

RELAÇÕES DE GÊNERO, MÍDIA ESCRITA E CONTEMPORANEIDADE: ANÁLISE DO DISCURSO NAS REVISTAS *TRIP* E *TPM*

GENDER RELATIONS, WRITTEN MEDIA AND CONTEMPORARY: DISCOURSE ANALYSIS IN THE MAGAZINES *TRIP* AND *TPM*

Fernanda Burbulhan¹
Rafael Siqueira de Guimarães²

Recebido em 14/09/2011

Aceito em 15/12/2011

RESUMO

Com o decorrer do tempo houve grandes avanços teóricos nos estudos de gênero. Porém, na prática, nossa sociedade continua dividida em duas. Assim, as categorias universais de ser/estar no mundo continuam estáticas e uma das variáveis que tornam esta situação invariável é a mídia. Considerando isto, propusemo-nos a ler criticamente, sob o referencial da Análise de Discurso, duas revistas, voltadas cada uma para um dos sexos, e perceber de que forma seus conteúdos expressam as relações de gênero. Com isto, percebemos um discurso sexista fragmentado, estando este já cristalizado na publicação de duas revistas diferentes, *TRIP* e *TPM*, assim como na configuração das matérias de cada uma, em suas capas e até mesmo nos ensaios fotográficos. Desta forma, os conteúdos veiculados por cada uma das revistas e para cada um dos sexos são muito diferentes e carregam posições aparentemente imparciais, mas fundamentalmente implicadas com antigos padrões de pensamento e conduta.

Palavras-chave: Relações de gênero. Mídia escrita. Contemporaneidade.

ABSTRACT

With the passage of time there were major theoretical advances in gender studies, however, in practice our society is still divided into two. Thus, the universal categories of being / living in the world are static and one of the variables that make this situation invariable is the media. Considering this, we set out to read critically, under the frame of discourse analysis, two magazines devoted to each of the sexes and to understand how their contents express gender relations. To this end, we analyzed the magazines as a whole and realize a sexist discourse fragmented, crystallized in two different magazines publishing – *TRIP* and *TPM* – as well as the configuration of each material in their covers and even in photo shoots. Thus,

¹ Psicóloga, graduada pela Unicentro - Irati, Paraná. Email: fernanda_burbulhan@yahoo.com.br.

² Doutor e professor do Departamento de Psicologia da Unicentro – Irati, Paraná. E-mail: <rafaorlando@uol.com.br>

the content carried by each of the magazines and for each sex are very different positions and carry apparently impartial, but fundamentally concerned with old patterns of thought and conduct.

Keywords: Gender relations. Written media. Contemporaneity.

Introdução

O termo gênero pode assumir várias definições e nos últimos anos tem sido utilizado pelas Ciências Sociais como uma categoria de análise das relações entre os sexos. Scott (1995) pontua que este termo foi utilizado no intuito de enfatizar o caráter social das distinções baseadas no sexo, contrapondo-se ao determinismo biológico hegemônico. Corroborando com esta autora, Louro (1995) refere-se às questões de gênero como a construção histórica e social dos sexos e da diferenciação dos mesmos.

Connel (1995) indica que os estudos de gênero e a mudança desse pensamento hegemônico cristalizado ocorreram na década de 1970 e trata-se de um movimento irreversível, pois mesmo tendo iniciado com a ideia vã de eliminar a masculinidade, ele ganhou forças e conseguiu mostrar a historicidade dos gêneros, contrapondo-a às explicações inatas sobre os mesmos. De acordo com o autor, é exatamente este caráter histórico dos gêneros que deveria ficar como herança, pois de nada adiantaria eliminar a masculinidade e estudar apenas a feminilidade; o que precisava ser eliminado era o pensamento excludente, proporcionando, desta forma, espaços para a existência das identidades sexuais de cada um, independente das configurações que as mesmas assumissem. Assim, corrobora Louro (1995) que só houve uma mudança teórica radical quando se passou do estudo das mulheres para o estudo das relações de gênero, não eliminando nenhuma possibilidade de existência.

Com a quebra desse pensamento sexista e binarista, há a unificação de homens e mulheres, de forma que, como afirma Scott (1995), quando se pensa em gênero, pensa-se reciprocamente em homens e mulheres, de maneira que o estudo de um implica necessariamente o estudo do outro, eliminando desta maneira a separação em esferas, pois a justificativa que os separava não é mais válida desde que fora desmascarado o seu caráter inato e admitida a sua construção social. Como o próprio nome – relações

de gênero – já suscita, iniciou-se, assim, a discussão das relações entre homens e mulheres, concomitantemente aos debates sobre as práticas e disputas de poder envolvidas nessa interação.

