

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
ÁREA DO CONHECIMENTO DE HUMANIDADES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
MESTRADO PROFISSIONAL**

**PALOMA LAVA**

**REVISTA CLAUDIA: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E DA  
BELEZA (2014-2020)**

**BENTO GONÇALVES**

**2022**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
ÁREA DO CONHECIMENTO DE HUMANIDADES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
MESTRADO PROFISSIONAL**

**REVISTA CLAUDIA: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E DA  
BELEZA (2014-2020)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História – Mestrado Profissional, na Universidade de Caxias do Sul, como requisito final para a obtenção do título de Mestra em História. Linha de Pesquisa: Fontes e Acervos na Pesquisa e Docência em História.

Orientadora: Professora Terciane Ângela Luchese.

**BENTO GONÇALVES**

**2022**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Universidade de Caxias do Sul  
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

L392r Lava, Paloma  
Revista Claudia [recurso eletrônico] : representações do feminino e da  
beleza (2014-2020) / Paloma Lava. – 2022.  
Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de  
Pós-Graduação em História, 2022.

Orientação: Terciane Ângela Luchese.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em: <https://repositorio.ucs.br>

1. Feminismo - História. 2. Beleza feminina (Estética). 3. Mulheres -  
Identidade. I. Luchese, Terciane Ângela, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 141.72(091)

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)  
Carolina Machado Quadros - CRB 10/2236

# REVISTA CLAUDIA: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E DA BELEZA (2014-2020)

*Paloma Lava*

Trabalho de Conclusão de Mestrado submetido à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de PósGraduação em História da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em História, Área de Concentração: Ensino de História: Fontes e Linguagens. Linha de Pesquisa: Fontes e Acervos na Pesquisa e Docência em História.

Caxias do Sul, 22 de fevereiro de 2022.

## Banca Examinadora:

Dra. Terciane Ângela Luchese

Universidade de Caxias do Sul

Dra. Eliana Gasparini Xerri

Universidade de Caxias do Sul

Dra. Janine Gomes da Silva

Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico este trabalho aos meus pais,  
pelo carinho e esforço dedicados a  
mim e por me ajudarem a alcançar  
esse objetivo.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, Rubens Giroto Lava e Tatiana Rosatti, que me apoiaram em todas as fases da minha vida e, nessa caminhada tão importante, foram incentivo a estudar e a seguir meus sonhos.

Em especial, à minha orientadora, a Profa. Dra. Terciane Ângela Luchese, por ter me ajudado tanto nessa jornada, com tempo e dedicação valiosos.

Aos demais integrantes da banca examinadora, a Profa. Dra. Eliana Gasparini Xerri e a Profa. Dra. Janine Gomes da Silva, por se disponibilizarem a ler este trabalho com atenção e pelas contribuições que me ajudaram a direcionar o projeto.

A todos os professores e colegas do mestrado, que tem lugar especial no meu coração, pelos tantos momentos de aprendizagem proporcionados.

Muito obrigada!

*“Mulheres, mulheres...  
De tantas formas, tantas cores, tantas peles  
divinas, amadas  
quero acordar num mundo em que seremos todas  
respeitadas”*

**Antonia Medeiros**

## RESUMO

Esta dissertação, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em História, Mestrado Profissional e na linha de Fontes e Acervos na Pesquisa e Docência em História se propôs a analisar as representações de beleza feminina nas capas da Revista Claudia da segunda década do século XXI, mais especificamente de 2014 a 2020. A investigação teve como intuito pensar o ensino de História em suas relações com as lutas feministas, levando em consideração os movimentos sociais que ocorreram com maior ênfase em 2015, podendo assim perceber se ocorreram mudanças (ou não) nas representações da revista dentro do período de estudo. O objetivo geral desta investigação é pesquisar nas capas da revista Claudia as representações do feminino e da beleza, no recorte temporal entre 2014 e 2020, pensando nas possíveis relações para o ensino de História. Como principais contribuições teóricas e metodológicas para a realização deste estudo, destaco Chartier (1998, 2002, 2009, 2010, 2011 e 2020), Louro (1995, 1997, 2008), Mira (1997), Pedro (2012), Peen (2017), Perrot (2007), Pinto (2010), Scalzo (2011) e Scott (1995). Da análise das capas selecionadas, percebemos que elas passaram a ter um maior apelo de assuntos importantes e sensíveis às mulheres a partir de 2015, possivelmente influenciadas pela onda de protestos que tomou a América Latina em 2015 e 2016. Manifestações que tiveram grande aderência das mulheres, principalmente de jovens e que se iniciaram no Brasil após a aprovação na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara Federal da PL 5069-2013, um projeto de lei que previa a limitação do atendimento as vítimas de estupro. Assuntos recorrentes vinculados à moda e a troca de estações; às representações do corpo feminino magro; apelos a uma 'beleza natural'; a prevalência de mulheres brancas, a falta de representatividade de corpos que fogem ao padrão de mulher branca, magra, famosa e bem-sucedida; a constante manutenção do feminino frágil, delicado e preocupado com a beleza; essas são algumas das conexões que encontramos entre as capas analisadas. Como dimensão propositiva e conexão com o ensino de história, pensando em mídias e na produção de discursos diferenciados sobre o lugar da mulher e seu protagonismo na História, produzimos uma série de seis *podcasts* que foram divulgados nas mídias sociais em especial em um perfil do Instagram *Protagonismo Feminino*. Os *podcasts* foram um modo de abordar e questionar práticas machistas presentes no dia a dia das mulheres, mostrando que a revista Claudia está dentro do contexto social e cultural contemporâneo. Fizemos a seleção de alguns temas mais amplos como o machismo no esporte, o machismo na literatura clássica brasileira, a invisibilidade histórica das mulheres, a violência contra as mulheres, o feminismo negro e a representação do feminino e da beleza. Através deste estudo podemos concluir que o machismo ainda perpassa nossa sociedade e está presente no nosso cotidiano, fazendo-se presente nas representações de beleza feminina que circulam em revistas como Cláudia e em outros materiais publicitários. Por conta disso são importantes os estudos de gênero para que possamos compreender o processo que vivemos e lutar contra ele desta forma, esta pesquisa buscou contribuir com o tema e oferecer subsídios para a reflexão sociocultural.

**Palavras-chave:** Revista Claudia. Representações do feminino. Lutas feministas. Ensino de História. Podcast.



## ABSTRACT

This thesis, carried out with the Graduate Program in History, Professional Master's Degree, and related to the line of Sources and Collections in Research and Teaching of History proposes to analyze the representations of female beauty on the covers of the Brazilian magazine *Claudia* during the second decade of the 21<sup>st</sup> century, more specifically from 2014 to 2020, to examine the teaching of History in its relations with feminist struggles. The main objective of this study is to investigate the representations of the feminine and beauty on the covers of *Claudia* magazine, in the time period between 2014 and 2020, thinking about possible connections to the teaching of History. As the main theoretical and methodological contributions for this study, we highlight Chartier (1998, 2002, 2009, 2010, 2011 and 2020), Louro (1995, 1997, 2008), Mira (1997), Pedro (2012), Peen (2017), Perrot (2007), Pinto (2010), Scalzo (2011), and Scott (1995). From the analysis of the selected covers, we noticed that, from 2015 on, they started to feature more issues that were important and relevant to women, possibly influenced by the wave of protests that took over Latin America in 2015 and 2016. Recurrent topics related to fashion and the changing of the seasons, the representations of the thin female body, appeals to a 'natural beauty', the predominance of white women, the lack of representation of bodies that do not fit the white, thin, famous, and successful woman standard, the constant maintenance of the fragile, delicate, and beauty-conscious feminine, these are some of the connections we found among the covers we analyzed. As a propositional approach and in connection with the teaching of History, considering the media and the creation of new discourses on the place of women and their role in History, we produced a series of *podcasts* that were broadcasted on social media, especially on an Instagram account called *Protagonismo Feminino* (Female Protagonism). The theme of the *podcasts* was the *machismo* (male chauvinism) present in women's day-to-day life from a selection of some broader themes, such as *machismo* in sports, *machismo* in classic Brazilian literature, the historical invisibility of women, violence against women, black feminism, and the representation of the feminine and beauty. We can conclude through this study that *machismo* still permeates our society and is present in our daily lives. Thus, gender studies are important, so that we can understand the process we are going through and fight against it.

**Keywords:** Claudia Magazine. Representation of the feminine. Feminist Struggles. Teaching of History. Podcast.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa Revista Claudia de janeiro de 2014, edição 628.....	45
Figura 2 - Capa Revista Claudia de agosto de 2014, edição 635.....	47
Figura 3 - Capa Revista Claudia de fevereiro de 2015, edição 641.....	48
Figura 4 - Capa Revista Claudia de setembro de 2015, edição 648.....	50
Figura 5 - Capa Revista Claudia de março de 2016, edição 654.....	51
Figura 6 - Capa Revista Claudia de outubro de 2016, edição 661.....	53
Figura 7 - Capa Revista Claudia de abril de 2017, edição 667.....	56
Figura 8 - Capa Revista Claudia de novembro de 2017, edição 674.....	58
Figura 9 - Capa Revista Claudia de maio de 2018, edição 680.....	61
Figura 10 - Capa Revista Claudia de dezembro de 2018, edição 687.....	62
Figura 11 - Capa Revista Claudia de janeiro de 2019, edição 688.....	63
Figura 12 - Capa Revista Claudia de junho de 2019, edição 693.....	65
Figura 13 - Capa Revista Claudia de fevereiro de 2020, edição 701.....	66
Figura 14 - Capa Revista Claudia de julho de 2020, edição 706.....	67
Figura 15 - Roteiro Podcast Mulheres no Esporte: Desafios e Preconceitos.....	77
Figura 16 - Roteiro Podcast Violência contra a Mulher.....	79
Figura 17 - Roteiro Podcast Mulheres e Negritude: feminismo negro.....	82
Figura 18 - Roteiro Podcast O Machismo na Literatura Clássica Brasileira.....	84
Figura 19 - Roteiro Podcast Mulheres e a Invisibilidade Histórica.....	87
Figura 20 - Roteiro Podcast As Representações do Feminino e o Conceito de Beleza.....	89
Figura 21 - Protagonismo Feminino.....	91
Figura 22 – Instagram do Protagonismo Feminino.....	92

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Breve Revisão de Literatura .....	21
Quadro 2 – Edições Analisadas .....	44
Quadro 3 – Nuvem de Palavras .....	69
Quadro 4 – Podcasts .....	74

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2. REVISTA CLAUDIA: A AMIGA DA MULHER BRASILEIRA</b>	<b>34</b>
2.1 UM OLHAR PARA AS CAPAS DA REVISTA CLAUDIA	42
<b>3. PROTAGONISMO FEMININO: PODCASTS COMO DIMENSÃO PROPOSITIVA NO ENSINO DE HISTÓRIA</b>	<b>71</b>
3.1 MULHERES NO ESPORTE: DESAFIOS E PRECONCEITOS	76
3.2 VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES	78
3.3 MULHERES E NEGRITUDE: FEMINISMO NEGRO	81
3.4 O MACHISMO NA LITERATURA CLÁSSICA BRASILEIRA	83
3.5 MULHERES E A INVISIBILIDADE HISTÓRICA	85
3.6 AS REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E O CONCEITO DE BELEZA	88
3.7 PROTAGONISMO FEMININO	90
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>93</b>
<b>5. REFERÊNCIAS</b>	<b>96</b>
<b>6. APÊNDICES</b>	<b>100</b>
6.1 PODCAST 1 - MULHERES NO ESPORTE: DESAFIOS E PRECONCEITOS	100
6.2 PODCAST 2 - VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES	106
6.3 PODCAST 3 – MULHERES E NEGRITURA: FEMINISMO NEGRO	110
6.4 PODCAST 4 – O MACHISMO NA LITERATURA CLÁSSICA BRASILEIRA	114
6.5 PODCAST 5 – MULHERES E A INVISIBILIDADE HISTÓRICA	118
6.6 PODCAST 6 – REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E CONCEITO DE BELEZA	120

## 1. INTRODUÇÃO

Este estudo se propõe a analisar as representações de beleza feminina nas capas da Revista Claudia da segunda década do século XXI, mais especificamente de 2014 a 2020, com o intuito de pensar o ensino de História em suas relações com as lutas feministas. Claudia é uma revista voltada ao público feminino que iniciou suas publicações no Brasil em 1961 e até hoje mantém-se como a maior do seu segmento.

De forma geral, creio que desde muito me interessei pela história das mulheres e pelo feminismo. Me considero feminista e luto por igualdade de gênero. Perceber a mudança do que é considerado belo ao longo do tempo desperta minha curiosidade e meu desejo de conhecer. O recorte temporal foi construído pensando em compreender o período pré e pós “Primavera das Mulheres”<sup>1</sup> para que seja possível também fazer a comparação entre os períodos. Por conta disso, escolhi pesquisar como (e se) a representação do feminino muda com o passar do tempo. A revista Claudia foi escolhida por ser a maior do seu segmento e por ter feito parte da vida de muitas mulheres brasileiras, permitindo pensar nas representações do feminino, em especial a partir das capas de edições entre os anos de 2014 e 2020.

Durante minha graduação em História na Universidade de Caxias do Sul tive a oportunidade de produzir pesquisa somente durante o trabalho de conclusão de curso e ele foi voltado a representação de comemorações promovidas pelo Estado em um jornal de circulação considerável pela região. Quando ingressei no mestrado queria fazer algo diferente, queria pesquisar a história das mulheres, mudei algumas vezes de tema, mas percebi que nesta pesquisa encontrei algo que realmente me intriga.

Durante a minha vida tive contato com as revistas femininas durante a adolescência. Hoje percebo como fui influenciada por estas revistas, gostava das músicas, das roupas, calçados e esmaltes indicados pelas edições. Nesta perspectiva, escolhi a revista Claudia por compreender a sua magnitude e seu enorme poder de influência sobre as mulheres brasileiras por diversas gerações, já que circula no país desde os anos 60, do século XX.

---

<sup>1</sup> Movimentos feministas ocorridos no Brasil no ano de 2015. Posso afirmar que a Primavera Feminista foi a nomenclatura dada pela grande mídia para uma série de movimentos sociais de mulheres em busca dos seus direitos. Essas manifestações aconteceram em diversas cidades do país, a maioria organizada pela internet. Ressalto que o conceito será abordado com maior profundidade nos capítulos que seguem.

