

## DISCURSO E GÊNERO NO PROCESSO DE CONSTITUIÇÃO DA REVISTA *CAPRICHÔ.*

Luana Ferreira de Souza<sup>1</sup>

**Resumo:** a escrita do presente trabalho resulta das inquietações acerca da representação feminina em textos midiáticos, com enfoque especial para a revista *Capricho*. Observamos, assim, a maneira como através da linguagem é possível estabelecer as relações de gênero social enquanto dispositivo de análise presente na constituição da revista. Para tanto, utilizamos as bases teórico-metodológicas da Análise do Discurso francesa, bem como as discussões acerca das relações de gênero enquanto elemento constitutivo das relações sociais

**Palavras-chave:** discurso, gênero e mídia.

### **Mídia e discurso: reflexões introdutórias**

Os fenômenos sociais, quaisquer que sejam, possibilitam diversas análises que dependem tanto do aporte teórico escolhido para subsidiar a análise, quanto dos objetivos específicos do estudioso. No caso desse trabalho, o aspecto relevante em relação aos *media*, ou como é comumente conhecida, a mídia, se refere aos aspectos discursivos que estes engendram.

Com o advento dos meios de comunicação de massa, nos séculos XIX e XX, tornou-se impossível aos participantes de uma cultura ocidental, mesmo que com certa resistência, não se deparar, em algum momento da vida cotidiana, com algum tipo de prática que se utilize dos meios de comunicação. Assim, a mídia faz parte da prática social, pelo menos, da cultura ocidental.

Desse modo, é preciso considerá-la, enquanto mediação das relações sociais entre seus leitores e a realidade, uma atividade de linguagem que permite que se estabeleçam vínculos sociais, sendo esses os responsáveis pelo reconhecimento identitário entre os sujeitos. É a mídia, enquanto prática social e mediadora das relações sociais estabelecidas na sociedade, que contribui para a circulação de determinadas formações discursivas as quais, por conseqüência, são também responsáveis pela construção e constituição das relações de gênero social.

---

<sup>1</sup> É Bacharel em Letras pela Universidade Federal da Bahia, e-mail para contato luadesouza@hotmail.com.

Ao abordar a mídia na tentativa de analisar o discurso, ou os discursos, em relação à construção da imagem feminina, exige-se compreendê-la através de uma lógica simbólica que é a lógica mais interessante no trabalho com o discurso midiático. Assim, pondera o autor que a lógica simbólica da mídia trata-se da maneira pela qual os indivíduos constroem as representações dos valores que subjazem as suas práticas, criando e manipulando signos e produzindo sentido. Com efeito, as materializações discursivas que circulam na mídia não transmitem a realidade, “mas construções que permitem ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta” (GREGOLIN, 2003, p. 97).

Essa constatação permite observar que a mídia produz sentidos a partir das representações que constituem o imaginário social e é fazendo circular essas representações, de acordo com a autora (2003, p. 96), que ela “constrói uma ‘história do presente’, simulando acontecimentos-em-curso que vêm eivados de signos do passado”.

Dessa forma, é o efeito do trabalho com o simbólico, que constitui os sentidos gerados pelos textos midiáticos. Se observado o funcionamento discursivo da mídia, é possível verificar que o seu trabalho constitui-se pelo regaste de figuras, de um já dito, por meio das memórias do dizer, possibilitando, dessa maneira, a construção de sentidos. Assim, é através do acesso às formações discursivas presentes no interdiscurso, por meio de um já dito, que a mídia constrói a identidade de um imaginário social, disseminando representações, por vezes estereotipadas, que circulam no seio da sociedade forjando o real. Em relação à produção de sentido, construído pelas materializações discursivas que circulam socialmente através da mídia, Gregolin (2003) salienta:

os trajetos de sentidos materializam-se nos textos que circulam em uma sociedade, criando interdiscursos cuja totalidade é inapreensível. A coerência visível em cada texto particular é efeito da construção discursiva: o sujeito pode interpretar apenas alguns dos fios que se destacam das teias de sentido que invadem o campo do real social. O efeito de coerência e unidade do sentido é construído por agenciamentos discursivos dos enunciadores que controlam, delimitam, classificam, ordenam e distribuem os acontecimentos discursivos em dispersão e permite que um texto possa “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, 1986). (GREGOLIN, 2003, p. 97)

Nessa perspectiva, os trajetos simbólicos são os responsáveis pela construção do imaginário social. Esses trajetos são decorrentes tanto dos enunciadores, responsáveis por fazer circular as percepções de mundo, controlando, delimitando e distribuindo os acontecimentos discursivos que estão dispersos, como aponta a autora, quanto dos co-enunciadores ou leitores, responsáveis por atribuir sentidos diversos aos textos.