Tendo sido iniciada a discussão acerca das relações de gênero, foram sendo desmascaradas as diferenças e desigualdades que, por muito tempo – e ainda hoje – permeiam a interação entre os diferentes sexos. Um exemplo clássico da diferenciação entre homens e mulheres no decorrer do tempo é referente à ocupação de espaços na sociedade. Bourdieu (1995) discute que foi estabelecido há muito tempo o âmbito privado às mulheres e os ambientes públicos e oficiais aos homens, de forma que nenhum sexo deveria invadir o espaço do outro. O autor ainda pontua que se há esta diferenciação é porque ela é reconhecida mutuamente, tanto pelos homens quanto pelas mulheres, que ocupam devidamente os seus espaços “por direito”.

Em consonância com essas ideias, Connell (1995) afirma que o gênero é vivenciado nas posturas, nas habilidades físicas e até mesmo na forma de se movimentar e, assim, como complementa Walkerdine (1995), os comportamentos de homens e mulheres não são lidos de forma equivalente, sendo muito bem marcados para cada aparência, seja essa masculina ou feminina. Mas nem tudo trata apenas da aparência que, como o próprio substantivo demonstra, trata apenas do que aparenta ser e não do que de fato é. Desta forma, aquela que aparentemente é uma mulher, pode não sentir-se como tal, assim como aquele de aparência masculina pode não ser o homem que é esperado que ele seja. Esta diferenciação homem/mulher é, de acordo com Louro (1995), uma das oposições mais solidificadas no mundo ocidental. Trata-se de uma delimitação binária que elimina a possibilidade de em um gênero existirem características do outro e vice-versa, o que torna a dicotomização – ou homem ou mulher – extremamente repressiva, pois restringe o sujeito de inúmeras outras possibilidades de pensar e agir no mundo contemporâneo.

Sendo assim, é importante abrir as possibilidades de existência tanto física quanto subjetiva, de forma a inserir o conectivo “e” em detrimento do “ou”, possibilitando a existência do homem e da mulher em um mesmo sujeito. Para tanto, enfatiza-se o caráter de construção social dos gêneros, no entanto, as discussões não se resumem a isso, pois, como pontua Scott (1995), a noção de gênero, apesar de não ser totalmente determinada pela sexualidade, é uma categoria que não exclui de seu sistema a questão puramente sexual. Desta forma, pode-se entender que esta categoria de estudos propõe outras questões acerca da temática que deveriam ser trabalhadas – como as sociais e culturais, sem, no entanto, eliminar a discussão do sexo em si.

Tendo em vista as considerações tecidas acerca da diferenciação entre os sexos, é evidente que se estas perduraram por tanto tempo é porque são veiculadas e cristalizadas, envoltas em um jogo de relações de poder. Relações de poder essas que, de acordo com Connell (1995), podem ser advindas da família, dos amigos, da escola, dos empregadores e da mídia – mais precisamente de todo o entorno do sujeito, de forma a criar uma norma social esperada.

Considerando esses inúmeros mediadores que nos influenciam diariamente, é imprescindível atentar especialmente para um deles, a mídia, a qual, com o advento da globalização, tornou-se um recurso que alcança a todas as pessoas direta ou indiretamente, seja por meio de *outdoors*, televisão, jornais, revistas, etc., e atinge as pessoas, como bem coloca Marcello (2005), não apenas como veiculadora de informações, mas como produtora de saberes, atuando pedagogicamente. Este processo de influência midiática ocorre mesmo sem desejarmos ou percebermos, pois estamos em constante interação com a mídia e, desta forma, cabe pensar qual a influência que esta exerce nas questões específicas das relações de gênero.

Tendo em vista a importância de discutir as relações de gênero e perceber as influências da mídia nos pensamentos e atitudes das pessoas, optamos por analisar o discurso de duas revistas de uma mesma editora, a *TRIP*, direcionada ao público masculino, e a *TPM*, ao feminino, assumindo uma postura crítica e reflexiva diante das publicações, o que é sustentado por Kellner (2001) ao propor que devemos ler politicamente os produtos midiáticos para, assim,

perceber de que maneira o seu discurso, seus códigos e imagens incorporam determinadas posições políticas ideológicas, afinal, tanto o discurso da mídia quanto os de gênero estão intensamente perpassados pelas relações de poder.

Relações de poder essas que acabam por influenciar a vida de muitas pessoas, principalmente em se tratando de textos de cultura de massa, que, como afirma Caldas-Coulthard (2005), têm o poder de, ao mesmo tempo em que constroem os seus leitores, os aprisionarem. Tendo em vista essa ambiguidade presente nos discursos midiáticos, Sgarbieri (2005) pontua que é imprescindível que se identifiquem os aspectos ideológicos da imprensa, pois esta se utiliza de mecanismos específicos capazes tanto de naturalizar determinadas crenças quanto de contestar as posições de poder, dependendo, para isso, dos interesses de um determinado grupo.