Considerando a relevância em âmbito nacional da circulação das revistas Claudia e sua influência sobre as leitoras, bem como o longo tempo de existência no Brasil, os movimentos feministas que aconteceram no mundo principalmente no nosso país e as possibilidades ampliadas de pensar o corpo feminino e a beleza, meu problema de pesquisa é: **Quais representações do feminino e de beleza emergem nas capas da revista Claudia entre os anos de 2014 a 2020?**

Desse modo, o **objetivo geral** desta investigação é pesquisar nas capas da revista Claudia as representações do feminino e da beleza, no recorte temporal entre 2014 e 2020, pensando nas possíveis relações para o ensino de História. Como **objetivos específicos**, intento:

1. Contextualizar a história da Revista Claudia e suas mudanças ao longo dos anos de existência, com especial atenção às representações do feminino e da beleza.
2. Analisar as capas da Revista Claudia, perceber suas mudanças e também possíveis influências dos movimentos feministas no recorte temporal de 2014 a 2020.
3. Propor um produto vinculado ao ensino de História que possa ser utilizado tanto em sala de aula para trabalhar com jovens do Ensino Médio, quanto nos espaços não escolares e inserido nos contextos da cultura digital, atentando para novas formas de comunicar e aprender, para repensar as representações do feminino e o conceito de beleza.

A definição do objeto de estudo se deve por uma questão muito presente em minha vida, e tenho certeza, na vida da maioria das mulheres. Uma questão particular e inerente a nós, mas que nos afeta de forma significativa. A objetificação da mulher e a opressão por nos enquadrarmos em um padrão esteticamente<sup>2</sup> definido, foram alvo de preocupações minhas. Como historiadora vejo a oportunidade de compreensão deste sistema que nos engessa. A pressão vem de várias formas: dentro da família, na escola, nas redes sociais, nas mídias, enfim, ocorre sem que possamos, muitas vezes, perceber ou enfrentar. Tudo isso levou-me a pesquisar sobre os padrões comportamentais e estéticos que nós mulheres possuímos para nos sentirmos enquadradas e adequadas na sociedade que vivemos, mesmo que isso não nos faça feliz.

---

<sup>2</sup> Há olhares diversos para o tema da beleza, há historicidade no processo do entendimento do que é ou não, esteticamente, corporalmente belo e não apenas para as mulheres. Nessa pesquisa, entendo a questão da beleza como construção cultural, historicamente situada e que é atravessada por discursos econômicos, sociais e reverbera nos modos como nos relacionamos uns com os outros e com nós mesmos.

O período estudado, 2014 - 2020, acompanhou uma parte da minha vida. Neste período passei minha juventude e cheguei na fase adulta. Sempre fui uma criança gordinha e sofria bullying pelo meu peso, no período não sabia da nomenclatura, mas sofria por não me enquadrar nos padrões estéticos da sociedade que vivia. Lembro que toda e qualquer princesa, heroína, mocinha de novela, todas eram magras e, a maioria delas, loira de olhos claros<sup>3</sup>. Percebo claramente como isso vem mudando ao longo do tempo, em especial recentemente, pois hoje existem bonecas negras, gordinhas, ruivas com sardas, enfim, brinquedos infantis que fogem ao padrão do “belo” de quando eu era criança.

O ideal de beleza não é algo imutável, como afirma a autora Naomi Wolf (1992): “A “beleza” não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja que todos os ideais de beleza feminina se originam de uma Mulher Ideal Platônica. O povo maori admira uma vulva gorda, e o povo padung, seios caídos” (WOLF, 1992, p.15). O ideal de beleza muda com o passar do tempo e também varia em relação ao espaço. O belo que nos referimos é o ideal de beleza ocidental da segunda década do século XXI e que é exposto nas mídias como constructo de um ‘ideal de beleza’.

Ser padrão de beleza neste período significa ser uma mulher jovem, magra, branca, cabelos loiros, olhos claros além de ter sucesso em sua vida pessoal e profissional, ser boa esposa, mãe e referência em sua área de trabalho, preferencialmente um trabalho estigmatizado como ‘feminino’. O belo feminino é uma forma de aprisionamento que se intensifica após a revolução industrial onde a mulher passa a não depender financeiramente totalmente dos homens, conforme Wolf (1992):

O mito viceja quando ocorre uma perigosa libertação das mulheres de repressões de natureza material. Antes da Revolução Industrial, a mulher comum não poderia ter sentido o que sente a mulher moderna com relação à beleza, já que esta última vivência o mito como uma contínua comparação com um ideal físico amplamente difundido (WOLF, 1992, p.17).

A comparação se dá com um ideal físico amplamente difundido, conforme a autora, que é o que podemos ver nas capas das revistas Claudia. O mito da beleza fere as mulheres, as faz sofrer com padrões que não estão ao seu alcance.

Sofrer com padrões estéticos talvez tenha despertado em mim a vontade de estudar gênero e representação do corpo feminino como feminista que fui/sou/serei, percebo a

---

<sup>3</sup> A questão da representatividade é importante para o autorreconhecimento, para que possamos olhar e nos ver representados, é um pilar estratégico para a inclusão de diversidades.

pressão que a sociedade exerce sobre nossos corpos, como se fosse algo público, como se devessem agradar a alguém além do seu proprietário.

O pensamento feminista faz parte de mim desde muito nova, aprendi muito com a minha mãe que apesar de não saber o que isso significa, me mostrou que mulheres não são inferiores aos homens e que não devem depender de seus maridos. Na minha casa existe uma relação de igualdade entre os meus pais minha mãe expressa sua opinião e contribui financeiramente em casa e meu pai ajuda as tarefas domésticas. Isso foi algo corriqueiro para mim e me constitui como ser humano e como mulher. Ser uma mulher hoje é diferente de ser uma em um tempo histórico distinto. Nossas lutas são diversas, mas ser mulher por enquanto e, acredito que por mais algumas décadas, é ser resistência e ter que lutar diariamente por direitos iguais.

O feminismo surge assim, com mulheres lutando por seus direitos, inicialmente o direito ao voto, com as sufragistas que começaram suas reivindicações na primeira onda do feminismo nas últimas décadas do século XIX em Londres. Essa onda de revolta e indignação feminina chega ao Brasil nas primeiras décadas do século XX e é liderado por Bertha Lutz, como afirma Pinto:

*A sufragetes* brasileiras foram lideradas por Bertha Lutz, bióloga, cientista de importância, que estudou no exterior e voltou para o Brasil na década de 1910, iniciando a luta pelo voto. Foi uma das fundadoras da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, organização que fez campanha pública pelo voto, tendo inclusive levado, em 1927, um abaixo-assinado ao Senado, pedindo a aprovação do Projeto de Lei, de autoria do Senador Juvenal Larmartine, que dava o direito de voto às mulheres. Este direito foi conquistado em 1932, quando foi promulgado o Novo Código Eleitoral brasileiro (PINTO, 2010, p.16).

Após a conquista do voto feminino em 1932 a primeira onda feminista perde forças e só reaparece na década de 1960, quando inicia-se a segunda onda. Essa foi marcada por grupos revolucionários ao redor do mundo. No Brasil, a década de 60 registrou o início da Ditadura Civil e Militar que reprimia qualquer tipo de manifestação. Por conta disso, a segunda onda feminista chega ao território brasileiro na década de 1970, dessa vez com novas reivindicações, como aponta Pinto:

O feminismo aparece como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo (PINTO, 2010, p.16).

No Brasil a segunda onda feminista chega de forma diferente por seu momento histórico e também por conta disso apresenta uma demanda distinta como afirma Pedro:



Os grupos de oposição ao governo contavam com grande participação de mulheres que também estavam envolvidas nos chamados “movimentos de mulheres” e na militância feminista. Com isso, no Brasil, a questão do trabalho e os problemas da mulher trabalhadora tiveram inicialmente prioridade sobre tantas outras pautas feministas da “Segunda Onda”. Porém, em pouco tempo, as demais reivindicações ganhavam força, com destaque para os assuntos ligados a sexualidade e corpo e à violência contra a mulher, por exemplo (PEDRO, 2012, p.240).

Mesmo sendo um movimento que visa liberdade, o feminismo não tem apoio dos grupos de esquerda brasileiro neste período histórico, pois eles consideravam que a luta contra a ditadura deveria vir antes de qualquer coisa<sup>4</sup>. Como o governo militar não via com bons olhos o movimento feminista muitas mulheres acabaram exiladas.

No Brasil com o fim da Ditadura Civil e Militar e início da redemocratização, o movimento feminista ganha novos ares e começa a discutir novos assuntos “(...) violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo, opções sexuais.” (PINTO, 2010, p.17).

Com o início da década de 1990 inicia a terceira onda feminista que é marcada pela institucionalização do movimento. Ocorreu o aumento da estruturação em organizações não governamentais (ONGs) e do diálogo com o Estado na construção de políticas públicas para as mulheres, além da busca por aumentar o espaço feminino na política (PINTO, 2010).

A quarta onda feminista<sup>5</sup> surge no início do século XXI e é caracterizada pelo uso da internet. Passa a ser um fenômeno global já que com a utilização dos espaços virtuais as discussões se tornam virais. Além disso, esse movimento passa a ser cada vez mais interseccional, pois discute além do feminismo o racismo, a homofobia e a gordofobia, por exemplo, que são questões que atingem as mulheres.

---

<sup>4</sup> Como afirma Pedro: “as feministas eram constantemente criticadas por organizações e militantes de esquerda. Os partidos políticos que estavam na clandestinidade, por exemplo, estranharam a emergência do novo feminismo. Achavam ‘um absurdo’ que os grupos feministas pudessem atuar como um movimento autônomo. Diziam que estes eram uma espécie de ‘chá das cinco’ de mulheres ricas e ociosas, ‘uma terapia sem guru nem terapeuta’, um desperdício de tempo que poderia ser mais bem empregado se fosse destinado à luta ‘maior’ e ‘geral’.” (PEDRO, 2012, p.252)

<sup>5</sup> Não é um consenso entre os historiadores que estejamos vivendo uma quarta onda feminista, mas é o posicionamento adotado por esta pesquisa, para maior bibliografia é indicado: MATOS, Marlise (2014). Quarta onda feminista e o Campo crítico-emancipatório das diferenças no Brasil: entre a destraditionalização social e o neoconservadorismo político. *Encontro Anual da ANPOCS*, 2014. Anais. Caxambu.

PEREZ, O.C. A Quarta Onda Feminista: Interseccional, digital e coletiva. Disponível em: <<https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>>. Acesso em 14 de janeiro de 2022.

RODRIGUES, Carla. Dossiê: A quarta onda do feminismo. *Revista Cult*, junho de 2017.

Uma das pautas feministas mais atuais é sobre a desconstrução dos padrões estéticos que nos moldam e que formam nossa visão do que é belo e do que é feio. Os padrões estéticos e a gordofobia também atingem os homens, mas são muito mais cruéis com as mulheres. A indústria de consumo representa constantemente como bela: a mulher magra, para que gastemos nosso dinheiro com produtos emagrecedores milagrosos; sem celulite e estrias, para que gastemos com procedimentos estéticos; maquiada, para vender maquiagem; sem rugas e com grandes lábios, para que gastemos com preenchimento labial e toxina botulínica; com cabelos lisos, com seios de silicone... Enfim, retrata um ideal de beleza inalcançável como forma de nos fazer consumir cada vez mais. O consumismo está presente em todos os aspectos da nossa vida e já se tornou uma parte da nossa cultura.

Os padrões estéticos também vêm mudando ao longo do tempo hoje, com conhecimento histórico, consigo perceber isso. Lembro de quando eu lia as Revistas Capricho, na minha pré-adolescência, e do que era considerado belo segundo as publicações e de como a representação mudou desse período até os dias atuais. Claro que, como nós historiadores sempre pontuamos, memória e história estão ligadas, porém não são iguais, sabemos “que a memória humana é particularmente instável e maleável” (Le Goff, 1990, p.404) e ainda como afirma Meneses “o presente pode inverter radicalmente o valor original de um objeto passado” (1992, p.12). E, por este motivo, é importante que tenhamos o embasamento na cientificidade aplicada sobre nosso objeto de estudos.

Este estudo é importante para percebermos a diversidade do humano e do feminino, para percebermos como a beleza é resultado das práticas culturais em um dado tempo e espaço. Analisarmos a representação das capas da revista Claudia é relevante no contexto que vivemos, pois estas são consumidas e circulam entre as mulheres por isso, é essencial que atuemos no ensino de história mostrando às mulheres como o conceito de beleza é variável e mutável no tempo e no espaço.

A proximidade entre o período histórico que estudo e o que vivo poderia ser visto como algo complexo e um complicador para a ciência histórica. Isso faria sentido se fossemos historiadores atuando profissionalmente há algumas décadas. Hoje, a história do tempo presente, seus conceitos e pesquisas já estão consolidados como um campo de estudos históricos bem estabelecidos.<sup>6</sup> Esta dissertação utiliza como referencial teórico e

---

<sup>6</sup> Apesar do recorte temporal deste estudo ser recente, não utilizo o referencial teórico exclusivo do campo da História do tempo presente.

metodológico a História Cultural e analisa como uma revista feminina de grande circulação representa o feminino e a beleza em suas capas.

A História, como outras ciências, possui diversos vieses teóricos. Existem divergências dentro do campo histórico quanto ao que se pode considerar objeto de pesquisa, fonte histórica, quais são os conceitos possíveis de serem abordados, entre outras tantas. Por muito tempo a História teve o objetivo de revelar a “verdade” sobre o passado. Materiais como revistas, jornais, mídia digital, impressa e televisiva, tudo isso foi visto durante muito tempo como impregnado de subjetividade e que contamina a História e a sua busca pela verdade. Seu uso só foi possível a partir do momento em que os historiadores deixaram de ter a pretensão de serem imparciais e aceitaram que a História é filha de seu tempo, como já disse Lucien Febvre, e tem uma dimensão subjetiva. Hoje, já é quase consenso na área, que a subjetividade interfere na pesquisa histórica. Estes produtos culturais antes pouco trabalhados pelos historiadores, passam a ser fonte de estudo pelo viés teórico e metodológico, por exemplo, da História Cultural.

Roger Chartier (2002), um dos teóricos da História Cultural, nos diz que ela tem como objetivo identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada ou dada a ler. O autor ainda afirma que a estrutura social não tem dados objetivos e que a História Cultural pode ser entendida como a busca por um conjunto de processos pelo qual se constrói sentido. “As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam” (CHARTIER, 2002, p.17).