Vale salientar que os textos, enquanto materializações discursivas, são os responsáveis por manter relações com a realidade social, assim como determinam as posições que os sujeitos podem ou devem ocupar, repetindo ou renovando discursos cristalizados. Da mesma forma, é importante salientar também que os sentidos só são passíveis de interpretação quando se recuperam as vozes que falam através do discurso o qual deve estar inserido em um contexto sócio-histórico.

Nesse sentido, o trabalho com o simbólico permite, através das materializações discursivas presentes na mídia, a construção de representações sociais que constituem o imaginário social. Este último, construído a partir dessas materializações, gera as visões de mundo, modelam as condutas e os estilos de vida dos sujeitos, preserva discursos hegemônicos ou introduzem movimentos de mudanças (cf. GREGOLIN, 2003).

A mídia, por pautar-se em materialidades ideológicas, interpela, por meio de textos, o co-enunciador que só compreende o sentido do discurso se o reconhecer como pertencente a uma formação discursiva. Esse ato gera um movimento de significações e re-significações de concepções já ditas e enraizadas que permite a circulação de imagens cristalizadas através da memória discursiva, conservando ou renovando-as.

No que tange à imagem da mulher, é o trabalho da mídia com o simbólico que possibilita a recorrência de representações do feminino, propiciando o reconhecimento da renovação ou conservação de tais imagens. A mídia, a partir de representações sociais cristalizadas, se utiliza dessas imagens para (re)afirmar valores (pré) concebidos como certos e únicos. Essas imagens cristalizadas, ao serem recolocadas em circulação pelos textos midiáticos, permitem “os movimentos interpretativos, as retomadas de sentido, e seus deslocamentos” (GREGOLIN, 2003, p. 105). Assim, através dos retornos dessas imagens e de sua possível renovação, é possível que sejam analisadas as representações que circundam a imagem da mulher na sociedade.

### **O “fazer gênero” por meio da linguagem**

O modo como a sociedade compreende as maneiras de como ser homem e de como ser mulher constituem as relações de gênero social. Esse conceito surge da tentativa de compreender como a subordinação feminina é reproduzida e a dominação masculina é sustentada pelas manifestações sociais de diversas ordens, inclusive discursivas. Os estudos que se debruçam sobre essas relações, segundo Funk e Widholzer (2005, p. 9), surgem e afirmam-se “como decorrência do alargamento das fronteiras teóricas da crítica feminista, oriunda por sua vez da vertente intelectual – mas

não menos política - do movimento de mulheres que se instaurou no ocidente nas décadas de 1960 e 1970” e que ficou conhecido como a segunda onda feminista.

A grande contribuição dessa onda feminista, em síntese, foi situar a gênese da subordinação feminina a um processo provocado pelas relações sociais situadas em contextos sócio-históricos, desmitificando que a relação entre homens e mulheres se daria por condições naturais. Essa perspectiva contribui, sobretudo, para se pensar os produtos de uma sociedade em decorrência das relações existentes nela, a partir da prática social e dos valores transmitidos através de gerações. O conceito de relação de gênero, nessa perspectiva, segundo a proposta de Araújo (2000), se viabiliza ao pensar nas construções simbólicas que essa relação implica. Para a autora (2000), esse conceito

trata-se de um importante recurso analítico para pensar a construção/desconstrução das identidades de gênero, isto é, os caminhos através dos quais os atributos e lugares do feminino e do masculino são social e culturalmente construídos, muito mais como *significados* do que como *essência*. Gênero é relacional e, nesse sentido, um gênero só existe em relação com o outro. Essa característica permite considerar que tanto o processo de dominação quanto o de emancipação envolvem relações de interação, conflito e poder entre homens e mulheres. (ARAÚJO, 2000, p. 69)