Apesar de existir a construção pela mídia de padrões de pensamento e comportamento, Oliveira (2005) aponta que existe também o poder de reação e reflexão por parte dos leitores, que, como afirma Kellner (2001, p. 83), podem, na tentativa de desvelar as ideologias do discurso, lê-los politicamente, de forma a “manter uma distância crítica em relação às obras da cultura de mídia e assim adquirir poder sobre a cultura em que vivem”.

Assim, tendo em vista estas considerações, o objetivo do presente trabalho traduz-se no desvelamento dos discursos da mídia escrita especificamente na temática das relações de gênero, que é tão debatida atualmente e por vezes parece até esgotada. Entretanto, será que essa questão está mesmo caminhando para o esgotamento, ou ainda estamos longe disto, apenas maquiando a realidade, para que esta pareça mais aceitável para todos? Longe de obter a resposta correta para esta questão, nós nos propusemos a lançar um olhar sobre esta problemática, nem melhor, nem pior do que qualquer outro, mas diferente.

Materiais e método

Para a realização deste estudo, delimitamos a análise da mídia escrita, considerando o conteúdo de duas revistas de uma mesma editora, a *TRIP*, direcionada ao público masculino, e a *TPM*, ao feminino, ambas com publicação mensal. Esta pesquisa iniciou no ano de 2008 e como material empírico optamos

por analisar três edições de ambas as revistas, sendo selecionadas as publicações dos meses de agosto, setembro e outubro. A escolha pelas revistas da Trip Editora deu-se pelo fato de as mesmas mostrarem-se diferenciadas no mercado, buscando alcançar um público alternativo, assim como reportagens e matérias que põem em cena as relações de gênero. O conteúdo das revistas é bastante extenso, o que possibilita uma análise aprofundada de diversos aspectos. Assim, optamos por analisar o conteúdo de apenas três edições de cada publicação, por acreditarmos que essa quantidade seria significativa para a nossa discussão.

Em se tratando da interpretação deste conteúdo, foi utilizada a Análise de Discurso, surgida na década de 1960 com Michel Pêcheux, que propôs uma nova forma de leitura do discurso político, daí o nome Análise do Discurso. Esse campo de análise foi se ampliando e ultrapassou a abrangência política, sendo utilizado para ler todo e qualquer discurso, sempre no intuito de buscar a significação dos textos, objetivando encontrar o verdadeiro sentido dos discursos, lendo-o em suas entrelinhas (NAVARRO, 2006).

Segundo Orlandi (1994), esta forma de análise se constitui em um espaço de interlocução das Ciências Sociais com a Linguística, construindo, assim, outra forma de conhecimento que tem como objeto próprio o discurso, que, por sua vez, é depositário tanto de linguagem quanto de ideologia e por isso é passível de uma análise mais crítica, considerando, para tanto, o sujeito como mediador, pois “não há discurso sem sujeito nem sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 1994, p. 54). Assim, de acordo com Pêcheux (1990), essa forma de análise trata da descrição e da interpretação do discurso, considerando este como uma identificação, uma tomada de posição frente a algo, impossibilitando qualquer tentativa de neutralidade que ainda exista entre os pesquisadores. Para Navarro (2006, p. 76), tal tipo de análise não busca descobrir sentidos ocultos do discurso, “mas escutar e deixar falar o já-dito”.

Orlandi (1994) afirma que a análise do discurso não considera que os sentidos do texto estão fixados previamente e tampouco que podem significar qualquer coisa, pois para esta autora existe determinação histórica nos sentidos atribuídos aos discursos. E justamente pelo fato de considerar essa determinação histórica é que esse método de análise cabe tão bem

aos estudos de gênero, pois esses são igualmente determinados historicamente. De acordo com a autora, é justamente por admitir a construção histórica dos inúmeros discursos em que estamos imersos é que a interpretação do analista não pode se resumir no sujeito, assim, há o descentramento deste.

Nesta perspectiva, é evidente a noção do contexto e de sua importância para a análise do discurso. Assim, cabe ao analista dos discursos, quaisquer que sejam esses, tentar apreender como são construídos e de que maneira a linguagem e a ideologia se constituem e se fazem produtores de sentidos diversos. Deste modo, esta metodologia cabe de forma ideal ao nosso objetivo, que é justamente desvelar o discurso midiático e suas implicações diretas e/ou indiretas no que concerne às questões de gênero.