A História Cultural, escolha teórica e metodológica dessa pesquisa, se interessa pelos sujeitos que produzem a cultura, mas também pelos receptores dela. A indústria cultural<sup>7</sup> produz interesses, imagens das pessoas sobre elas mesmas e anda junto com a indústria da beleza, que categoriza mulheres e homens por sua cor de pele, cabelo, modo de se vestir, a magreza de seus corpos, a maneira como falam e o que consomem.

Na perspectiva desta pesquisa este viés teórico-metodológico ajuda a perceber como ocorre a construção da representação do que é belo e a construção de um ideal de

---

<sup>7</sup> A indústria cultural é um conceito que indica que existe a prática do consumo de bens culturais produzidos em série. “a expressão indústria cultural significa que as obras de arte são mercadorias, como tudo o que existe no capitalismo” (CHAUÍ, 2005, p.190). A arte passa a ser produzida para rápido consumo e serve como entretenimento. Segundo Chauí (2005) a arte, que possui a característica de ser crítica, passa a ser objeto de consumo quando interessa ao público e com isso é comercializada pela indústria cultural, perdendo assim suas características.

beleza dos corpos femininos, além das lutas pelas representações e sentidos atribuídos aos papéis sociais do ser mulher e da beleza do feminino. O objeto deste estudo é a representação das mulheres e a construção de suas representações de beleza, em uma sociedade patriarcal como a que vivemos. É perceptível que o patriarcado da nossa sociedade atinge também aos homens e os prejudica, mas em menor proporção comparativamente às mulheres. O estereótipo de homem protetor, forte e provedor é algo que marca também uma sociedade machista. Com o surgimento e expansão do feminismo, que luta por direitos iguais, o estereótipo de homem forte e provedor se suaviza, assim como o estereótipo de mulher ‘bela, recatada e do lar’.

A perspectiva de análise que considera a História Cultural permite compreender não somente o que constitui e forma a sociedade que vivemos, as representações de beleza, como este trabalho se propõe a estudar, como também busca perceber a forma como isso se constituiu na sociedade, como se produziu e como se disseminou, segundo Barros:

Para além dos sujeitos e agências que produzem a cultura, estudam-se os meios através dos quais esta se produz e se transmite: as práticas e os processos. Por fim, a “matéria-prima” cultural propriamente dita (os padrões que estão por trás dos objetos culturais produzidos): as “visões de mundo”, os sistemas de valores, os sistemas normativos que constroem os indivíduos, os “modos de vida” relacionados aos vários grupos sociais, as concepções relativas a estes vários grupos sociais, as ideias disseminadas através de correntes e movimentos de diversos tipos (BARROS, 2005, p. 130).

Como constata o autor, este viés se importa também com os meios pelos quais se produz cultura, a revista, objeto de estudo desta pesquisa, é um destes meios. As revistas surgem inicialmente com assuntos variados e com o tempo buscam atingir um grupo específico, iniciando então a produção e circulação voltadas ao público feminino, sendo assim passam a ter mais influência sobre seu público-alvo.

A História Cultural, como o próprio nome já diz, se interessa pela cultura, mas a definição de cultura também sofreu modificações ao longo do tempo. No livro intitulado “O que é História Cultural” de Burke (2005), o autor faz uma análise da História Cultural ao longo do tempo, como surgiu e vem se modificando desde então. Apesar do nome do livro, não há uma definição conceitual, segundo o autor:

Como observou Burckhardt em 1882, história cultural é um “conceito vago”. Em geral, é usado para se referir à “alta” cultura. Foi estendido “para baixo”, continuando a metáfora, de modo a incluir a “baixa” cultura, ou cultura popular. Mais recentemente, também se ampliou para os lados. O termo cultura

costumava se referir às artes e às ciências. Depois, foi empregado para descrever seus equivalentes populares – a música folclórica, medicina popular e assim por diante. Na última geração, a palavra passou a se referir a uma ampla gama de artefatos (imagens, ferramentas, casas e assim por diante) e práticas (conversar, ler, jogar) (BURKE, 2005, p. 42-43).

Burke define a História Cultural como o conceito vago, mas podemos perceber que ocorre uma mudança nestes estudos ao longo do tempo. Essas modificações são parte do processo investigativo, à medida que a sociedade também muda. Assim como o papel da mulher na sociedade passa a influenciar inclusive a escrita da história, como afirma Burke:

Outra luta pela independência, o feminismo, teve implicações igualmente amplas para a história cultural, pois estava preocupada tanto em desmascarar os preconceitos masculinos como em enfatizar a contribuição feminina para a cultura, praticamente invisível na grande narrativa tradicional (BURKE, 2005, p. 65).

Segundo o autor, os movimentos dos grupos oprimidos geram uma mudança da narrativa histórica. Com o surgimento do que foi chamado de a Nova História Cultural ou NHC, não só as narrativas, mas os paradigmas mudaram e as mulheres fizeram parte disso, lutando para serem reconhecidas e com suas histórias contadas.

Ao elaborar a revisão de literatura sobre o meu tema pude perceber que existem inúmeras pesquisas que utilizam as revistas femininas como fonte de estudos. A Revista Claudia, por estar há tanto tempo no mercado mantendo praticamente a configuração editorial, além de ser uma das mais lidas do segmento, é umas das mais pesquisadas, estudadas e utilizadas como fonte. Alguns estudos utilizam como recorte temporal o século XXI, porém são poucos, a maior parte busca compreender as décadas finais do século XX abordando os mais variados assuntos como: relação feminina com o trabalho, com o corpo feminino e suas representações, mudanças na moda, nos costumes, a tentativa de manutenção da “feminilidade” por parte das revistas, entre outros assuntos. Não constatei nenhuma pesquisa que se pareça com esta, levando em consideração o recorte temporal e de tema, bem como sua vinculação com o ensino de História.

Pensando no tema proposto fiz uma seleção de periódicos/artigos, teses e dissertações que pudessem dar conta de dialogar com o objeto de pesquisa aqui proposto. A seleção que fiz considerou palavras-chave como: Revista Claudia, Revistas Femininas, representações, ideal de beleza, imprensa feminina e século XXI. A busca, a leitura e a seleção aconteceram nos meses de janeiro e fevereiro de 2021 e se deu entre os bancos

de dados mais comuns entre pesquisadores como: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), A Biblioteca Eletrônica Científica Online – SciELO e Google Acadêmico. Além disso também fiz buscas entre revistas eletrônicas disponíveis no site do Instituto de Estudos de Gênero (IEG) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) são elas: Revista Feminismos, Revista Ártemis, Revista Mãria, Revista Latino-Americana de Geografia e Gênero, Revista Periódicos, Revista Gênero, Revista Caderno Espaço Feminino, Revista Cadernos Pagu e Revista Estudos Feministas.

A partir do levantamento bibliográfico realizado apresento abaixo um quadro com os resultados obtidos e selecionados pelo vínculo com a proposta do presente estudo.

### Quadro 1 - Breve revisão de literatura

Portal/Site	Título	Ano	Autor	Instituição	Nível
Google Acadêmico	Claudia: O jornalismo em uma Revista Feminina do século XXI	2010	Gabrielle Vívian Bittelbrun e Daisi Vogel	Revista Eco-pós	Artigo
Google Acadêmico	Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas	2007	Denise da Costa Oliveira Siqueira e Aline Almeida de Faria	Revista Comunicação, Mídia e Consumo	Artigo
Google Acadêmico	Mulher Moderna, Mulher Real: Impressões sobre o gênero feminino em Claudia e TPM	2016	Gabrielle Bittelbrun e Simone Pereira Schmidt	Revista Raído da Universidade Federal da Grande Dourados	Artigo
Scielo	O corpo da mulher contemporânea em revista	2012	Christiane Moura Nascimento, Caio César Souza Camargo Próchno e Luiz Carlos Avelino da Silva	Revista A Fractal: Revista de Psicologia	Artigo
Scielo	Feminismo e Recortes do Tempo Presente: mulheres em revistas "femininas"	2001	Tania Navarro Swain	Revista São Paulo em Perspectiva	Artigo

BDTD	Revistas Femininas: Manuais de comportamento para a mulher do século XXI	2011	Flávia Cassino Esteves	Universidade do Estado do Rio de Janeiro	Dissertação
BDTD	A mulher de Claudia nos anos de 1960 e 2010: Rupturas e permanências	2017	Isabela Costa Zampier	Universidade Federal Fluminense	Dissertação
BDTD	Educando o Corpo Feminino: saúde como um mais, corpo molecular e otimização da beleza na Revista Claudia	2011	Cíntia Strim	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Dissertação
BDTD	Hashtag na Capa: representações da agenda feminista nas revistas Claudia e Marie Claire (2010-2017)	2019	Karina da Cunha Pizzini	Universidade Federal do Paraná	Dissertação
BDTD	O Corpo na Comunicação Publicitária: uma análise das representações do corpo feminino na publicidade de mídia impressa	2013	Daniel dos Santos Robledo	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação
BDTD	Padrões de Beleza na Publicidade das Revistas Femininas (dos anos 1960 aos dias atuais)	2009	Gisele Mello Gentil	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação
BDTD	Sob Cores e Contornos: Gênero e Raça em Revistas Femininas do Século XXI	2017	Gabrielle Vívian Bittelbrun	Universidade Federal de Santa Catarina	Tese

Fonte: Organização da autora a partir da revisão de literatura (2021).

Considerando os estudos listados no quadro anterior percebo uma recorrência, pois a maior parte deles foram realizados em instituições do sul ou sudeste do país. Percebo também que a maior parte é da área da Comunicação, sendo que a Comunicação também estuda o papel da mulher e a representação das mulheres em revistas. Nessa perspectiva, posso citar o artigo das autoras Gabrielle Vívian Bittelbrun e Daisi Vogel intitulado “Claudia: O jornalismo em uma Revista Feminina do século XXI” publicado

em 2010 onde são analisadas as capas da Revista Claudia de 2008. Em relação às capas da revista Claudia, que também são objetos de investigação desta pesquisa, porém em recorte temporal diferente, as autoras fizeram a seguinte observação:

Quanto à capa, nota-se que Claudia segue o padrão de apresentar pessoas celebrizadas pela mídia. A cantora Ivete Sangalo, a atriz Giovanna Antonelli e a modelo e apresentadora de TV Ana Hickmann comparecem, em poses descontraídas, alegres e sensuais, nos meses de janeiro, maio e setembro nas capas dos exemplares analisados (BITTELBRUN; VOGEL, 2010, p.169).

Comparativamente às capas dos anos que se seguiram, a Revista Claudia manteve o mesmo padrão descrito pelas autoras em 2008. Também posso citar o artigo das autoras Denise da Costa Oliveira Siqueira e Aline Almeida de Faria intitulado “Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas”, que apesar de se intitular transdisciplinar é da área da comunicação e tem como objetivo analisar como a mídia impressa representa o corpo feminino saudável. Publicado em 2007 na revista Comunicação, Mídia e Consumo São Paulo, utiliza como fonte exemplares de seis revistas femininas, são elas: Claudia, Nova, Boa Forma, Saúde, Bons Fluidos e Revista O Globo. Tem como recorte temporal a segunda metade do século XX, sendo em exemplar de cada década.

Dos 12 estudos escolhidos como revisão bibliográfica, metade são da área da Comunicação, três deles são da área de Letras ou Literatura, um da História, um da Psicologia e um da área da Educação. O estudo da área da História foi publicado em 2001, na Revista São Paulo em Perspectiva, e foi escrito por Tania Navarro Swain, professora do departamento de História da Universidade Federal de Brasília. Intitulado “Feminismo e Recortes do Tempo Presente: mulheres em revistas "femininas” a autora analisa quatro revistas, sendo duas brasileiras: Nova (jun, 1999) e Marie Claire (maio, 1999); e duas da província francesa do Québec – Canadá: Elle-Québec (janvier, 1999) e La Chatelaine (décembre, 1998). No início do artigo a autora inicia uma discussão muito importante e curiosa, ela publica o artigo em 2001, mas ainda poderia ser visto como atual. A questão levantada por ela é sobre como o senso comum percebe o feminismo como algo sem necessidade à medida que as mulheres já têm teoricamente os mesmos direitos dos homens. Após a análise das revistas a autora retoma o tema e defende que a construção dos gêneros não se dá da mesma forma dentro da sociedade, segundo ela:

No discurso da mídia vimos em funcionamento uma das tecnologias de produção do corpo sexuado, o aparato da produção do corpo feminino útil e dócil dentro das normas heterossexuais, que instituem o binário inquestionável



do sexo biológico no social fazendo funcionar, no jogo da linguagem e da imagem, os mecanismos de assujeitamento à norma. Feminismo? Mais do que nunca necessário, pois lendo-se as revistas “femininas” percebe-se que as representações instrumentadoras das práticas sociais hierarquizadoras apenas modificaram os trajes que revestem os mesmos corpos definidos em sexo (SWAIN, 2001, p.80).

A autora ressalta que lendo as revistas femininas é possível perceber que as mesmas práticas que colocam a mulher como seres inferiores aos homens estão sendo representadas e praticadas, porém com uma nova abordagem, defendendo assim que o feminismo é mais do que nunca necessário.

Outro texto que pode aportar a pesquisa que desenvolvo e onde as autoras se apropriam de conceitos feministas para compor seu debate é o artigo publicado em 2016 na Revista Raído do Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal da Grande Dourados. Intitulado “Mulher Moderna, Mulher Real: Impressões sobre o gênero feminino em *Claudia* e *TPM*” e escrito por Gabrielle Bittelbrun e Simone Pereira Schmidt, o artigo analisa as revistas *Claudia* e *TPM* de 2004 a 2014. As autoras se propõem a comparar as duas revistas, de um lado *Claudia*, criada na década de 1960 que mesmo tendo a pretensão de ser moderna, traz em suas edições novidades sobre beleza, culinária e decoração, reafirmando o estereótipo de feminino frágil. De outro lado, a revista *TPM* que foi lançada em 2001 com o objetivo de se contrapor ao estereótipo relacionado à figura feminina. Após a análise das revistas as autoras chegam a conclusão de que os discursos se mostram de forma diferente, porém usam narrativas em uma tentativa de formar e reformar o que é ser mulher, que é o feminino, segundo elas:

Ao mesmo tempo em que delimitam um gênero feminino supostamente consolidado, os títulos parecem tentar, a todo o tempo, capturá-lo. Afinal, propõem a feminilidade como se ela pudesse escapar e, por isso, precisaria ser nomeada, praticada sempre, monitorada, sob todos os aspectos que a envolveriam. De uma maneira convencional, como faz *Claudia* ao elencar a preocupação com os filhos até na escolha da profissão, ou de maneira mais provocativa, como *TPM* e suas sugestões para ir contra os clichês no planejamento da vida, as duas revistas, ao falar do grupo mulheres, estão constantemente a formá-lo e reformá-lo (BITTELBRUN; SCHMIDT; 2016, p.176).

