéréotypage médiatique du genre féminin. *Recherches en communication*, n° 36 (2011). Disponível em: <<http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewArticle/7794>>. Acesso em: 23 mar. de 2015.

RABENHORST, Eduardo Ramalho; CAMARGO, Raquel Peixoto do Amaral. (Re)presentar: contribuições das teorias feministas à noção da representação. *Rev. Estud. Fem.*, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 981-1000, dez. 2013. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2013000300013&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2013000300013&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 21 abr. de 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2013000300013>

RAMOS, P. H. van V. Rancière: A Política das Imagens. *Princípios – Revista de Filosofia*. Natal (RN), v. 19, n. 32, jul/dez. 2012. P. 95-107. <<http://www.principios.cchla.ufrn.br/arquivos/32P-095-107.pdf>>. Acesso em : 3 mai. de 2014.

SWAIN, Tania Navarro. Feminismo e Representações Sociais: A Invenção das Mulheres nas Revistas “Femininas”. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 34, p. 11-44, 2001. Editora da UFPR.