Discussão

Considerando as questões de gênero propostas e o material que escolhemos para analisá-las – revistas direcionadas aos públicos masculino e feminino – optamos por interpretar os aspectos mais gerais das duas revistas, principalmente por serem muito vastas em conteúdo. Assim, no presente artigo analisamos a caracterização das revistas, os nomes atribuídos a elas, o padrão de capas que cada uma tem, a configuração de matérias e temas abordados, além, também, dos ensaios fotográficos. Para tanto, as publicações escolhidas foram a *Trip* e a *TPM*, sendo que esta escolha se deu pelo fato de tais revistas mostrarem-se diferenciadas no mercado, aparentemente menos comerciais do que as outras, de forma que nosso trabalho pretende analisá-las a fim de perceber se elas são de fato diferentes.

No *site* da TRIP Editora, na página de abertura já encontramos uma frase interessante de ser analisada, referente ao propósito de existência da revista: “Refletir a sua verdade com os nossos olhos”, propondo ao leitor que a revista reflete o que ele busca, de forma que as matérias, os ensaios e as entrevistas constituem o que o leitor que encontrar na revista e não o que a revista quer que ele encontre. Apesar de haver um público específico que procura tais revistas por se identificar com as mesmas, esses produtos também identificam essas pessoas, em um movimento duplo, ao mesmo tempo em que um influencia, é também influenciado, de forma que não se pode

pensar em neutralidade, pois há implicação subjetiva tanto na produção da revista quanto em sua leitura.

A inexistência da neutralidade na produção midiática é contemplada por Ellsworth (2001) ao discutir sobre cinema e os modos de endereçamento existentes neste tipo de discurso e nos apropriamos deste viés analítico para examinar o discurso das revistas escolhidas. Assim, de acordo com a autora, os discursos – sejam expressos em filmes, cartas, televisão ou revistas – são feitos para alguém, de maneira que visam, imaginam e desejam um determinado público, o que impossibilita a política de neutralidade ainda existente. A autora afirma que os discursos veiculados adquiriram a posição de sujeito, de forma a assumirem posicionamento frente às relações de poder, inclusas aí as relações de gênero.

Pensando especificamente por esse viés da implicação, da intenção, é que buscamos analisar estas duas revistas e perceber quais são as implicações intrínsecas a elas, presentes em todo o seu conteúdo, seja escrito ou imagético, e que podem influenciar nas implicações do seu público-alvo, nesse caso específico em se tratando das relações de gênero, pois, como afirma Ellsworth (2001, p. 26), os endereçamentos “podem contribuir para relações desiguais de poder e para a formação inconsciente de subjetividades específicas”. Para tanto, buscamos entender um pouco do contexto em que estas revistas se inserem e as justificativas das mesmas para tanto.

Ou *Trip* ou *TPM*

A revista *Trip* foi lançada em setembro de 1986 com uma linha editorial focada na inovação, na diversidade e na busca do novo, utilizando-se para isso de histórias que representem o cotidiano de seus leitores. O leitor da *Trip* é predominantemente do sexo masculino, com idade oscilando entre 16 e 39 anos e ele ainda é descrito pelo editorial como “jovem e apaixonado pela vida”, além de ser crítico e estar em busca de conteúdos de vanguarda e propiciadores de discussões. A revista *TPM*, por outro lado, foi lançada mais tardiamente, em maio de 2001 e é direcionada ao “universo feminino”, publicando matérias que reflitam o dia a dia das mulheres. A justificativa da publicação inicial da *TPM* foi atender uma demanda de mulheres “insatisfeitas com o tratamento dispensado a elas

pela maioria das publicações femininas do país”. Dessa forma, a proposta da *TPM* é ser uma revista inovadora, que represente a realidade feminina, além de proporcionar acesso à cultura e informações (TRIP EDITORA, 2009).

Na caracterização das revistas é possível perceber as separações de gênero e isso já se mostra claramente na intenção da editora de manter duas revistas diferentes direcionadas para públicos masculino e feminino, especificamente. Ao se dirigir ao “universo feminino”, a revista *TPM* já pressupõe a existência de um universo masculino e conseqüentemente das diferenças entre esses, o que pode ser observado em vários outros aspectos constituintes das revistas, como, por exemplo, em se tratando dos nomes das mesmas. A *TPM* surge no mercado com o intuito de ser a “*Trip* para a mulher”, dividindo explicitamente as revistas para os sexos masculino e feminino, afinal há uma *Trip* e uma *Trip* para a mulher, assim, cada qual lê uma revista específica, o que pode ser articulado com as discussões de Louro (1995, p. 114) ao afirmar que “um gênero desvia, adia ou suspende a consumação do outro”. Com isso, a autora discute que quando há a diferenciação intergênero, como pode ser percebida pela publicação de duas revistas diferentes, concomitantemente há a equiparação intragênero, de forma que há uma visão singular do que é esperado do feminino e outra do masculino, o que pode ser observado pelo fato das revistas serem para um determinado tipo de homem e mulher, desconsiderando outras questões como raça, religião, etnia, classe social, idade, etc.