Dessa forma, é preciso rememorar que a condição da mulher e do homem na sociedade, durante muito tempo, esteve crucialmente ligada ao seu caráter biológico. Dessa maneira, coragem, força, virilidade constituiriam o masculino, enquanto a fragilidade, a castidade e a domesticidade eram traços biológicos inerentes ao feminino. Assim, homem e mulher desempenhavam categorias fixas que se explicavam por meio da sua anatomia. Ser mãe, esposa e dona de casa, foi considerado o destino natural das mulheres. Essas construções sociais se perpetuaram enquanto mitos, naturalizando a posição que a mulher deve ocupar na sociedade.

De todo modo, não é possível se referir à questão das relações de gênero e, por consequência, à representação da mulher sem admitir a contribuição que o movimento feminista proporcionou a esta. As atividades que por ele foram, e são, desenvolvidas permitem às mulheres ocidentais, segundo Wolf (1992), entre outros aspectos, o direito à educação superior, o controle da reprodução, a conquista pelos direitos legais e a parcial mudança de crença em relação aos papéis sociais atribuídos a elas.

Com a ascensão do feminismo, sobretudo, em sua segunda onda, foi possível constatar que as relações de gênero não se construíam pela predisposição biológica. Segundo Beauvoir (1967, p. 9), “nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de

feminino”. O feminino, desse modo, deve ser pensado enquanto construções histórico-sociais, produto de uma ideologia dominante patriarcal. Essa constatação implica em compreender a relação homem e mulher enquanto constituintes da atividade de linguagem.

Com efeito, o que esta constatação mobiliza nos estudos discursivos? É sabido que o discurso medeia o homem à sua realidade natural e social. Segundo Orlandi (2007, p. 45), na *Análise do Discurso francesa (AD)*, “procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história”. Desse modo, a AD reflete sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua, “partindo da idéia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua” (ORLANDI, 2007, p. 17).

Para o entendimento dessa noção de discurso, é preciso compreender que a linguagem não é inocente, nem transparente. Nela há marcas histórico-sociais, além de ser o lugar profícuo para a manifestação da ideologia, assim como o lugar de embate dos conflitos sociais. Então, é pelo uso da linguagem que os sujeitos se inscrevem socialmente e se constituem como sujeitos discursivos. Dessa forma, compreender a linguagem como resultado de um processo histórico e como o lugar de materialização ideológica significa detectar as posições que os sujeitos ocupam e representam no discurso, bem como para quem ele fala e o que se fala.

Nessa perspectiva, é preciso considerar que é através do acesso à linguagem, desde a infância, que são construídas as maneiras de “ser homem” e “ser mulher”. Para Alves (2005), é pelo contato com a linguagem através da escola e dos livros de língua portuguesa que a criança forja as relações de gênero. Segundo a autora (2005, p. 27), “a linguagem interfere na construção da pessoa social, forjando estereótipos”. Assim, compreende-se que é através do acesso à linguagem que as relações de gênero se constituem como forma de relação social e é através dela que os estereótipos sociais se materializam em mitos que circundam a construção da imagem feminina. É preciso ponderar, a partir dessas constatações, ainda segundo Funk e Widholzer (2005), que as relações de gênero

são construções culturais históricas que não emanam da natureza dos corpos, e sim de uma ordem simbólica patriarcal, tornou-se politicamente necessário olhar o discurso como *lócus* privilegiado de representação. Como enfatizaram várias teóricas feministas das décadas de 1980 e 1990, as histórias que contamos e o modo como nos imaginamos e nos representamos têm fortes implicações políticas, uma vez que o discurso é também um importante lugar de contestação de práticas sociais naturalizadas. Mesmo que, nestes tempos de crise do sujeito, de identidades múltiplas e provisórias, as representações possam ser vistas apenas como mediações,

elas afetam nossas filiações e identificação ideológica [...]. Os estudos contemporâneos de gênero e da cultura em geral têm, portanto, suas bases solidamente firmadas na materialidade do discurso. (FUNK E WIDHOLZER, 2005, p. 9-10)

Como já apontado, foi, sobretudo, através da segunda onda feminista que se pôde pensar como as representações discursivas do que é ser homem e do que é ser mulher fundamentavam as práticas sócio-culturais dos sujeitos. Em uma perspectiva foucaultiana, é preciso considerar que as representações discursivas de gênero são também a construção do próprio gênero. Em outras palavras, no e pelo discurso, as representações constroem as relações e as práticas sociais do homem e da mulher. Assim, é a maneira como as pessoas, inscritas em um contexto sócio-histórico, dão significado, significam as suas vivências sociais e passam a agir de acordo com esses significados construídos, que estabelecem as relações de gênero social.