As autoras percebem como o discurso das duas revistas são utilizados como forma de delimitar os espaços do gênero feminino e reforçam a todo momento a feminilidade, de maneira convencional ou inovadora, ele se repete.

O artigo “O corpo da mulher contemporânea em revista” escrito por Christiane Moura Nascimento, Caio César Souza Camargo Próchno e Luiz Carlos Avelino da Silva foi publicado em 2012 na Revista *A Fractal: Revista de Psicologia* e tem como objetivo

“investigar a influência da mídia na subjetividade feminina e investigar o lugar cultural criado à mulher e a seu corpo na contemporaneidade” (2012, p.385). O artigo analisa uma propaganda presente na revista Gloss, da Editora Abril, publicada em 2007. Os autores iniciam fazendo uma reflexão sobre o corpo humano. Afirmam que o ser humano se relaciona com o mundo através do seu corpo, sendo ele um refletor da própria cultura. A análise das representações se torna importante à medida que “Todo ser humano se torna sujeito a partir e através da cultura, representada pelo outro” (2012, p.389). Ao analisar o corpo feminino, os autores constatam que existe um controle público sobre o corpo da mulher e afirmam que:

Temos a impressão de que as conquistas do movimento feminista foram antes uma “concessão”, com as suas devidas condições. O controle sobre os cuidados com o corpo feminino continuam a ser exercidos agora principalmente pelos expedientes da mídia. Já que seu corpo se tornou público, os discursos em relação a ele também se tornaram. Na publicidade a imagem da mulher se encontra em fusão com o próprio produto anunciado (NASCIMENTO; PRÓCHNO; SILVA; 2012, p.399).

O artigo foi publicado em 2007, mas o texto é muito atual, ainda percebemos o controle exercido sobre o corpo da mulher como se fosse parte do público e não do privado.

Outra que se dedica a estudar as revistas femininas é a da educação aqui representada pela dissertação “Educando o Corpo Feminino: saúde como um mais, corpo molecular e otimização da beleza na Revista Claudia” escrita por Cíntia Strim e apresentada em 2011 na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A autora analisa as edições da Revista Claudia de junho de 2008 a julho de 2009 levando em conta todos os anúncios, matérias e reportagens. A autora escreve que seu intuito inicial era pesquisar a saúde nas revistas Claudia, porém o tema sempre aparece ligada ao corpo da mulher.

Como já dito anteriormente, a partir das primeiras incursões analíticas ao material, pude perceber que o enfoque deste trabalho seria o corpo. É o corpo que tem que ter mais saúde, ser mais belo, manter a juventude. É nele que os cuidados e técnicas devem agir. O corpo é o projeto a ser continuamente configurado, talhado, construído. Os esforços, o tempo e as inquietações cotidianas são destinados a ele. Nesse sentido, esse corpo não tem nada de natural, antes é o resultado de inúmeras práticas circulantes na cultura que acabam por produzir as mulheres de hoje (STRIM, 2011, p.50).

A autora percebe que a saúde da mulher está sempre ligada à estética do feminino. A dissertação denuncia a busca pelo corpo perfeito, o alcance do dito “saudável” como um fator de sucesso e não ter a estética padrão como um sinal de fracasso e fraqueza.

A dissertação da autora Gisele Mello Gentil, apresentada em 2009, intitulada “Padrões de Beleza na Publicidade das Revistas Femininas (dos anos 1960 aos dias atuais)” contribui para a revisão bibliográfica desta pesquisa, pois tem a pretensão de analisar a influência das revistas femininas na formação dos padrões de beleza. Para isso, a autora analisa as revistas Claudia e Nova das décadas de 1960, 1970, 1980, 1990 e 2000 e traça uma linha do tempo dos padrões de beleza. Analisando as publicidades da década de 2000, década mais próxima a temporalidade deste estudo, a autora descreve o padrão de beleza da época como:

Hoje a imagem perfeita é aquela que se assemelha à do computador: corpo torneado, rígido; pele bronzada, de cor uniforme que parece coberta por uma camada de verniz exibindo a imortal juventude; cabelos brilhantes, sedosos, com fios retilíneos e sem qualquer embaraço; cintura fina, barriga definida, seios fartos, rígidos e quadril desenhado.

A magreza continua em alta e o destaque vai para os cabelos longos, dentes muito brancos, olhos claros, pele sem qualquer mancha ou marca e rosto impecável. Os programas de edição de imagem têm presença garantida nos anúncios, e a mulher real deixou de existir no mundo da publicidade. Uma beleza mecanicamente perfeita, naturalmente impossível (GENTIL, 2009, p.34).

Podemos perceber através do estudo de Gentil (2009) como os padrões de beleza mudaram ao longo do tempo e como vem se transformando sempre com a ajuda da mídia, principalmente com a contribuição das revistas voltadas ao público feminino.

A única tese selecionada para esta revisão de literatura foi escrita por Gabrielle Vívian Bittelbrun e é bem recente, 2017. Intitulada “Sob cores e contornos: gênero e raça em revistas femininas do século 21”, este estudo analisa três revistas: Claudia, TPM e AzMina, sendo as duas primeiras no período de 2004 a 2014 e a última entre 2015 e 2017 já que a revista surge em 2015. A autora analisa quem são as mulheres que ganham espaço nas revistas femininas e quem são as excluídas das revistas, a tese abarca questões de raça, gênero e representatividade.

Podemos perceber através desta revisão de literatura que existem inúmeras análises feitas sobre as revistas femininas e principalmente com relação a revista Claudia, porém o recorte temporal de nenhuma delas ultrapassa o ano de 2014. Única exceção a análise da AzMina por Bittelbrun (2017), mas a revista em questão é digital somente e com editorial feminista. Propomos então uma análise mais recente das capas da Revista Claudia analisando as edições de 2014 a 2020.

Nesta pesquisa analisaremos a representação do feminino na capa das revistas Claudia, portanto é relevante definir o conceito de representação. Segundo Chartier, "com o decorrer dos anos, a noção de representação quase veio a designar por si só a História

Cultural” (CHARTIER, 2011, p.15). Como alguém que apoiou e difundiu o conceito de representação nas pesquisas históricas, Chartier, em entrevista, diz que chegou ao conceito inspirado na sociologia de Bourdieu:

Eu havia começado a conhecer e a colaborar esporadicamente com Bourdieu a partir de 1985 e 1986. Em *A Distinção*, as lutas de representação, identificadas como lutas de classificação, são fenômenos sociais essenciais na construção do mundo social (BOURDIEU 1979). E ninguém vai considerar que Pierre Bourdieu seja um pensador idealista ou platônico. Dessa maneira, esse conceito de representação se encontrava imediatamente ligado à sociologia mais sociológica, articulando os esquemas de julgamento, apreciação, percepção, que constituem o habitus de um indivíduo e que são a incorporação, no indivíduo, do mundo social tal como ele ou ela o experimentaram. E ao mesmo tempo em que são resultado, estas representações são também produtoras, porque definem, em cada momento da experiência social, limites, fronteiras, classificações, identificações. E, para Bourdieu, lutas de classificação e lutas de classe não poderiam ser separadas, donde o papel fundamental da representação (SALOMON; CAMPOS; 2016, p.302).

Como expressa Chartier, as representações ao mesmo tempo em que são resultado da sociedade que vivemos também produzem essa sociedade. O conceito de representação está ligado a sociologia e é importante a esta pesquisa pois as revistas podem ser consideradas uma forma da representação do mundo, como afirma Bittelbrun “é necessário considerar o produto revista como uma forma de representação, de mundo, de gênero, de corpo – embora isso nem sempre signifique uma apresentação igualitária ou ainda uma representatividade.” (BITTELBRUN, 2017, p.30). O estudo das representações modificou a maneira como compreendemos o mundo e as relações sociais, segundo Chartier:

em primeiro lugar, as operações de classificação e hierarquização que produzem as configurações múltiplas mediante as quais se percebe e representa a realidade; em seguida, as práticas e os signos que visam a fazer reconhecer uma identidade social, a exibir uma maneira própria de ser no mundo, a significar simbolicamente um status, uma categoria social, um poder; por último, as formas institucionalizadas pelas quais uns “representantes” (indivíduos singulares ou instâncias coletivas) encarnam de maneira visível, “presentificam” a coerência de uma comunidade, a força de uma identidade ou a permanência de um poder. A noção de representação, assim, modificou profundamente a compreensão do mundo social (CHARTIER, 2011, P.20).

Chartier ainda observa que “de fato, essa noção permite vincular estreitamente as posições e as relações sociais com a maneira como os indivíduos e os grupos se percebem e percebem os demais” (CHARTIER, 2009, p.49). Quando voltamos nosso olhar ao objeto de estudo desta pesquisa podemos perceber que a representação feminina na capa das revistas *Claudia* modifica a forma como as mulheres, leitoras das revistas ou não, se

percebem como sujeitos sociais. As representações não são neutras, impensadas ou escolhidas de forma aleatória, toda escolha é política e “tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados” (CHARTIER, 2002, p.17). Estar entre o grupo representado lhe configura um poder simbólico, pois “As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio” (CHARTIER, 2002, p.17).

Além do uso e abuso das representações, esta pesquisa se utiliza de uma ferramenta que também foi possível com a chegada da Nova História Cultural, que, como reflete Chartier, não é mais tão nova assim. A utilização de fontes históricas deixa de ser restrita apenas a documentos oficiais e ganha outras esferas, daí a utilização de periódicos como fonte de estudos históricos na busca por compreender a construção da sociedade em que vivemos. A imprensa passa a ser utilizada como fonte da escrita da história, mas como escreve Tânia Regina de Luca:

Pode-se admitir, à luz do percurso epistemológico da disciplina e sem implicar a interposição de qualquer limite ou óbice ao uso de jornais e revistas, que a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público. O historiador, de sua parte, dispõe de ferramentas provenientes da análise do discurso que problematizam a identificação imediata e linear entre a narração do acontecimento e o próprio acontecimento, questão, aliás, que está longe de ser exclusiva do texto da imprensa (LUCA, 2005, p.139).

As revistas que serão utilizadas são “aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público”, por isso é uma fonte de pesquisa que demanda um estudo sobre quem elegeu os temas que chegaram até as mulheres leitoras de *Claudia*. Nessa perspectiva é necessário sempre que façamos os questionamentos às fontes, quem as produziu? Com que intenções? A quem foi direcionado? Ao utilizarmos as revistas como fonte para nossa pesquisa histórica é preciso perceber nas entrelinhas os ditos, os não ditos, o que foi escrito de forma sutil, o que aconteceu na sociedade que impactou a vida das mulheres, mas que não ganhou espaço nas revistas *Claudia*? Também podemos perceber quais eram as mulheres que mereciam espaço na mídia, nem todas tinham espaço de representação, qual era o ideal de beleza a ser alcançado? Ele mudou com o passar do tempo? Todas essas perguntas são feitas às nossas fontes levando em consideração nosso recorte temporal. Como afirma Tânia Regina de Luca “a ênfase em certos temas, a linguagem e a natureza do conteúdo tampouco se dissociam do público que o jornal ou revista pretende atingir” (LUCA, 2005, p.140). Podemos perceber que as temáticas se retroalimentam, ao

mesmo tempo que os leitores gostam do que a revista escreve, ela busca temas para seu público. Luca (2005) ainda atenta para uma questão importante ao utilizarmos como fonte de pesquisa os periódicos:

O pesquisador dos jornais e revistas trabalha com o que se tornou notícia, o que por si só já abarca um espectro de questões, pois será preciso dar conta das motivações que levaram à decisão de dar publicidade a alguma coisa. Entretanto, ter sido publicado implica atentar para o destaque conferido ao acontecimento, assim como para o local em que se deu a publicação: é muito diverso o peso do que figura na capa de uma revista semanal ou na principal manchete de um grande matutino e o que fica relegado às páginas internas. Estas, por sua vez, também são atravessadas por hierarquias: trata-se, por exemplo, da seção "política nacional" ou da "policial"? (Já se mostrou como greves e movimentos sociais são sistematicamente alocados na última.) O assunto retorna à baila ou foi abandonado logo no dia seguinte? Em síntese, os discursos adquirem significados de muitas formas, inclusive pelos procedimentos tipográficos e de ilustração que os cercam (LUCA, 2005, p.140).

A autora sinaliza para a forma como o conteúdo é distribuído dentro da edição, se é na capa, se são nas páginas internas, se estão em destaque, se ficam escondidos nas páginas, se o assunto persiste por várias edições enfim, todas essas colocações são significativas, “Em síntese, os discursos adquirem significados de muitas formas, inclusive pelos procedimentos tipográficos e de ilustração que os cercam” (LUCA, 2005, p.140).

As revistas femininas tiveram papel importante na História das mulheres, como afirma Martins (2003):

Contribuíram para tanto o investimento na alfabetização, a inicial profissionalização da mulher e a ressonância dos movimentos sufragistas e feministas internacionais. Escolarizada, atenta às modas e figurinos de seu tempo, a leitora feminina encontrou nas revistas a alternativa de aquisição do impresso, não apenas como leitora, mas sobretudo como consumidora de produtos de toda ordem, anunciados estrategicamente pela imprensa comprometida com o lucro. Mais que isso, a mulher da jovem República redesenhava sua imagem a partir daquele “espelho da moda”, isto é, as sedutoras revistas da época (MARTINS, 2003, p.67).