Outra análise relacionada aos nomes das revistas e que acaba por diferenciar o público alvo de cada uma se dá no fato da sigla *TPM* fazer alusão à tensão pré-menstrual, um acontecimento exclusivo das mulheres que acaba por nomear uma revista exclusiva às pessoas do sexo feminino. Dessa forma, as revistas correspondem ao que Butler (2003) aponta como uma relação binária e mimética entre gênero e sexo, de maneira que um reflete e é restrito pelo outro. A binaridade das revistas reflete a dualidade dos sexos e conseqüentemente dos gêneros, o que, de acordo com a autora, é irracional, pois ela afirma que os corpos sexuados podem assumir uma variedade de gêneros diferentes, afinal, estes não estão amarrados ao sexo e nem às suas restrições.

No entanto, apesar dessa visão atual apresentada pela autora acerca das relações de gênero, o discurso apresentado pela revista mostra-se retrógrado, pois mantém a binaridade e a relação direta entre gênero e sexo, haja vista o nome das revistas e a intenção na publicação de duas, dividindo o conteúdo, ao invés de somá-lo em uma única. Esta divisão das revistas, de seus conteúdos e consequentemente de seus públicos é naturalizada, de forma que é natural e compreensível que existam duas revistas diferentes. Acerca dessa naturalização das divisões, Bourdieu (1995) propõe que as mesmas já fazem parte da ordem das coisas, sendo consideradas universais e inevitáveis, de forma que estão presentes em diversos discursos, inclusive no midiático.

Assim, em relação à determinação tão explícita do público que as revistas desejam atingir, cabe pensar nas discussões de gênero e no espaço que ganharam nos últimos anos, pois, mesmo com todos os avanços e debates, hoje em dia ainda há uma revista para cada público, ou seja, há algo a ser dito – pelas revistas – para os homens, que é diferente do que há para ser dito às mulheres e isto é explícito tanto nos nomes das revistas, como foi citado, quanto nas outras características que as estruturam. Esta determinação tão explícita do público, constitui, de acordo com Ellsworth (2001), o endereçamento das revistas, ou seja, cada uma é editada e publicada para um público específico.

Ainda em relação a esta divisão dos públicos, cabe ressaltar que ela é mais delimitada do que parece, constituindo-se, de acordo com Connell (1995), em uma narrativa convencional, pois adota um tipo específico de masculinidade e a generaliza, de forma que podemos pensar o mesmo da revista feminina, adotando um tipo específico de feminilidade definidor da feminilidade em geral. Trata-se, portanto, de ler ou a *Trip*, se o leitor for do sexo masculino, ou a *TPM*, se for do feminino, desconsiderando quaisquer diferenças que possam existir dentro dos critérios de masculinidade e feminilidade, homogeneizando-os e naturalizando, uma vez mais, o que é esperado para e de cada um destes.

As capas

Um dos aspectos estruturais das revistas que exemplifica a diferenciação dos públicos constitui-se

das capas, pois em todas as edições analisadas, à revista masculina foram oferecidas no mínimo duas opções de capa, enquanto que à feminina apenas uma. As capas da *Trip* são gritantemente diferentes, de forma que uma das opções à venda é sempre uma foto sensual da *Trip girl*, enquanto que a outra é a foto da pessoa de destaque entrevistada naquela edição, proporcionando assim o direito de escolha do leitor. As mulheres fotografadas nos ensaios da *Trip* – e que são uma das opções de capa do mês – são modelos pouco conhecidas no mundo da moda e se mostram como mulheres firmes, autênticas, como pode ser exemplificado na chamada da reportagem sobre elas, que expressam posicionamentos fortes, principalmente em se tratando da vivência de sua sexualidade, o que demonstra o interesse dos leitores da *Trip* nesse tipo de mulher. Além das chamadas sobre as *Trip girls*, as capas da *Trip* propagandeiam basicamente as reportagens do mês e a personalidade entrevistada nas páginas negras.

As duas opções de capa proporcionadas pela *Trip* refletem a naturalização do que é esperado do sexo masculino, pois, como pontua Walkerdine (1995), a masculinidade é entendida como um conjunto de instintos básicos, ligados ao primitivo e ao natural, e também é identificada pelo uso da razão, entendendo a mesma enquanto influencia civilizatória. Pois bem, ambas as capas refletem estas naturalizações do masculino, uma delas respondendo ao interesse instintual pela sexualidade e pela sensualidade, e a outra opção refletindo o lado mais racional do homem, contendo as reportagens mais reflexivas, de forma que os leitores podem perceber qual dos seus aspectos – o instintual ou o racional – está mais exacerbado naquele mês e, assim, escolher a capa que mais lhe agrada.