A significância, contudo, é determinada pela materialidade da língua e da história. Na perspectiva da AD, é por meio da memória do dizer – o interdiscurso – que os sentidos se referem a outros sentidos e, assim, criam a sua identidade. Para Orlandi (2007a, p. 31), “é a ideologia que produz o efeito de evidência, e da unidade, sustentando sobre o já dito os sentidos institucionalizados, admitidos como ‘naturais’”. Dessa maneira, é assim que se constituem as relações de gênero: a partir da materialização da ideologia que naturalizam as maneiras de ser mulher.

Nesse âmbito, é na relação do mundo com a linguagem que o discurso se inscreve a partir da noção de que a ideologia o constitui, afinal não existe relação direta entre as coisas e a linguagem se esta relação não estiver determinada pela ideologia. A AD trabalha, entre outras maneiras, mostrando que não há uma separação rígida entre a linguagem e a exterioridade, e sim que esta é constitutiva daquela. Para Orlandi (2007a), a ordem do mundo e da linguagem são ordens diferentes, incompatíveis em suas propriedades se não forem assentadas na e pela ideologia.

Assim, é preciso deixar claro que para a AD não são os traços sociais empíricos que interessam, mas sim as formações imaginárias que funcionam no discurso, desse modo em toda língua existem mecanismos que auxiliam na constituição da relação entre a situação descrita e a posição dos sujeitos que se significam discursivamente. É dessa maneira que a AD auxilia na constatação de como o “fazer gênero” se constitui na linguagem.

Por outro lado, a manifestação material desses discursos ocupa um lugar importante para a AD, visto que é preciso compreender que o suporte não é um mero acessório. Dessa forma, a manifestação material dos discursos que tem enfoque, nesse

trabalho, é a revista *Capricho*, partindo da compreensão de que ela não é apenas um meio de transmitir discursos, mas que a materialização do discurso por meio dela imprime determinado aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dela é possível fazer.

Ademais, é preciso considerar que as revistas femininas, compreendida como materializações discursivas, é capaz de formar gostos, opiniões, padrões de consumo e conduta, servindo como guias de ações e conselheiras para todos os assuntos. Sendo assim, as revistas são também “espaços onde as relações sociais, com sua distribuição de poder, se estabelecem, são produzidas, reforçadas e reproduzidas” (BASSANEZI, 1996, p.15), são elas, enquanto materializações discursivas e constituintes das relações de gênero, que embasarão as discussões a seguir.

### **A *capricho* em (re)vista: os anos 1950 e 1970**

A década de 1950 foi um período fértil para a imprensa feminina, visto que surgem, em um contexto sócio-histórico profícuo, diversas revistas direcionadas às mulheres. Dentre elas, a revista *Capricho* que teve sua primeira edição em 1952 e que difere de outras publicações no que concerne, sobretudo, a sua constituição, visto que era predominantemente uma revista de fotonovelas dirigida para o público adulto. Lançada pela Editora Abril, a *Capricho* foi pioneira no Brasil no mercado de fotonovelas em revistas que tinham como tema predominante o amor.

No mesmo ano de seu lançamento, a *Capricho* passa por sua primeira de muitas modificações, acrescenta-se à revista de fotonovelas, os contos e as matérias sobre beleza, comportamento e assuntos sobre a vida no lar. Em 1956, a revista, devido ao número de tiragens vendidas, torna-se a maior revista feminina da América Latina, resultado que deve ser atribuído principalmente às fotonovelas. Para fins de demonstração sobre a caracterização da revista na década de 50, foram selecionadas algumas ilustrações da revista do ano de 1957, visto que foi a única a qual houve acesso durante o desenvolvimento da pesquisa.