Segundo a autora, as revistas colocam a mulher estrategicamente em um papel de consumidoras. No entanto, hoje não é diferente, pois a imprensa contribui muito para criar o desejo do consumo. Quem produz as revistas femininas, ou outros meios culturais, atua como um mediador da cultura, sendo assim pode agir de forma a beneficiar a si e ao que acredita. Como afirmam Gomes e Hansen (2016) se referindo a Nova História Cultural:

ela prioriza as preocupações com as dinâmicas de produção dos bens culturais, sendo, portanto, fundamental atentar para os fenômenos de sua “mediação”. Eles se tornam absolutamente estratégicos, pois, se a história cultural volta-se para processos socioculturais de produção e alteração de significados pelos diversos sujeitos históricos, é imprescindível compreender as dinâmicas de circulação, comunicação e apropriação dos bens culturais, que, por princípio teórico, sempre envolvem mudanças em seus sentidos ou, dito de outra forma, naqueles presentes nas intenções de seus produtores (GOMES; HANSEN, 2016, p.13).

Como as autoras descrevem, além de perguntas as fontes as suas intenções, também é necessário direcionarmos um olhar especial aos jornalistas que produzem essa revista. Podemos compreender que os jornalistas e editores das revistas atuam como intelectuais mediadores, podendo e devendo ser tratados como “atores estratégicos” (GOMES; HANSEN, 2016). Esses atores são responsáveis pelas leituras do mundo a que temos acesso utilizando as revistas como fonte. Gomes e Hansen (2016) afirmam, em sua descrição mais ampla, que os intelectuais mediadores “são homens da produção de conhecimentos e comunicação de ideias, direta ou indiretamente vinculados à intervenção político-social” (GOMES; HANSEN, 2016, p. 10) e ainda caracterizam essa categoria socioprofissional por possuir “capital cultural” e “poder simbólico”

A concepção de intelectuais mediadores também surge junto a História Cultural. Não se pensava no jornalista e nos editores como figuras responsáveis por interpretar o mundo e reduzi-lo a uma edição de revista. Também não se levava em consideração o viés ideológico de cada revista e, portanto, os impeditivos editoriais pelo qual assuntos foram abordados ou não. Utilizando este viés teórico-metodológico essas e outras questões passam a ser levadas em conta ao utilizarmos fontes como os periódicos, como afirmam Gomes e Hansen (2016):

O intelectual que atua como mediador cultural produz, ele mesmo, novos significados, ao se apropriar de textos, ideias, saberes e conhecimentos, que são reconhecidos como preexistentes. Com esses outros sentidos inscritos em sua produção, aquilo que o intelectual “mediou” torna-se, efetivamente, “outro produto”: um bem cultural singular (GOMES; HANSEN, 2016, p.18).

Ou seja, o que foi escrito por um jornalista e editado pelo corpo editorial não é o fato em si, mas a leitura que eles tiveram do fato, tornando-se outro produto. Nessa perspectiva, portanto, as revistas são a interpretação e a leitura do mundo que os jornalistas e editores que o compunham, tinham. As revistas são um fragmento de opinião, geralmente velado, ou leitura da realidade e o que escrevemos hoje é a reinterpretção de interpretações feitas por esses mediadores culturais.

Em sua obra “A ordem dos Livros”, Roger Chartier (1998) cita D.F McKenzie (1986) ao teorizar sobre a escrita e impressão de livros, a autora citada afirma que:

Compreender as razões e os efeitos dessas materialidades (por exemplo, em relação ao livro impresso o formato: as disposições da paginação, o modo de dividir o texto, as convenções que regem a sua apresentação tipográfica, etc) remete necessariamente a controle que editores ou autores exercem sobre essas formas encarregadas de exprimir uma intenção, de governar a recepção, de reprimir a interpretação (D. F. MCKENZIE, 1986 apud CHARTIER, 1998, p. 35).

Podemos transferir essas afirmações para a leitura de revistas. Como já dito anteriormente, precisamos refletir sobre como a disposição visual influencia no foco que damos ao ler uma revista, qual assunto chamou mais atenção, sua localização visual, cor, tamanho da fonte, entre tantas outras variáveis.

Na atualidade existem outras formas de ler uma revista além da impressa, como de forma digital e no site da Editora. Para se manterem, elas precisaram passar por um processo de adaptação de suportes impressos para as telas, o que modifica seu formato e disposição visual. Além disso, o digital implica em uma mudança na relação que tínhamos com a associação de textos e objetos, a materialidade dos escritos, segundo Chartier “ao quebrar o vínculo antigo estabelecido entre textos e objetos, entre discursos e sua materialidade, a revolução digital obriga a uma revisão radical dos gestos e das noções que associamos ao escrito” (CHARTIER, 2010, p.09).

A mudança de suporte de leitura, para o digital, implica em algo muito maior do que isso, muda-se também o suporte de escrita, de reprodução e de venda desse material. “As mutações de nosso presente transformam, ao mesmo tempo, os suportes da escrita, a técnica de sua reprodução e disseminação, assim como os modos de ler. Tal simultaneidade é inédita na história da humanidade” (CHARTIER, 2010, p.8). Percebemos, por exemplo, o fechamento de bancas de jornais e revistas. Há alguns anos era comum encontrar bancas em vários pontos da cidade, mas hoje restam poucas e para conseguirem se manter passaram a vender também produtos de apelo popular.

O advento que veio reforçar esses novos formatos digitais foi a pandemia do Covid-19 que impossibilitou a população de sair de casa. Com isso, os materiais físicos, como revistas e jornais, passaram a ser um perigo. Antes eram compartilhados nas recepções de consultórios médicos e em cafés, mas hoje são ‘proibidos’. “O todo-digital é uma tentação sedutora e, [...] são mais numerosos do que antes, aqueles que sucumbem a ela” (CHARTIER, 2020, p.226). Chartier alerta para os perigos de uma sociedade totalmente digital, segundo ele:



É por isso que é indispensável tornar conhecidos também os perigos, quando todas as relações com os escritos, quaisquer que sejam, são moldadas na forma das leituras impacientes, crédulas e manipuladoras, como são frequentemente aquelas das redes sociais (CHARTIER, 2020, p.226).

A preocupação do autor é pertinente, porém o mundo digital é a nova realidade da nossa sociedade. Assim como os textos físicos, os textos digitais são escritos e lidos por seres humanos, que carregam consigo sua subjetividade. Muitas vezes criticamos um texto por ser manipulador, como os das redes sociais, mas não podemos esquecer da subjetividade dos receptores. A mesma lógica se aplica na leitura de revistas que claramente possuem seu viés ideológico, porém não podemos deduzir que todas as leitoras concordam com o que é posto. Segundo Chartier:

As obras (...) estão investidas de significações plurais e móveis, que se constroem no encontro de uma proposição com uma recepção. Os sentidos atribuídos às suas formas e aos seus motivos dependem das competências ou das expectativas dos diferentes públicos que delas se apropriam. (...) A recepção também inventa, desloca e distorce (CHARTIER, 1998, p. 09).

Existe a subjetividade de quem escreve e de quem se apropria do conteúdo produzido, mas de qualquer maneira, a massiva produção e reprodução de representações de beleza específicas influenciam na forma como nos enxergamos como seres sociais. Devemos considerar ainda que um mediador cultural, como os jornalistas e editores, "têm enorme relevância na construção de identidades culturais de indivíduos e comunidades" (GOMES; HANSEN, 2016, p.9). Ressalta-se que a imagem, desde o surgimento da fotografia, "se constituiria em arma temível, passível de toda sorte de manipulações, na medida em que os receptores nela viam, apenas, a "expressão da verdade", posto que resultante da "imparcialidade" da objetiva fotográfica" (KOSSOY, 2001, p.27). Hoje sabemos que mesmo as imagens podem ser manipuladas. Kossoy (2001) diz que um fotógrafo é um filtro cultural, segundo o autor:

A eleição de um aspecto determinado - isto é, selecionado do real, com seu respectivo tratamento estético -, a preocupação na organização visual dos detalhes que compõem o assunto, bem como a exploração dos recursos oferecidos pela tecnologia: todos são fatores que influirão decisivamente no resultado final e configura a atuação do fotógrafo enquanto filtro cultural (KOSSOY, 2001, p.42).

Com efeito, o fotógrafo é sim um filtro cultural (KOSSOY, 2001) ou um mediador cultural (GOMES; HANSEN, 2016), porém, sabemos que no caso das revistas, quem coordena a edição são os editores e os fotógrafos fazem o que lhe é solicitado. Cada imagem presente nas capas das revistas são um fragmento de realidade segundo um filtro cultural que é aplicado pela edição.

Apresento a seguir os capítulos que seguem e que irão compor a estrutura desta pesquisa. No Capítulo 2, intitulado “Revista *Claudia: a amiga da mulher brasileira*”, apresento a história das revistas, como elas surgem no mercado brasileiro e também a história da Editora que dará vida a revista Claudia, assim como uma análise sobre as décadas que se passaram desde o seu surgimento. Na sequência, analiso as 12 capas entre o período de 2014 a 2020, analiso as imagens das mulheres que estampam as capas, as manchetes que são anunciadas e os elementos que compõem a imagem. No capítulo 3, intitulado “Protagonismo *Feminino: Podcasts como dimensão propositiva no ensino de história*”, apresento o produto que surge como resultado desta pesquisa, os *podcasts*. O Protagonismo Feminino é uma identidade que criei com o intuito de difundir o conhecimento histórico que produzi através desta pesquisa e engloba uma série de *podcasts*, disponíveis pelo link: [Podcasts](#) e uma conta em uma das mídias sociais mais populares do momento, o Instagram, disponível pelo link: [Instagram](#). Neste capítulo faço uma análise reflexiva sobre cada um dos temas abordados e como eles são importantes na vida das mulheres e no ensino de história. Posteriormente o capítulo de conclusão com reflexões e conexões para concluir a pesquisa.

## 2. REVISTA CLAUDIA: A AMIGA DA MULHER BRASILEIRA

Elas são descritas, representadas, desde o princípio dos tempos, nas grutas da pré-história, onde a descoberta de novos vestígios das mulheres é uma constante, e chegando à atualidade nas revistas e nas peças publicitárias contemporâneas. Os muros e as paredes da cidade estão saturados de imagens de mulheres. Mas o que se diz sobre sua vida e seus desejos? (PERROT, 2007, p.24).

A revista Claudia pretendia ser amiga da mulher brasileira se colocando sempre à disposição para ouvi-la, mas o que é uma revista? Para tal pergunta, simples, mas fundamental para esta investigação, Scalzo responde: “Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (2011, p.45) assim que as revistas são descritas por Marília Scalzo em sua obra “Jornalismo de Revista”, porém a autora completa a descrição, afirma que as definições estão corretas, mas não são somente isso. Ela propõe que

Em primeiro lugar, revistas são objetos queridos, fáceis de carregar e de colecionar (...). Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece por um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a compor a personalidade, isto é, estabelece identificações, dando a sensação de pertencer a um determinado grupo (SCALZO, 2011, p.49).

A revista ajuda a compor a personalidade do público que a consome, cria-se interesses em comum, identificação de grupo e uma identidade. Além disso, “pode-se dizer que a revista é um dos veículos que muda mais rapidamente de acordo com o movimento das ideias e do público” (MIRA, 1997, p.91). A primeira revista da história era bem parecida com um livro, mas é considerada revista porque trazia vários artigos sobre um mesmo assunto, era direcionada a um público específico e tinha a pretensão de ser periódica, foi a *Erbauliche Monats-Unterredungen* em 1663 na Alemanha. Essa publicação inspirou outras semelhantes que surgiram logo após a publicação na Alemanha (SCALZO, 2011).

A primeira revista lançada mais parecida com o formato que conhecemos hoje, foi publicada em 1731 em Londres e é intitulada *The Gentleman 's Magazine*. A partir dessa publicação a palavra Magazine passa a ser utilizada para definir revistas em inglês e em francês. Logo em seguida, em 1749 surge a *Ladies Magazine*, destinada ao público feminino. Nos Estados Unidos as revistas surgem em 1741 com as primeiras publicações

*American Magazine* e *General Magazine* e tomam conta do mercado à medida que o país se desenvolve (SCALZO, 2011).

Ao longo do século XIX, a revista ganhou espaço, virou e ditou moda. Principalmente na Europa e também nos Estados Unidos. Com o aumento dos índices de escolarização, havia uma população alfabetizada que queria ler e se instruir, mas não se interessava pela profundidade dos livros, ainda vistos como instrumentos da elite e pouco acessível (SCALZO, 2011, p.120).

Nessa perspectiva a revista passa a ocupar uma posição entre o livro, que era um objeto sacralizado, e o jornal, que só trazia notícias. A revista toma para si um papel importante de complementação da educação, se relacionando com a ciência e a cultura (SCALZO, 2011).

“Essa imprensa tem um grande desenvolvimento no século XIX, em razão de seu sucesso junto às mulheres, em busca de conselhos de moda. Mas, nesse caso, elas se infiltram e mesmo se apoderam dela” (PERROT, 2007, p.28). As revistas femininas são sucesso no mundo todo, mas as primeiras a terem grande sucesso e que inspiraram o surgimento de outras foram a revista *Elle* e a revista *Cosmopolitan*. Em 1945 na França, após a segunda guerra mundial, Hélène Gordon-Lazareff cria uma revista feminina semanal e a nomeia *Elle*.

Com a intenção de restituir à mulher francesa o gosto pela vida (...) Depois de tantos anos de privação e sofrimento, a leitora encontrou nas páginas de *Elle* ideias para se descobrir, redescobrir seu país e, principalmente, recuperar sua feminilidade com pouco dinheiro” (SCALZO, 2011, p.171).

Trazendo essas ideias de retomada da feminilidade com pouco dinheiro e a proposta de poder transformar sua casa com o pouco que tinha disponível, a revista *Elle* foi um sucesso, sendo publicada em 27 países e alcançou um ótimo resultado em todos eles. No entanto, a revista de maior sucesso e com mais edições internacionais foi *Cosmopolitan*, no Brasil intitulada *Nova*. Helen Gurley Brown era secretária e lançou um livro chamado *Sex and the single girl*, que fez tanto sucesso que a autora procurou um editor para propor uma publicação com os mesmos temas da obra e, em 1962, surge a revista que é sucesso até hoje (SCALZO, 2011).