A capa da *TPM* constitui-se na foto de uma mulher famosa entrevistada na edição e essa mulher se mostra autônoma, firme em suas atitudes, uma mulher contemporânea, que não responde às expectativas sociais e isso pode ser observado já na chamada da reportagem na capa, e tendo em vista as frases que acompanham as fotos, pode-se interpretar que a revista direciona-se a um público feminino mais crítico, que não está preocupado apenas com a imagem corporal, mas com formas de se posicionar no mundo, seja dizendo “não” a alguma coisa, o que denota o poder de escolha feminino; exigindo privacidade

diante de um mundo onde tudo pode ser controlado, principalmente para as mulheres famosas ou ainda mostrando ser mais do que um rosto bonito, como no caso da cantora de uma banda *underground*. Porém, se por um lado a visão mais ampla e chamativa da capa da *TPM* são mulheres e suas posições marcantes, por outro há em todas as capas as chamadas para as matérias clássicas de moda e beleza.

Assim como a capa da revista masculina, a da feminina é reflexo da naturalização do que é esperado da mulher, pois, apesar da capa conter uma foto em tamanho grande de uma personalidade com posições subversivas, todo o resto da mesma capa, em letras menores e de forma não tão chamativa faz alusão à mulher de outrora, àquela que se ocupa de beleza, casa e maternidade, como aponta Walkerdine (1995). A autora ainda vai além, observando que os comportamentos masculinos e femininos são lidos de formas diferentes, de forma que o que é natural para um, não o é para o outro. Assim, a autora posiciona claramente as mulheres enquanto as formadoras dos seres cognoscentes – os homens, e enquanto formadoras dos mesmos, elas não precisam ser cognoscentes.

As capas das revistas são o que antecedem o seu conteúdo, a propaganda de venda das mesmas, de forma que expressam o principal que cada publicação oferece aos seus leitores ou leitoras. Assim, aos homens são ofertadas modelos em fotos sensuais e muitas matérias reflexivas, enquanto às mulheres são ofertadas muitas matérias relacionadas ao dia a dia, pinceladas com alguma reportagem mais séria. Portanto, a capa das revistas já demonstra que uma é para ser vendida aos pensadores, produtores de opinião, e outra às movimentadoras do mercado, consumidoras.

Sobre esta diferenciação entre as revistas e tratando especificamente das publicações destinadas às mulheres, Swain (2001) pontua que existe uma reatualização das normas, valores e formas de um feminino naturalizado, apresentando-se de forma mais atual, portador de frases e imagens mais libertadoras, mas que representam novas expressões de um assujeitamento à norma instituída. Assim, entendemos que a *TPM* é apenas mais uma das revistas femininas atuais que perpetuam a ideia de que os interesses das mulheres se mantêm ao decorrer do tempo, julgando-se, para isso, a manutenção dos temas das revistas femininas, mesmo as que se consideram alternativas.

Desta forma, a visão de mulher que a *TPM* apresenta está claramente conectada com a visão que existia antes de toda a revolução feminista e dos estudos de gênero, no entanto, apresenta-se mais maquiada, mais com a “cara” dos tempos em que estamos vivendo.

Cabe ressaltar ainda que, se a *TPM* constitui-se como perpetuadora silenciosa dos valores femininos arcaicos, também a *Trip* funciona da mesma maneira, perpetuando os valores masculinos, pois trata o homem como mais culto, digno de reportagens mais aprofundadas e sérias, com relevância social. Além disso, a *Trip* ainda entende o lado mais biológico de seu leitor homem, presenteando-os com ensaios sensuais de modelos desbocadas e desregradas social e sexualmente, um denego para a imaginação masculina. Assim, ambas as revistas acabam por manter cada sexo em seu devido lugar, com seus devidos e diferentes interesses, bem separados.

Matérias

A configuração das matérias e temas abordados é também diferente nas duas revistas, de forma que na *Trip* há a discussão de questões mais políticas, enquanto que a *TPM* mantém as colunas clássicas de moda, casa e beleza. Ambas as revistas mantêm um padrão de assuntos e temáticas que sempre estarão presentes em seus corpos discursivos e, além disso, há as reportagens especiais, que mudam todos os meses. Enquanto a *Trip* explora com várias reportagens – especificamente sete em cada edição – um tema específico, a *TPM* tem um número menor de reportagens e com temáticas que não têm conexão entre si.

Considerando as reportagens especiais da *Trip* e da *TPM*, é perceptível como cada uma delas é específica para um público. As matérias específicas de cada revista poderiam ser publicadas em qualquer uma das duas edições, no entanto, no momento em que cada uma delas valoriza apenas a opinião de um dos sexos, acabam por delimitar e identificar o público que constrói as matérias e conseqüentemente o público que as lê. A *TPM* é feita para as mulheres, não qualquer mulher, mas uma mulher que precisa viver em um mundo mais libertário, sem perder sua “essência”, que pode ser entendida como feminilidade ou preocupação com moda, casa e beleza. Já a

Trip é feita para o homem, que não deve se preocupar com moda, casa e beleza e, portanto, não precisa ler nada sobre isso, preocupando-se com questões mais sérias e reflexivas. As mulheres até têm espaço na *Trip*, no entanto seu espaço é quase que restrito apenas ao ensaio fotográfico, e a escolha dessas modelos revela posicionamentos tidos como masculinos em corpos femininos, de forma que elas certamente não fazem parte do público feminino que compra a *TPM*.