Assim, a *Capricho* do referido ano (fig. 1) tinha periodicidade mensal e era, como ela próprio se considerava, a revista da Mulher Moderna. Ao observar a sua caracterização, nota-se que as fotonovelas (fig. 2) constituem 90% do conteúdo da revista, perdendo parte de seu espaço apenas para as propagandas e os contos que, depois das fotonovelas, aparecem na revista em grande número. As seções de cartas de leitoras e dicas de moda, beleza, comportamento e os cuidados com o lar aparecem em



segundo plano nesse formato da revista, sendo esse espaço pouco explorado. Como já observado, foram as fotonovelas que impulsionaram o surgimento da revista, assim como as responsáveis pelo sucesso da mesma.



figura 1



figura 2

Após as fotonovelas, são os contos de cunho amoroso que possuem predominância na revista (fig. 3). Os testes de personalidade e comportamento, que servem para que as leitoras identifiquem se os seus comportamentos estão adequados, já se fazem presentes nesse período (fig. 4), assim como o espaço reservado para a conversa com as leitoras por meio das cartas, para fins, sobretudo, de conselhos amorosos (fig. 5).



figura 3



figura 4



Figura 5



Sobre a constituição da revista *Capricho* e a sua aceitação social, Bassanezi (1996), ao compará-la com outras revistas de fotonovelas, assegura que essas últimas, sobretudo, a *Capricho*, foram uma grande novidade na época em termos de imprensa feminina. Para a autora (1996), essas revistas:

Exploram o veio “sentimental”, e são proibidas em muitos lares, por focalizarem paixões arrebatadoras, mocinhas decididas, cenas “picantes” etc. Sofrem as mesmas críticas moralista que o cinema e alimentam sonhos (que não passam disso na maioria das vezes), mas não propõem nenhuma mudança significativa nas relações de gênero. Pelo contrário. (BASSANEZI, 1996, p. 33)

Esse posicionamento da autora pode ser notado com mais nitidez, embora seja muito claro ao se pensar na constituição discursiva dessas revistas na atualidade, quando a *Capricho* renova o seu editorial, ampliando a recorrência a seções sobre questões que envolvem o “mundo feminino”. Para efeitos de ilustração, foi observada e tomada como exemplo a revista do ano de 1979, pois nela já é possível observar a nova caracterização da revista, assim como a maneira como a revista forja a construção da imagem das “coisas de mulheres”.



figura 6

A *Capricho* encerra os anos 1970 com um novo editorial gráfico aliado a uma “receita” de como fazer revista para mulheres. Como já apontado, os anos 1970 foram marcados por novas perspectivas para a situação social da mulher, devido, sobretudo, às conquistas suscitadas pelos movimentos sociais que dela se ocupavam. Com efeito, tais perspectivas eram controladamente observadas e utilizadas pela mídia que, embora parecesse que acompanhava essas conquistas, continuava reproduzindo mitos acerca da imagem da mulher, e com a revista em questão não foi diferente, como bem observou Bassanezi (1996) em citação anterior.

Por meio da figura 6, é possível observar, em confronto com a revista dos anos 1950, as mudanças editoriais que ocorreram ao longo desses 20 anos. Na capa da revista, já contém chamadas para as matérias de destaque na revista, fato que não era observado nas revistas dos anos 1950, que possuía apenas fotos de mulheres sozinhas na capa e apenas uma chamada que, normalmente<sup>2</sup>, remetia às fotonovelas. Desaconselhável para menores de 18 anos, a *Capricho*, nesse período, ainda era dirigida ao público adulto, embora um público mais jovem do que o da revista dos anos 1950. Vale ressaltar que a mudança da revista vislumbrando o público adolescente ocorreu nos anos 1980.

No sumário (fig. 6), já se verifica a nova configuração da revista. As fotonovelas agora são relegadas à segundo plano, cedendo espaço para seções que tratam de questões ligadas ao “universo feminino”, atuando de forma mais direta sobre suas leitoras. Temas como solidão, gravidez, moda e comportamento são abordados na revista em questão, do mesmo modo como já é possível perceber também a influência da televisão nas mesmas, através, especialmente, das matérias sobre as celebridades.