No Brasil as revistas chegaram no início do século XIX junto com a coroa portuguesa, antes disso a imprensa era proibida por Portugal de existir na colônia. Como em outros lugares, as primeiras revistas surgem em um formato parecido ao livro, a primeira que se tem notícias foi a revista *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura* que

surgiu em 1812 em Salvador, na Bahia. Em 1827 surge a primeira revista feminina nacional intitulada *Espelho Diamantino* que foi criada por Pierre Plancher e teve pouco tempo de vida, era uma revista quinzenal e completou quatorze edições, contava com assuntos como "política nacional e internacional, trechos de romances estrangeiros, críticas de literatura, música, belas-artes, teatro e notícias sobre moda, além de crônicas e anedotas" (SCALZO, 2011, p.190). Seguindo o mesmo modelo "Adolphe Émile de Bois-Garin (...) lançou no Recife, em 1831, a bissetimanal *Espelho das Brasileiras*, que durou um pouco mais: trinta edições" (KAZ, 2002 p.6).

Percebemos que as primeiras revistas femininas brasileiras foram de iniciativa masculina, assim como outros tipos de publicação, segundo Scalzo:

As revistas femininas existem desde que surgiram revistas no país. Elas começaram a aparecer aqui e ali sem muito alarde, geralmente feitas e escritas por homens. Traziam as novidades da moda, importadas da Europa, dicas e conselhos culinários, artigos de interesse geral, ilustrações, pequenas notícias e anedotas. Esse modelo foi repetido, com pequenas diferenças, durante todo o século XIX e primeira metade do século XX. É certo que houve, também, nesse período, publicações feitas de mulheres para mulheres, preocupadas com sua condição na sociedade e seus direitos, mas são poucas e a maioria tem vida curta (SCALZO, 2011, p.258).

As revistas femininas acompanham a história do país, inicialmente escritas por homens e direcionadas às mulheres, mas ao longo do tempo essa realidade muda e passa a ser escrita de mulheres para mulheres, o que traz à tona novos assuntos e novas discussões. Após esse período, ocorre uma mudança editorial nas revistas brasileiras.

Após a segunda metade do século XX, quando a economia capitalista entra em um novo ciclo de expansão no pós-guerra e a industrialização desponta, as revistas brasileiras, apesar de partirem de modelos europeus, passam a definir um estilo mais propriamente local em uma série de novas publicações (BITTELBRUN; VOGEL, 2010, p.167).

Surgem então diversas revistas, mais ou menos em ordem cronológica, as mais importantes são "A Cigarra, Jóia, Manequim, Claudia, Desfile, Setenta, Mais, Nova, Vogue, Criativa, Elle e Marie Claire, fazendo correr em paralelo, no campo das fotonovelas, Grande Hotel, Capricho, Sétimo Céu, Ilusão e Noturno" (KAZ, 2002, p.8). Nesta pesquisa nos propomos a estudar a Revista *Claudia*, pois ela é considerada a mais importante revista feminina brasileira.

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o Brasil buscava se renovar para acompanhar o mundo pós-guerra e a demanda mundial. Nessa perspectiva nasce a Editora

Abril, em 1950, sob o comando de Victor Civita, que já existia na Argentina desde 1940 com o nome Editorial Abril e era comandada por César Civita. César revelou ao irmão o desejo de expandir seu negócio pela América Latina e Victor demonstrou seu interesse em formar sociedade. Os irmãos, italianos, instalaram em São Paulo a nova Editora (BORGES, 2018).

Apesar de não possuir experiência anterior como editor, Victor Civita trouxe da América os direitos de reprodução dos quadrinhos Disney, que já eram sucesso de vendas em todo o mundo. Com uma tiragem de 82,37 mil exemplares, o gibi do Pato Donald teve sua estreia no país em 1950 e, por muitos anos, foi o carro-chefe da Editora (BORGES, 2018, p.28).

Com o sucesso dos quadrinhos Disney, Victor podia se aventurar em empreendimentos mais arriscados. A primeira publicação da Editora voltada ao público feminino foi a revista *Capricho* em 1952 lançada como uma revista de fotonovelas. Posteriormente, a *Capricho* se metamorfoseia com foco no público de meninas adolescentes.

Em 1959, a Editora Abril aproveita o momento de expansão industrial e aumento do poder de compra da população urbana para lançar a revista *Manequim* que “ensinava a mulher a costurar os seus próprios vestidos ou a costurá-los por encomenda para as freguesas que queriam apresentar-se bem-vestidas nos escritórios e repartições públicas, onde elas passavam a marcar presença” (KAZ, 2002, p.9).

Em 1961, a Editora Abril lança a revista que tinha a pretensão de ser amiga das leitoras, a revista *Claudia*. Victor e Sylvana, sua esposa, desistiram do sonho de ter uma filha quando vieram para o Brasil e passaram a se dedicar à Editora Abril, a filha que o casal gostaria de ter tido se chamaria *Claudia* e em sua homenagem foi colocado o nome da revista.

Todas as vezes que falou sobre *Claudia*, Victor Civita fez questão de lembrar que ela foi a “filha de papel” que ele e sua esposa Sylvana resolveram ter no lugar daquela de carne e osso da qual desistiram após terem imigrado para o Brasil e se empenhado na construção da Editora Abril. A revista ficou com o nome escolhido para a filha que não nasceu (MIRA, 1997, p.68).

*Claudia* mantém sua proposta original até hoje e nasce como o grande investimento da Editora no setor com uma tiragem inicial de 164.000 exemplares. Quase ao mesmo tempo surge a revista *Claudia* na Argentina “qualquer das ‘irmãs’ que tenha nascido primeiro, é certo que ambas partiram de modelos europeus e americanos” (MIRA, 1997, p.82).

A década que marca o nascimento da Revista Claudia, nos anos de 1960<sup>8</sup>, é emblemática na luta feminista, pois é o início da segunda onda:

Durante a década, na Europa e nos Estados Unidos, o movimento feminista surge com toda a força, e as mulheres pela primeira vez falam diretamente sobre a questão das relações de poder entre homens e mulheres. O feminismo aparece como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo (PINTO, 2010, p.16).

O feminismo marcou a década por falar sobre as relações de poder entre homens e mulheres, e a revista Claudia também marcou a época por falar de assuntos polêmicos para o período. Uma colunista de grande destaque foi a gaúcha Carmem da Silva, psicóloga e jornalista, que escreveu a coluna “A arte de ser mulher” desde 1963 até 1985 quando veio a falecer. “Carmem da Silva abordou assuntos como tédio no casamento, infidelidade masculina, intimidade no namoro. Em 21 anos de atuação, suas ideias deram colorido à busca de autenticidade promovida pelas leitoras e pelas próprias jornalistas.” (KAZ, 2002, p.9). Os assuntos polêmicos ajudaram a fazer de Claudia uma das mais importantes revistas femininas do país, porém ao mesmo tempo em que inovou, manteve a ordem com matérias conservadoras. A autora Juliana Teixeira Borges (2018) afirma que “ao mesmo tempo em que matérias polêmicas eram elevadas, outras que enfatizavam o papel da mulher como mãe, esposa, educadora e dona de casa continuaram sendo publicadas, possivelmente devido ao interesse das leitoras.” (BORGES, 2018, p.32).

Nas décadas de 1950 e 1960 as fotonovelas estavam no auge da circulação e eram as revistas destinadas ao público feminino que tinha um maior número de vendas. Somente a Editora Abril contava com uma comercialização entre 200 e 500 mil exemplares em meados da década de 1960 (MIRA, 1997). As fotonovelas carregavam consigo a moral rígida da época ao mesmo tempo em que mantinham os assuntos tradicionalmente femininos como pauta. Maria Celeste Mira (1997) ao citar a obra *Cultura de Massa e Cultura Popular* da autora Ecléa Bosi (1986) afirma que:

---

<sup>8</sup> Desde o início da década a pílula anticoncepcional já estava ao alcance das mulheres. A existência desse método contraceptivo ajudou a consolidar na mentalidade das pessoas que existe uma diferença entre reprodução e sexualidade, fazendo com que o prazer da mulher nas relações sexuais seja um tema cada vez mais debatido (PEDRO, 2012).

Ecléa Bosi registrou sua leitura entre mulheres operárias, para as quais as revistas, em especial as fotonovelas, representavam a possibilidade de descansar, se distrair e sonhar após um dia duro de trabalho. A autora atesta também uma prática característica desse tipo de revista que é a troca de exemplares entre as colegas. As leitoras as trocavam também com o próprio jornaleiro, compravam no sebo, emprestavam de alguém. Tinham também o hábito de escrever muito para as redações, perguntando dos artistas ou contando seus próprios problemas. Eram leitoras humildes, de pouca instrução, ou mocinhas, com pouca experiência de vida, sendo bastante expressiva também as circulações do gênero nas cidades do interior (BOSI, 1986 apud MIRA, 1997, p.58/59).

As fotonovelas tinham como público-alvo a classe de mulheres operárias e traziam os assuntos mais tradicionais. Propiciavam a troca entre as mulheres como cita a autora acima. Esse gênero de revistas foi ficando de lado justamente por tratar de assuntos mais ingênuos, amores românticos e melodramáticos, perdendo assim seu espaço. Com isso, outras revistas começam a ganhar a atenção do público feminino.

A revista que nasceu para ser a amiga e confidente da mulher brasileira, Claudia, se utiliza de uma tática vinda dos Estados Unidos, mas que teve sua introdução na França, o *confidences* ou correio sentimental. Ao se utilizar desta técnica “a revista feminina torna-se uma companheira da mulher, conversando com ela sobre os seus problemas cotidianos” (MIRA, 1997, p.76). Com isso, “mais do que quaisquer outras publicações, as femininas contribuíram para ensinar aos jornalistas a tarefa mais comezinha de... ouvir o público a quem se dirige a publicação” (KAZ, 2002, p.9), e se tornaram sucesso absoluto.

Na década de 1970, Claudia passa por um processo de abasileiramento e começa a produzir aqui o que antes precisava ser importado. Foi pioneira na criação de seus próprios estúdios de fotografia, na sua produção, edição e publicidade no Brasil. Aos poucos Claudia cria as condições de produção “com isto, contribuiu para a profissionalização e a legitimação do chamado jornalismo de serviço, hoje um dos aspectos mais relevantes nas publicações da Abril” (MIRA, 1997, p.84). A revista Claudia torna-se mais colorida, com matérias sobre moda e beleza e repleta de anúncios, reconhecendo e influenciando a mulher como consumidora. O Brasil estava vivendo o período da ditadura civil-militar e com isso via reflexos de contracultura fazendo com que assuntos polêmicos fossem mais discutidos nas páginas da revista, temas como sexo e divórcio passaram a ganhar mais espaço (BORGES, 2018). Apesar disso, a década de 1970 trouxe ao Brasil a expansão da produção cultural, como afirma Mira:



O país torna-se o sexto mercado fonográfico do mundo e o sétimo em publicidade. Só perde para os Estados Unidos em número de emissoras de rádio e é um dos dez maiores na produção e venda de aparelhos de TV. Até mesmo o cinema brasileiro chega a produzir, na década de 70, mais de cem filmes por ano. Surpreendentemente, o Brasil torna-se um dos dez maiores produtores de livros do mundo. A produção dobra entre 1969 e 1972: de 68 milhões de exemplares por ano para 135 milhões. No ano seguinte são quase 200 milhões de exemplares. A indústria de revistas também dobra sua produção entre 1960 e 1975, saltando de 104 para 202 milhões de exemplares (MIRA, 1997, p.61).

O Brasil cresce na produção cultural com livros, revistas, programas de rádio e de televisão, filmes, publicidade e música. Neste contexto, a revista *Claudia* vê a necessidade de se renovar para se manter ‘sempre jovem’. Em 1978, os editores fazem uma reformulação em seu editorial, visando combater a concorrência a revista “reduz o seu formato e torna fixos assuntos antes eventuais como saúde, jardinagem, vida conjugal e comportamento feminino” (MIRA, 1997, p.93). Com isso, ela acaba agradando mais o público da faixa etária de 30 a 40 anos (MIRA, 1997).

A década de 1980 chega repleta de mudanças e progresso para as mulheres. Se inicia uma abertura gradativa do mercado de trabalho para a mão de obra feminina que passará a ocupar mais um papel na sociedade, além de mãe e dona de casa, agora ela contribui com as finanças. Em 1988 passa a vigorar uma nova constituição que ao menos no papel tornava o Brasil um país menos patriarcal e machista. As revistas acompanharam esse movimento feminino de inserção no mercado de trabalho. Borges afirma que:

A partir de então, a imprensa feminina passou a mostrar um novo perfil de mulher: além de ser esposa, dona-de-casa e mãe, ela ainda ajuda na renda familiar. Dessa forma, a maioria dos temas trazidos nas publicações passaram a se encaixar no novo estilo de vida da mulher brasileira (...) A revista passou a dialogar diretamente com a mulher como profissional. Conforme esse público é inserido no mercado de trabalho, os cuidados com a aparência passam a ser maiores (BORGES, 2018 p.36).

A mulher que trabalha fora passa a se preocupar cada vez mais com a aparência física e a *Claudia* acompanha suas leitoras trazendo dicas de cuidado com o corpo e como atingir o corpo magro ideal de beleza. São representações recorrentes presentes no periódico conforme estudo de Borges (2018).

Na década seguinte, em 1990, a magreza continua a preocupar as leitoras, mas além disso a revista traz à tona assuntos mais sérios. A mulher passa a ocupar um espaço público e deixa de ser vista como um ser incapaz intelectualmente. Para Borges, “houve, então, a partir da década de 1990, uma expansão dos temas mais pungentes com

reportagens sobre abuso sexual na infância, violência doméstica, exploração do trabalho infantil, entre outros.” (BORGES, 2018, p.38). A revista teria sido influenciada pelos movimentos feministas? Certamente o Brasil vinha mudando e as mulheres estavam conseguindo ganhar espaço na sociedade e passando a ocupar outros lugares que antes eram considerados masculinos. Essas mudanças ocorrem por conta dos movimentos feministas que aconteciam no país, mas também no mundo, já que o Brasil absorve muita cultura estrangeira, principalmente dos Estados Unidos. Além das mudanças significativas sobre os assuntos, a revista Claudia também passa por uma mudança visual na década de 1990 e passa a contar com uma edição ainda mais colorida e com um número maior de imagens junto às reportagens (BORGES, 20018).

A primeira década do século XXI surge com uma grande preocupação sobre o corpo da mulher, é preciso ter um corpo ‘saudável’ ou ao menos que pareça e saúde passa a ser representada como sinônimo de ser magra. A saúde está sempre associada à magreza. Como afirma Borges:

Em Claudia, podemos observar que, embora as edições dos anos 60, 70, 80 e 90 tragam matérias sobre beleza, as de 2000 surgem com mais e mais artigos sobre musculação e procedimentos estéticos sofisticados, como peelings químicos, lasers e preenchimentos (BORGES, 2018, p.39).