Sobre estas distinções entre as revistas masculinas e femininas, Swain (2001) discute os produtos culturais destinados ao público feminino e os caracteriza como relacionados a uma esfera específica, que inclui os assuntos sobre sedução e sexo, casamento, família, maternidade e futilidades. A autora prossegue afirmando que não há debate de questões políticas, econômicas, jurídicas, sociais e opinativas, nada que envolva muita criação ou discussão, reduzindo, desta forma, o público feminino a consumidor passivo e responsável por fazer funcionar os setores industriais referentes às suas características “inatas”. Bourdieu (1995) contribui para essa discussão ao apontar que as mulheres têm uma dificuldade, quase que física, nas palavras do autor, de se posicionarem frente a algo, de opinarem, o que, de certa forma, é perpassado pela *TPM*, pois a mesma não abre espaço de discussão ou reflexão, pelo contrário, fecha o espaço feminino, limitando-o ao que é esperado pelas mulheres e para as mulheres.

Assim, da mesma forma que esse público feminino pode ser considerado como responsável pela movimentação de capital, o público masculino é o responsabilizado pela movimentação intelectual, o que é constatável tanto nas reportagens específicas como na estrutura geral das revistas. A *Trip* tem a maior parte do seu conteúdo baseada em reportagens especiais, assuntos culturais, viagens e esportes, enquanto a *TPM* tem a maior parte de seu conteúdo dividido nas seções bazar, moda e magazine, que tratam de beleza, moda e decoração. Assim, é perceptível a distinção entre os conteúdos veiculados para os homens e para as mulheres. A *TPM*, por meio das entrevistadas do mês e das reportagens feitas com mulheres que de alguma forma superaram as expectativas sociais, mostra-se diferente do que há no mercado, no entanto, todo o resto de seu corpo discursivo mostra-se igual a qualquer outra revista. Dessa forma, uma vez mais é reproduzida a associação

apontada por Scott (1995) entre masculinidade e poder e a valorização da virilidade em detrimento da feminilidade, o que pode ser percebido pelo conteúdo das matérias de ambas as revistas.

Essa ambiguidade da *TPM* é, de acordo com Caldas-Coulthard (2005), característica de grande parte das revistas femininas atuais, que se dizem avançadas, mas que acabam por reafirmar a visão tradicional da mulher na sociedade. Assim, para a autora, as revistas femininas são altamente ambíguas em seu formato, pois se por um lado mantêm o discurso tradicional com matérias específicas sobre maternidade, beleza e domesticidade, por outro investem em assuntos tidos como feministas e transgressores de normas sociais.

Os ensaios fotográficos

Os ensaios fotográficos das duas revistas também diferem, pois enquanto a *Trip* fotografa modelos desconhecidas do público geral, a *TPM* aposta em ensaios de atores famosos. Os ensaios da *Trip* são constituídos por imagens femininas mais sensuais, com os seios das modelos à mostra, ao contrário das fotografias expostas na *TPM*, que, ao invés de mostrarem, apenas insinuam. Walkerdine (1995) discute a naturalização do feminino, apontando que este é domesticado, de maneira que seus poderes animais e instintuais, assim como sua sexualidade, devem ser naturalizados. De acordo com a autora, a mulher é sistematicamente posicionada enquanto mãe, o que pode ser percebido nos ensaios mais recatados destinados ao público feminino; ensaios que qualquer mãe poderia ver, com pouca alusão sensual e sexual.

Louro (1995) atenta para o fato de que pertencer a um determinado gênero leva o sujeito a perceber o mundo de uma determinada forma e a estar nesse mundo de uma forma também determinada. Assim, a distribuição de poder será diferente para os diferentes posicionamentos desse mesmo sujeito. Esta autora ainda acrescenta que o gênero vai além de identidades aprendidas, sendo intrinsecamente relacionado às instituições sociais, de forma que as escolas, a justiça, a igreja, entre outras instituições, são “generificadas”, pois expressam constantemente em seus discursos e práticas as relações sociais de gênero. Desta forma, podemos entender que a mídia é certamente umas dessas instituições generificadas e que expressa suas posições em seus conteúdos.