O universo feminino estampado na *Capricho* vai, nessa época, remeter aos quesitos moda, beleza, dentre outros. A matéria em destaque (fig. 7) aborda assuntos sobre moda e os cuidados com a beleza, nesse caso direcionado às mulheres grávidas. Cuidados com a estética, assim como a vida de personalidades famosas, são assuntos recorrentes nas revistas femininas, em especial na *Capricho*, mesmo em sua configuração atual, como é discutido na próxima seção.

O comportamento feminino e a maneira como devem comportar-se também são assuntos corriqueiros nas revistas a elas direcionadas. As revistas femininas por serem tidas como companheiras e conselheiras das mulheres recorrem a diversos assuntos para se aproximarem de suas leitoras através da afetividade e da aproximação com seus anseios ditos femininos. A *Capricho*, por sua vez, embora considerada inovadora para o seu tempo, também se utiliza desse artifício.



figura 7

<sup>2</sup> Com exceção da utilizada como exemplo, nesse trabalho, que traz como chamada a eleição para as garotas da capa.

A ilustração ao lado (fig. 8) serve como demonstração tanto da situação de uma mulher sozinha, como também de como ela deve portar-se ao se encontrar nessa situação, dando-lhe conselhos do que fazer e de como agir nesses momentos. Assim, a revista se aproxima da sua leitora como uma amiga mais experiente que lhe entende e ajuda dando conselhos. Além de ser uma companheira para todos os momentos da vida.



figura 8

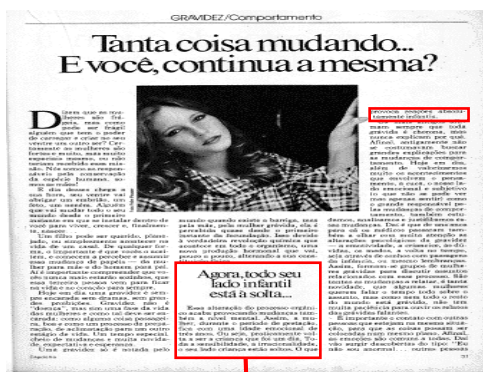


figura 9

Agora todo seu lado infantil está à solta... Essa alteração do processo orgânico acaba provocando mudanças também a nível mental. Assim, a mulher, durante o período de gestação, fica com uma idade emocional de três anos. Ou seja, praticamente volta a ser a criança que foi um dia. Toda a sensibilidade, a irracionalidade, o seu lado criança estão soltos. O que provoca reações absolutamente infantis.

Na ilustração da figura 9, se observa o relato sobre o comportamento da mulher na gravidez e a maneira como esta deve portar-se quando engravidar compõe a matéria. Com efeito, a imagem da mulher grávida é tida como um retorno à infância feminina. Dessa maneira, a mulher grávida é vista como um ser extremamente sensível e tomada por uma irracionalidade predominantemente feminina.

Os testes de comportamento e personalidade permanecem nessa nova configuração, assim como o espaço para as

cartas das leitoras pedindo conselhos sobre variados temas. A remissão à esfera do lar e das fotonovelas também estão presentes nessa configuração da *Capricho*. Observe a constituição da revista nos anos 2008/2009.

### Folheando a revista com *capricho*: o ano de 2008/2009

Foram muitas as mudanças pelas quais a revista *Capricho* passou, sobretudo, para acompanhar também as mudanças ocorridas pela sociedade no que tange à visibilidade da mulher. Ela é considerada, pelo Instituto Verificador de Circulação, a maior revista em termos de circulação e vendas direcionada ao público adolescente feminino, concorrendo no mercado editorial com revistas como *Querida* e *Toda teen*, também direcionadas ao mesmo público. A *Capricho* foi escolhida como *corpus* desse

trabalho, entre outros aspectos, pelo fato de ser a mais antiga revista feminina que ainda é publicada, como também por ser a de maior circulação no mercado em sua categoria.

A *Capricho* possui periodicidade quinzenal, fato que segundo a própria revista é o ponto forte que a diferencia da concorrência, pois “reduzindo o período de tempo entre a revista ser feita e chegar às mãos da consumidora – deixando-a mais atual – a torna um veículo mais vivo que acompanha o ritmo de suas leitoras<sup>3</sup>”. Segundo o *site* da revista, dados coletados em 2008 pelo IVC e os Estudos Marplan apontam a *Capricho* como primeira em sua categoria, possuindo um total de 1.929,000 leitores dos quais 10% são homens<sup>4</sup>. A idade dos leitores, ainda segundo esses dados, varia conforme gênero e classe, mas é possível tecer um panorama em que 61% deles possuem idade entre 10 a 19 anos e são em sua maioria de classe média (42 %) e baixa (37%).