A revista passa a apresentar as suas leitoras métodos mais sofisticados e inovadores para cuidar da ‘beleza’, mais uma vez, sempre associada à juventude e à magreza. Claudia continua a se modificar para garantir seu sucesso entre as mulheres e com foco nisso aumenta a sua segmentação tornando “Claudia Cozinha” uma revista independente.

Na década seguinte Claudia passa por novas alterações na sua composição visual, ocorrem mudanças na equipe de redação. Outra mudança importante ocorrida nesta década é com o público de leitoras da revista Claudia, que vem se modificando, como afirma Mira:

Em 1994, 82% de seus leitores eram mulheres, distribuídas entre as classes A (20%), B (32%), C (36%) e D (11%), o que, em face da distribuição da população, significa um forte predomínio das classes A e B, característica geral no meio revista. A mudança mais significativa no perfil de leitora ocorre na faixa de idade: em 1979, 51% tinha entre 20 e 40 anos, número que sobe para 58% em 1994, caindo de 22 para 15% na faixa dos 15 aos 19 anos. É grande também, em relação a outras revistas femininas, o número de mulheres

casadas: 46%, contra 39% de uma revista como Nova. 54% são donas-de-casa, embora dentre elas 26% também trabalhe fora (MIRA, 1997, p.93/94).

No final do século XX o público de leitoras de Claudia era formado, em sua maioria, por mulheres casadas das classes A e B na faixa etária entre 20 e 40 anos. Na segunda década do século XXI percebemos que o público leitor de Claudia se modificou, Borges (2018) traz dados de 2017 e, segundo a autora:

Verifica-se que Claudia possui 33,4% de seu público na faixa dos 50 anos de idade ou mais, e 26,4% entre 40 e 49 anos. As leitoras mais jovens, apesar de não serem maioria, compõem uma grande porcentagem do público-alvo da revista: 19,8% estão na faixa dos 30 a 29 anos, e 15,7% têm entre 20 e 29 anos. (...). Em relação ao perfil social das leitoras em 2017, Claudia atinge, principalmente, a classe B (51,2%), seguida da classe C (27,3%), classe A (13,6%) e classe D (7,9%) (BORGES, 2018, p.40).

Percebemos que a revista tem mais sucesso entre mulheres na faixa dos 50 anos de idade e em sua maioria da classe B, mas também tem um percentual grande de leitoras jovens. Claudia, a revista feminina de maior sucesso no Brasil, vem sempre se reinventando e acompanhando os acontecimentos e tendências. Claudia acompanhou a tendência digital, lançou seu site, entrou em redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter, além disso conta com um aplicativo próprio para que as leitoras possam ler a revista diretamente em seu *smartphone*. Claudia lançou ainda seu podcast, *Senta lá, Claudia*, cujo nome se refere a um meme popular nas redes sociais. Através dessa interação por vários meios, a revista consegue se manter presente na vida das mulheres diariamente.

Nesta década, mais precisamente em dezembro de 2018, a Editora Abril foi vendida para o empresário Fábio Carvalho, que se especializou em recuperar empresas com dificuldades financeiras e com isso deixa de ser comandada pela família Civita. Por esta ser a década que é recorte temporal deste estudo, será melhor detalhada e analisada nos itens que seguem.

## **2.1 UM OLHAR PARA AS CAPAS DA REVISTA CLAUDIA**

A mulher é, antes de tudo, uma imagem. Um rosto, um corpo, vestido ou nu. A mulher é feita de aparências. E isso se acentua mais porque, na cultura judaico-cristã, ela é constrangida ao silêncio em público. Ela deve ora se ocultar, ora se mostrar. Códigos bastante precisos regem suas aparições assim como as de tal ou qual parte de seu corpo (PERROT, 2007, p.49/50).

Neste subcapítulo faremos a análise da capa das revistas Claudia. O estudo das revistas femininas é importante pois, como afirma Luca:

Não resta dúvida de que, por meio das páginas das revistas, podem-se acompanhar alterações em termos de valores, padrões e comportamentos socialmente aceitos, tendo em vista que as revistas femininas dialogam com diferentes perspectivas e projetos, compartilhados coletivamente (LUCA, 2012, p. 457).

Conforme vamos observar no decorrer do capítulo, com o passar do tempo muda-se os assuntos abordados pelas revistas femininas, que apesar de servirem como entretenimento são bem mais do que isso “além de entreter, as revistas indicam comportamentos a serem seguidos a fim de a mulher obter reconhecimento e valorização na sociedade, isto é, elas ajudam a construir a identidade” (ESTEVES, 2010, p.295).

Neste subcapítulo faremos uma análise das capas das revistas selecionadas levando em conta a proposta clássica de Bardin (1977) que organiza e categoriza os dados quantitativamente, mas o analisa de forma qualitativa, sendo assim uma metodologia comumente utilizada nas ciências sociais e humanas. Para a análise das imagens, a metodologia utilizada será a semiologia defendida por Peen (2017). Inicialmente escolher as imagens, posteriormente identificar os elementos do material sendo que cada um deve ser dissecado em menores. A autora registra que “O terceiro estágio é a análise de níveis de significação mais altos. Ele é construído a partir do inventário denotativo e irá fazer a cada elemento uma série de perguntas relacionadas” (PEEN, 2017, p.328). Também cita exemplos das perguntas a serem feitas às imagens, como:

O que tal elemento conota? (Que associações são trazidas à mente?) Como os elementos se relacionam uns com os outros (correspondência interna, contraste, etc.)? Que conhecimentos culturais são exigidos a fim de ler o material? (PEEN, 2017, p.328).

Depois de fazer perguntas sobre as imagens e a ligação dos elementos, a autora indica que “teoricamente, o processo de análise nunca se exaure e, por conseguinte, nunca está completo” (PEEN, 2017, p.331), mas que é necessário concluir em algum momento, nunca nos esquecendo que nossa análise não é a única possível.

Escolhemos a capa como objeto de análise pois quando estamos frente a uma banca de revistas ou quando procuramos por uma revista na internet a primeira coisa que nos aparece é a capa. “Na mídia impressa, as capas de revistas são síntese de representações, de imaginários, explorando largamente o corpo feminino” (SIQUEIRA;

FARIA, 2007, p.172). A capa de uma revista anuncia o que está por vir, apresenta suas intenções, é a forma como a revista se vende e é a primeira impressão que temos dela. Por isso, a análise especificamente da capa é algo tão significativo, pois ela é o resumo de tudo o que encontraremos na edição. Segundo Siqueira e Faria (2007) as revistas são:

Reprodutoras, divulgadoras, formadoras de conceitos de corpo saudável, as revistas femininas estampam nas capas, há décadas, “modelos” de mulheres, exemplos a ser seguidos para alcançar um objetivo: o corpo ideal de cada época. Por trás da ideia de corpo, no entanto, alojam-se vários outros ideais de comportamento, de valores (SIQUEIRA; FARIA, 2007, p.172).

Como elas afirmam, não são só os modelos de corpo ideal, mas também comportamentos e valores ideais a serem seguidos pelas leitoras.

Para a análise das capas da revista Claudia, que tem uma tiragem mensal, foram selecionados dois meses por ano dentro do recorte temporal, distribuídos conforme a tabela a seguir, pensando em não repetir o mês do ano e ao mesmo tempo, variá-los:

**Quadro 2 - Edições Analisadas**

Ano	1º mês	2º mês
2014	Janeiro	Agosto
2015	Fevereiro	Setembro
2016	Março	Outubro
2017	Abril	Novembro
2018	Maior	Dezembro
2019	Junho	Janeiro
2020	Julho	Fevereiro

Fonte: organização da autora (2021).

Nosso primeiro ano de análise é 2014, um ano importante para o país e para o mundo. Em nível mundial o ano de 2014 marcou uma reaproximação de Cuba com os

Estados Unidos outro fato marcante foi Malala Yousafzai<sup>9</sup> ganhar o prêmio Nobel da Paz tornando-se a mais jovem ganhadora do prêmio. No Brasil ocorria a copa do mundo de futebol e as eleições presidenciais, a mais acirrada após a ditadura além disso, a operação Lava Jato desarticulou esquemas de corrupção na Petrobrás. Todas essas notícias não parecem ser de importância para as mulheres, ou pelo menos a revista Claudia não considerou. Analisaremos aqui as capas de forma cronológica, iniciamos então pela capa de janeiro de 2014 onde podemos ver que os assuntos ‘tipicamente femininos’ são eleitos como destaque. Na organização da análise, apresento a figura e na sequência a análise da mesma.

Figura 1 - Capa Revista Claudia de janeiro de 2014, edição 628<sup>10</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na imagem acima podemos ver a edição de janeiro de 2014 da revista Claudia. Na capa a modelo Gisele Bündchen, uma mulher famosa, celebridade do mundo da moda uma das mais bem pagas e reconhecida pelo sucesso profissional, além de ser símbolo de beleza. Podemos ressaltar que ela é branca, magra, de cabelos loiros e olhos claros, ideal de beleza feminino. A capa da revista foca o rosto da Gisele, ela aparece com o rosto

---

<sup>9</sup> Malala Yousafzai é uma ativista paquistanesa que ficou conhecida no mundo todo após ser baleada quando voltava da escola, pois o grupo rebelde Talibã que não permite que meninas frequentem a escola. Após esse episódio ela dedicou-se à defesa da educação para todos e foi a mais jovem ganhadora do prêmio Nobel da paz.

<sup>10</sup> Manchetes: "O Astral de 2014: às previsões de Susan Miller para o ano inteiro"; "100 dicas para... Vencer o cansaço, aumentar a libido, acertar na academia, colocar alegria e cor na casa, ter este cabelo de praia da Gisele Bündchen" Logo abaixo desta manchete uma declaração da modelo "Sou movida a sonhos e ainda tenho muitas coisas que quero realizar"; "Receitas livres e ideias para receber ao ar livre"; "Delícias de Verão: + vestidos vaporosos e looks femininos inspiradores no esporte. + efeitos especiais na maquiagem da estação. + os novos tons de esmalte que você vai querer usar"; "Educação Sentimental: como a escola pode ajudar nossos filhos a ter inteligência emocional"

inclinado à sua direita e um discreto sorriso. A modelo aparece com pouca maquiagem e cabelos que parecem estar ao vento. O cabelo da Gisele é um elemento que chama muito a atenção. Simbolicamente o cabelo é visto como sedutor, como um lado animalesco da mulher, como afirma Perrot:

A representação dos cabelos das mulheres é um tema maior de sua figuração, principalmente quando se quer sugerir a proximidade da natureza, da animalidade, do sexo e do pecado. Eva e Maria Madalena são dotadas de espessas cabeleiras que fazem a beleza da estatuária medieval e da pintura do Renascimento alemão (PERROT, 2007, p.54).

Podemos ver o uso do cabelo em várias das capas analisadas, além disso essa é uma imagem produzida para dar a impressão de beleza natural. Seus cabelos chamam a atenção pelo movimento, são cabelos cacheados, loiros e estão esvoaçantes na imagem, mais um apelo ao belo sob forma 'natural'. No entanto, sabemos que nenhuma das revistas e das modelos nelas representadas são 'naturais', há muito trabalho de maquiagem, produção, edição e jogos de luzes. Essas edições fazem parte do mecanismo social que nos faz consumir, o marketing e a publicidade criam necessidades inexistentes:

A sociedade se especializa em criar uma massa de consumidores, que podem ser manipulados e influenciados por eficientes técnicas de marketing. O advento da publicidade cria outro mercado poderoso, que se encarrega de reforçar **a criação de falsas necessidades, embaladas e vendidas em campanhas publicitárias**, na qual a propaganda é considerada a "alma do negócio" sem alma (SANTOS et. al., 2019, p.242, grifo nosso).

Cada período tem seus elementos a serem consumidos, essa edição, por ser do mês de janeiro tem como foco as tendências do verão observo que os elementos remetem a estação. O fundo da imagem é claro, os escritos em evidência são em vermelho, laranja e amarelo, cores quentes que remetem ao imaginário do calor e do verão. Todos estes elementos remetem a identidade visual do verão. Nota-se que a manchete com maior evidência é "O Astral de 2014: às previsões de Susan Miller para o ano inteiro", uma reportagem que marca o início de novos ciclos anuais. Além disso, a revista traz na capa as tendências da estação na manchete "Delícias de Verão: + vestidos vaporosos e looks femininos inspirados no esporte + efeitos especiais na maquiagem da estação + os novos tons de esmalte que você vai querer usar". Todos esses elementos tanto de imagem quanto de escritos remetem à estação verão e ao início do ano e, claro, induzem ao consumo.

A segunda capa analisada corresponde ao mês de agosto de 2014, conforme figura 2 a seguir:

Figura 2 - Capa Revista Claudia de agosto de 2014, edição 635<sup>11</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

A edição de agosto de 2014 traz na capa a atriz Taís Araújo, mulher negra, magra, de cabelos e olhos escuros. Ela aparece na imagem com quase o corpo todo sorrindo, com os cabelos presos e um vestido curto da cor rosa antigo com pérolas e rendas. A atriz está maquiada e o conjunto de roupa e maquiagem dão a impressão de que ela está indo a uma festa.

O fundo da imagem é rosa claro e os escritos principais são rosa pink, inclusive a palavra “Claudia” está na cor rosa. A cor da capa é o rosa e a reportagem principal é “72 Ideias de beleza que você vai querer experimentar (e amar)” remetendo à beleza feminina a cor rosa. Outra chamada que aparece em evidência na capa pelo tamanho e cor da letra é sobre moda, estampas e bolsas. No ano em questão, Taís Araújo estava atuando em uma novela da Rede Globo de Televisão como uma das personagens principais, portanto ela é um símbolo de sucesso, uma celebridade. Podemos ver que é uma atriz negra, mesmo assim se encaixa nos outros padrões de beleza e de representação de sucesso, ela é negra, mas magra. Negra, mas celebridade. Neste aspecto, não se trata de desmerecer a representatividade da negritude, mas de tencionar o fato de que a negritude vir representada com outros aspectos que produzem sentido e que complementam a imagem.