Em se tratando dos ensaios fotográficos, esses posicionamentos se mostram de maneira muito intensa, pois acabam por reproduzir a ideia difundida no e pelo senso comum – e não apenas – do homem ser mais atrevido e a mulher mais recatada, de forma que as fotos feitas para os homens envolvem a nudez, o explícito, enquanto que as destinadas às mulheres envolvem a insinuação, o implícito. Trata-se de reatualização da ocupação de espaços na vivência da sexualidade, a do homem sendo pública e a da mulher privada. E esta distinção é tão real e atual que a mulher desejada pelo homem é a *Trip girl*, aquela que se mostra totalmente e não tem pudores sociais, principalmente sexuais.

Considerações finais

As várias diferenças existentes entre as revistas servem para demonstrar que o público de ambas é considerado por elas como diferente, tanto é que existem revistas específicas para cada um deles. Esta divisão inicialmente pode parecer algo bom, pois parece demonstrar a preocupação com os diferentes públicos, entretanto, pode significar também uma forma de dividir os conteúdos para cada público e, desta forma, controlar o que cada um deles lê. Assim, este trabalho constitui-se como um apontamento inicial sobre as relações de gênero no mundo contemporâneo, que se diz suficientemente informado e a par das diferenças e equivalências inter e intragênero.

De fato, ambas as revistas são diferentes da grande parte de publicações que existem hoje em dia, diferenças expressas principalmente na aparência; a essência, contudo, é muito parecida com o tradicional. Enquanto o leitor da *Trip* é descrito pelo editorial como crítico e em busca de conteúdo de vanguarda, a leitora da *TPM* é caracterizada como insatisfeita com o tratamento tido pelas publicações femininas e sedentas de inovação, informação e cultura em uma revista que represente o seu dia a dia. No entanto, esses leitores, tidos como atuais, são releituras dos antigos leitores e dos antigos modos de ser homem e mulher, ele culto e ela fútil; porém, para não parecer que nada se alterou, as edições de ambas as revistas são maquiadas, de forma que a revista masculina recebe uma pincelada de futilidade, exemplificada em alguma matérias sobre moda, e a feminina recebe outra pincelada de cultura, por meio de uma ou outra reportagem mais reflexiva.

Assim, considerando o que fora exposto acerca das publicações, parece-nos haver na justificativa de existência das edições uma pequena inversão dos pronomes pessoais, onde não se trata de “refletir a sua verdade com os nossos olhos”, mas, o contrário, refletir a nossa verdade com os seus olhos, entendendo o pronome “nossa” como referente ao nós tanto dos editores das revistas quanto de grande parte da sociedade.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. A dominação masculina. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2. p.133-184, jun/dez 1995.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CALDAS-COULTHARD, C. R. O picante sabor do proibido: narrativas pessoais e transgressão. In: FUNCK, S. B., WIDHOLZER, N. R. **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.
- CONNELL, R. W. Políticas de masculinidade. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2. p.185-206, jun/dez 1995.
- ELLSWORTH, E. Modo de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, T. T. S. **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- KELLNER, D. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- LOURO, G. L. Gênero, história e educação: construção e desconstrução. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2. p. 101-132, jun/dez 1995.
- MARCELLO, F. de A. Dispositivo da maternidade: a fecundidade dos saberes na mídia contemporânea. In: FUNCK, S. B., WIDHOLZER, N. R. **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.
- NAVARRO, P. O pesquisador da mídia: entre a “aventura do discurso” e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: NAVARRO, P. **Estudos do texto e do discurso**: mapeando conceitos e métodos. São Carlos: Claraluz, 2006.
- OLIVEIRA, N. A. S. de. Representações da beleza feminina na imprensa: uma leitura a partir das páginas de O Cruzeiro, Claudia e Nova (1960/1970). Em: FUNCK, S. B., WIDHOLZER, N. R. **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.
- ORLANDI, E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Em Aberto**, Brasília, jan./mar 1994, v. 14, n. 61, p. 53-59. Disponível em: <<http://emaberto.inep.gov.br/index.php/>

emaberto/article/viewFile/911/817>. Acesso em: 26 de agosto de 2009.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas, SP: Pontes, 1990.

REVISTA TPM. São Paulo: Trip Editora, agosto-outubro de 2008.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2. p. 71-99, jun/dez 1995.

SWAIN, T. N. Feminismo e recortes do tempo presente: mulheres em revistas “femininas”. **São Paulo Perspec.**, São Paulo, v. 15, n. 3, julho 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 08 de agosto de 2009.

SGARBIERI, A. N. Mídia, ideologia e preconceito: análise do discurso crítica. Em: Funck, S. B., Widholzer, N. R. **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005, p. 147-158.

TRIP EDITORA. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tripeditora/index.php>>. Acesso em 13 de setembro de 2009.

WALKERDINE, V. O raciocínio em tempos pós-modernos. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2. p. 207-226, jun/dez 1995.