De todo modo, a revista, em sua configuração atual, pode ser considerada como um manual para as adolescentes, já que destina-se à jovem que é “independente, inteligente, in, decente”, e afirma estar em contato “com a garota que está definindo sua personalidade e também construindo seu perfil de comportamento e consumo” (CAPRICHOS, 2008)<sup>5</sup>.

É sabido que o primeiro contato que o consumidor tem com o produto é a embalagem, com a revista não poderia ser diferente. Assim, as adolescentes têm o primeiro contato com a revista através das capas, são elas que informam sobre os conteúdos principais que a revista possui e é sobre elas a primeira observação aqui dada.

Das 10 revistas utilizadas para observação e seleção do *corpus* para este trabalho, entre os anos de 2008 e 2009, é possível observar que as capas possuem uma forma homogênea. Em sua maioria, são mulheres famosas, das 10 apenas 06 possuíam homens famosos na capa. Em todas as capas, são utilizadas personalidades famosas que estão em ascendência na mídia e que possuem algum tipo de relação com “o mundo adolescente”, no que diz respeito ao entretenimento em geral. Esse recurso da revista pode ser compreendido como uma estratégia para conferir autoridade ao que a revista está anunciando.

Como se pode observar na figura 10, os garotos da capa são personalidades famosas da música pop adolescente e as chamadas das matérias anunciam temas que são

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://capricho.abril.com.br/clube/historia.shtml> acesso em 07 de novembro de 2009.

<sup>4</sup> Embora seja preciso ressaltar a questão da leitura da revista por garotos de uma revista destinada a garotas, este aspecto não foi ponderado nesta pesquisa devido à pouca relevância que traria para este estudo.

<sup>5</sup> <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=9>



considerados prototípicos ao “mundo feminino adolescente” como truques de beleza, conselhos para realizar cirurgias plásticas, conselhos para comprar presente para o namorado e matérias sobre amor.

Identifica-se aqui a formação discursiva vigente nessas capas uma vez que o universo feminino adolescente é povoado pelos conselhos sobre estética, moda e amor, constituindo assim a formação discursiva ligada



figura 10

ao mundo da estética e da moda, das quais se excluem as participações femininas nas esferas da vida pública, do trabalho e da vida intelectual. Em comparação com a dos anos 1950 e 1970, a presença de homens nessas capas torna-se interessante, visto que nos anos utilizados como referência não havia presença de homens na capa.

Ao folhear as revistas, o uso de cores e figuras que remetem ao mundo feminino é corrente. Rosas e tons pastéis são as cores predominantes nas seções das revistas, assim como corações, flores e frutas delicadas, como maçãs, morangos e cerejas, que são utilizadas como simbologia de uma feminilidade.

Tais simbologias são presentes nas folhas da revista, assim como em suas capas, principalmente o uso das frutas. Tais figuras fazem alusão à formação discursiva ainda citada anteriormente, na qual a representação da mulher como “sexo frágil” é bastante comum. Como símbolo da fragilidade, a mulher precisa ser protegida, o que significa dentro dessa formação discursiva, que a mulher não pode agir sozinha, não pode “andar com as próprias pernas”, sendo freqüentemente dependente de alguém (de preferência um homem) que a proteja.

O espaço para o diálogo com as leitoras também é diferenciado. Em confronto com as revistas de referência, é possível observar um aumento considerável do espaço reservado às leitoras. Tal espaço é preenchido, normalmente, através de seções que têm ligação direta com a internet, a partir do site da revista. Através dessas seções é possível observar que em decorrência do advento da internet, sobretudo dos *blogs*, a maneira como ocorre a comunicação entre a revista e as leitoras foi modificada, de início esse contato se dava somente através das cartas e a exposição física da mulher leitora ficava preservada. De todo modo, nessas seções, as leitoras podem expor fotos que estejam relacionadas com o tema da seção, como é o caso da seção *Fotolog* e podem dar sua

opinião a respeito de um determinado assunto que é abordado pela revista, como é o caso da seção *Tudo de Blog*.

No que concerne às matérias veiculadas pelas revistas, temas como sexo, amor, beleza, moda, namorados e entretenimento são trabalhados com bastante recorrência. No que tange a sexualidade, é comum a revista trabalhar com matérias que ensinam e



figura 11

aconselham as garotas a descobrirem seu corpo e o sexo, sempre trabalhado em uma perspectiva heteronormativa, abrindo espaço também para tirar dúvidas e fazer comentários sobre sexo entre as próprias leitoras através da simulação de uma sala de bate-papo na revista, como é o caso da seção *Sexo* (fig 11).

Desse modo, a educação sexual da adolescente transpõe-se às fronteiras do privado, tornando-se pública. A sexualidade feminina, nessa perspectiva, é compartilhada entre as leitoras escreventes<sup>6</sup> da *Capricho*, que nem se conhecem, assim como com as leitoras apenas consumidoras da revista.

Os temas beleza e moda (fig. 12) são trabalhados em toda a revista de forma diferenciada através de seções fixas à matérias sobre os mais variados aspectos. Os conselhos pela busca de corpos perfeitos, a adequação das tendências de moda, as maneiras de vestir-se e maquiar-se para poder circular nos ambientes constituem as maiores discussões abordadas pela revista, possuindo um espaço na mesma somente para essas discussões.



figura 12

Algo muito presente na revista é a quantidade de propagandas que por ela é veiculada, em torno de 40% do conteúdo da revista é destinado às propagandas, que, em sua maioria, possui uma característica peculiar que é o fato de ser direcionada para o público adolescente feminino.

<sup>6</sup> Para este trabalho, é importante destacar a diferença entre as leitoras escreventes da revista, que são as que consomem, lêem e escrevem para participar da revista, e as leitoras consumidoras, que são aquelas que apenas consomem e lêem a revista.

## Considerações finais

As revistas femininas, enquanto discursos, se constituem como uma das formas de construção social da feminilidade. O discurso, nessa perspectiva, deve ser visto como um fator preponderante para por em confronto essas construções, essas imagens femininas, visto que é ele que medeia o indivíduo a sua realidade social. Desse modo, como já apontado, a construção da feminilidade deve ser pensada como construções sociais e históricas atravessadas por uma ideologia patriarcal que as estabilizam e as põe em confronto.

Assim, é preciso observar como esses discursos circulam entre as adolescentes e como afetam o seu comportamento, visto que existem em torno do comportamento feminino imagens estereotipadas e cristalizadas socialmente. Dessa maneira, os temas trabalhados pela *Capricho* tende a um ponto único que é o comportamento ético, moral e social que a garota deve ter, sempre em razão ou função do “gatinho”, do “fofinho”, do “lindinho”. As imagens femininas que podem ser retomadas no interior do interdiscurso carregam em si os mais variados mitos que circundam a mulher, tais como: os mitos da fragilidade, da passividade, da domesticidade, entre outros. Nesse ponto, não há grandes diferenças entre as revistas dos anos 1950 e 1970 e as de 2008/2009.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Ivya. *Interfaces: ensaios críticos sobre escritoras*. Ilhéus, Ba: Editus, 2005.
- ARAÚJO, Clara. Marxismo, feminismo e enfoque de gênero. *Revista Crítica Marxista: dossiê*, São Paulo, n. 11, 2000, p. 65-70. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/cemarx/criticamarxista/03clara.pdf>>. Acesso em: 03 de abril de 2009.
- BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo: fatos e mitos*. 4. ed. Trad. Sérgio Millet. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- CAPRICHOS. São Paulo: Abril, n. 68, outubro de 1957.
- \_\_\_\_\_. São Paulo: Abril, n. 488, julho de 1979.
- \_\_\_\_\_. São Paulo: Abril, 2008 – 2009.
- FUNK, Susana Bornéo e WIDHOLZER, Nara. *Gênero em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.
- GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos, SP: Claraluz, 2003.
- ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 7.ed. São Paulo: Pontes Editores, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Interpretação: autoria, estilo e efeitos do trabalho simbólico*. 5.ed. São Paulo: PONTES, 2007a.
- WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.