---

<sup>11</sup> Manchetes: "72 Ideias de beleza que você vai querer experimentar (e amar)"; "Divirta-se com a moda: aprenda a brincar com as estampas; Bolsas para todas as ocasiões"; "Elas por Elas: as fases da vida por quatro gerações de mulheres. Veja como começa essa história"; "Quero mais: especialistas ensinam a parar de se contentar com pouco"; "Quem são os homens de hoje?: uma pesquisa e um bate-papo esclarecedores"; "Xô stress!: como lidar melhor com os desgastes do cotidiano"; "Taís Araújo: é preciso entender que não se tem controle absoluto sobre nada"; "Prêmio Claudia: conheça as finalistas das três últimas categorias e vote".



A terceira capa selecionada, do mês de fevereiro de 2015, novamente apresenta uma celebridade, uma das modelos brasileiras mais bem pagas da história da moda, Gisele Bündchen, como se pode observar a seguir:

Figura 3 - Capa Revista Claudia de fevereiro de 2015, edição 641<sup>12</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na edição de fevereiro de 2015 novamente na capa está a atriz Gisele Bündchen, mulher branca, magra de cabelos e olhos claros. O foco da imagem é o rosto da atriz que está séria, fazendo “carão” de modelo, se mostrando poderosa e sensual. Ela está com a mão junto ao rosto e percebemos uma aliança de ouro, símbolo do casamento. E no caso, um casamento de celebridades da moda e do esporte. A dimensão do sucesso feminino também continua ancorada - pelo que está representado na revista - no casamento. O sucesso feminino é representado pela conjugação antiga do matrimônio agora somado à carreira. Outra pesquisa que também aborda esse assunto e corrobora com esta é o artigo de Bittelbrun e Schmidt (2016) que observam uma capa de Claudia de 2010 e atestam que:

---

<sup>12</sup> Manchetes: "Você pronta para o Sucesso: ajuste o foco, de mais valor às conquistas e experimente o poder do otimismo"; "54 cortes de cabelo: para quem quer fios curtos, médios ou longos (todos lindíssimos)"; "Os ventos que sopram do Nordeste: A moda descolada que vem dos estilistas da região + as táticas anti-stress das cearenses"; "Proteção total: vacina também é coisa de adulto. Saiba quais são as indicadas pelos médicos"; "Vai com Tudo! o clássico preto em looks fresquinhos"; "Parceria ideal: os segredos para achar o sócio certo na hora de empreender"; "Eu uso óculos! Como fazer a maquiagem que destaca seus olhos"; "Aposte no amor: Expert diz que os dias de hoje são perfeitos para a vida a dois e mostra como melhorar ainda mais as relações"; "Gisele Bündchen: Lições da top para ser feliz na carreira e em família".

No caso de Cláudia, ao se apontar como símbolo de sucesso a modelo Gisele Bündchen na edição de maio de 2010, atestando-a como ícone de beleza mundial, profissional bem-sucedida e exaltando sua família, marido e filhos, a publicação denuncia, na mesma medida, a mulher que não se encaixa naqueles padrões de beleza, que não tem marido e filhos ou não é reconhecida profissionalmente como a não-mulher ou, no mínimo, como a mulher que não mereceria ser representada nas páginas (BITTELBRUN; SCHMIDT, 2016, p.171).

Essa mulher que merece ser representada na capa da revista Cláudia é bem-sucedida profissionalmente e tem uma família com marido e filhos, além disso se encaixa dentro dos padrões de beleza estabelecidos. Na capa a modelo aparece com uma maquiagem bem discreta e cabelos em movimento. Seu ombro esquerdo aparece vestindo renda preta.

O fundo da imagem é claro e os escritos principais estão em amarelo. A palavra ‘sucesso’ está em evidência na cor amarela, os dois elementos estão ligados, pois a cor simboliza sucesso e riqueza. A palavra Cláudia, título da revista, também está na cor tema e aparece sobreposto ao rosto da modelo. Na sobreposição de cores, o amarelo que simboliza luxo e riqueza se coaduna bem com a representação de sucesso que se quer repercutir.

Entre as reportagens principais há dicas de corte de cabelo, maquiagem para disfarçar o uso de óculos e a moda do nordeste brasileiro. A cor amarela também está ligada a felicidade e otimismo, completando a manchete principal: “Sucesso: Ajuste o foco, dê mais valor às conquistas e experimente o poder do otimismo”. Percebemos que os temas “tipicamente femininos” estão sempre em pauta e as capas Cláudia que analisamos estão embasadas na ideia de um feminino homogêneo “envolta por uma capa de condições que levariam a uma determinada mulher [...] ao mesmo tempo em que se remetendo a antigas atribuições e simbologias que seriam típicos do ‘ser mulher’” (BITTELBRUN; SCHMIDT, 2016, p.173). Podemos observar a recorrência desses temas em quase todas as capas que analisamos aqui, senão com palavras com simbologias, como a edição de 2015, por exemplo:

Figura 4 - Capa Revista Claudia de setembro de 2015, edição 648<sup>13</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na edição de setembro de 2015 teremos na capa a atriz Giovanna Antonelli, mulher branca, magra, de olhos escuros e cabelos loiros com raiz escura. Na imagem a atriz aparece sentada, aparentemente no chão, com as pernas cruzadas, ela usa um vestido longo, vermelho e de renda com um decote, está com os cabelos presos e olhando para frente, sorrindo. Seus braços estão soltos, cruzados, em primeiro plano na imagem, inferindo momento de descontração. Ela utiliza acessórios dourados, anéis e brincos e tem as unhas pintadas de preto. Giovanna está com uma maquiagem discreta nos lábios, porém mais escura nos olhos. A forma como se posiciona para a foto faz com que ela pareça frágil e amigável - está um pouco curvada, sorrindo de forma receptiva -, mas os outros elementos a fazem parecer uma mulher poderosa - a cor vermelha, a maquiagem preta nos olhos, as unhas na cor preta, tudo isso impõe uma presença forte. Essa dualidade de elementos também é vista nas manchetes. Observar as minúcias nos permite entrever o investimento e o cuidado na produção e na montagem da capa.

A edição traz reportagens sobre moda, beleza, dicas de maquiagem, além de uma matéria sobre a impunidade de crimes de estupro contra a mulher, mas a matéria principal

---

<sup>13</sup> Manchetes: "Conquiste seu espaço: Em casa aprenda a se organizar e ganhe tempo! No amor como construir sua vida depois do divórcio. No trabalho, negociar é preciso. E há um jeito certo de fazer isso"; "Refresque sua beleza: os benefícios do detox capilar; Truque e produtos para iluminar os olhos; os tons de rosa que renovam a make"; "Receba à italiana: o prestigiado chef Salvatore Loì ensina a ir além da macarronada"; "Pede pra ficar: Wagner Moura estreia em série do Netflix. E falou com a gente até sobre política"; "Tem novidade na moda: pantacourt, pantalona, cintura alta... Os modelos de calça que vão pegar nesta estação"; "Giovanna Antonelli: Eu coloco metas a serem cumpridas. Há dez anos queria realizar o que faço hoje"; "No limite: já passou da hora de dizer não aos seus filhos"; "Crime contra a mulher: a chocante impunidade nos casos de estupro nas universidades".

é: “Conquiste seu espaço: Em casa aprenda a se organizar e ganhe tempo! No amor como construir sua vida depois do divórcio. No trabalho, negociar é preciso. E há um jeito certo de fazer isso” Essas reportagens nos dão a impressão de que uma mulher bem-sucedida é capaz de dar conta de todas as áreas da vida, ser bem-sucedida no trabalho, no amor, e ser bonita e acompanhar a moda. Faz com que uma mulher poderosa e que tem o seu espaço é também uma mulher que se preocupa com moda, cabelo e maquiagem. A revista junta esses dois elementos opostos para compor a imagem de uma mulher de sucesso. E o sucesso é representado pelo bem-vestir, pois como nos lembra Perrot “a moda torna-se um mercado relativamente segmentado, onde a alta costura, gerida por grandes costureiros, que são, com frequência cada vez maior, homens, permanece distinta de uma confecção para as classes médias” (PERROT, 2007, p.23).

O fundo da imagem é claro e os escritos se dividem entre branco, preto e vermelho. A palavra Claudia fica atrás da fotografia da atriz, o que é um jogo de posições que muda de uma capa para outra. Na imagem de março de 2016, apresentada a seguir, por exemplo, o nome da revista está destacado sobre a imagem da atriz Camila Pitanga.

Figura 5 - Capa Revista Claudia de março de 2016, edição 654<sup>14</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

<sup>14</sup> Manchetes: "Poder Feminino: Camila Pitanga: 'Crio minha filha para lidar com a diferença'; Olimpíadas: a força de nossas atletas, que driblam obstáculos e abrem caminho para o Brasil brilhar nos jogos; Novo feminismo: o que defendem as garotas que tornaram esse assunto tão atual quanto urgente"; "Você, mais bonita: Conquiste cílios longos, volumosos e definidos; O truque de make que as celebridades adoram; Penteados com trança, até para os curtos"; "10 verdades que os terapeutas de casal gostariam que você soubesse"; "Sua dieta no divã: o wellness coaching ajuda a adotar hábitos saudáveis - para sempre"; "Cresce a procura por escolas públicas. Por que isso pode ser bom para seus filhos"; "Se vira nos 50m²: ideias espertas de decoração para apartamentos pequenos".

Na edição de março de 2016 podemos ver a atriz Camila Pitanga, mulher negra, com cabelos e olhos escuros e magra. Os cabelos da atriz são levemente ondulados e parecem balançar com vento. Na capa ela aparece da metade do tronco para cima deixando ver uma blusa roxa de gola alta com uma fenda do lado direito. A atriz está séria na foto, fazendo "carão" e sedutora. Utiliza maquiagem leve, mas um batom vermelho escuro. Tons da imagem e seus elementos lembram a chegada do outono. Tudo o que acontece na nossa sociedade vira inspiração para o consumo e para as formas de nos convencer a comprar. A passagem das estações do ano não poderia ser diferente, percebemos que as estações são alvo de algumas capas, como a primeira abordada aqui, inspirada no verão, e essa que parece ser inspirada no início do outono, mas não deixa tão explícito. A mudança de estação para a moda tem um apelo fortíssimo para as vendas, as diferentes tendências. Na nossa sociedade o consumo já faz parte da nossa cultura, portanto abordar o cotidiano para tal é natural como podemos ver nas capas.

As manchetes são dualistas, ao mesmo tempo que a principal fala sobre o feminismo e a inclusão das mulheres no esporte olímpico, as chamadas principais do lado direito da capa são todas sobre beleza, moda, decoração e como cuidar dos filhos. Não entendemos que uma coisa é oposta a outra, porém condiciona o feminino a uma visão estereotipada de beleza. Essa percepção já foi abordada por outros autores como Tânia Regina de Luca (2012, p. 451) ao analisar revistas femininas afirma que “divisões nítidas e rígidas nem sempre são suficientes de dar conta da questão, como atesta o paradigmático exemplo de *Claudia*, em cujas páginas figuraram, por anos a fio, os textos de Carmen da Silva, que destoavam do tom geral da publicação”. Ao analisar as capas, essas considerações parecem evidentes. Ao mesmo tempo que tópicos como educação antirracista emergem, questões de consumo, moda, beleza permanece produzindo estereótipos sobre o feminino.

Ao olharmos para o fundo da imagem, que também é importante para a análise, ela está borrada, aparenta ser o mar batendo em pedras, todas as letras são nas cores branco e preto e podemos ver que a palavra *Claudia* está em cima do rosto da atriz, diferente da edição de outubro do mesmo ano, onde a atriz *Claudia Abreu* aparece sobreposta ao nome da revista em sua edição comemorativa conforme podemos ver abaixo:

Figura 6 - Capa Revista Claudia de outubro de 2016, edição 661<sup>15</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Quem estampa a edição de outubro de 2016 é a atriz Claudia Abreu, mulher branca, magra, de olhos escuros e cabelos loiros com raiz escurecida. Na imagem ela aparece sorrindo, relaxada em um divã vermelho. Usa um vestido longo de renda branca com um decote e uma pulseira dourada. A atriz tem cabelos curtos e uma maquiagem discreta. Ela aparece relaxada, mas ao mesmo tempo está muito bem produzida, usando um vestido elaborado que poderia ser utilizado em eventos.

É uma edição da revista Claudia, por isso percebemos um jogo com o nome da atriz que também é Claudia e de outras personalidades bem-sucedidas, na manchete principal podemos ler “Edição Especial de Aniversário: a história de sucesso de Claudia Abreu, os segredos de beleza de Claudia Ohana, a viagem favorita de Claudia Leite”. A revista tem o cuidado de ligar seu nome ao de mulheres públicas e bem-sucedidas. O restante das manchetes aborda novidades da moda, dieta, exercício, também sobre o tema dinheiro e trazem uma entrevista com Leandro Karnal. Uma das manchetes é sobre o abuso de crianças no Brasil “Assassinato, abuso doméstico, trabalho infantil: a dura vida das crianças brasileiras”, que é um assunto importante para a sociedade brasileira, mas não percebemos nos anos anteriores.

<sup>15</sup> Manchetes: "Edição Especial de Aniversário: a história de sucesso de Cláudia Abreu, os segredos de beleza de Claudia Ohana, a viagem favorita de Claudia Leite"; "Novo visual e novas seções para surpreender você!"; "Corpo + bonito + saudável: Dieta ou exercícios, do que você mais precisa? Novas armas contra a gordura localizada; Colesterol sob controle"; "Entrevista: Leandro Karnal o intelectual que virou celebridade: nem sempre quer ser suficiente. O esforço faz toda a diferença."; "Assassinato, abuso doméstico, trabalho infantil: a dura vida das crianças brasileiras"; "Dobradinha da moda: Flores e renda, preto e branco, mocassins e metalizados - o que é tendência agora"; "Dinheiro: os principais hábitos de quem nunca passa perto".

Na primeira revista analisada de 2016 percebemos o tema do feminismo, essa traz assuntos sobre o abuso infantil, percebo que temas importantes e polêmicos passaram a ser abordados nas edições deste ano.

No ano de 2015/2016 ocorreu a Primavera das Mulheres, anunciado na introdução como tema a ser abordado nos capítulos seguintes. Da mesma forma, a questão das lutas feministas. A quarta onda feminista<sup>16</sup> teve início juntamente ao século XXI, é um momento histórico ainda em curso e a Primavera das Mulheres foi um dos acontecimentos que marca esse período. Estarmos vivenciando a quarta onda feminista não é ainda um consenso entre teóricos, mas o movimento feminista a partir do ano 2000/2010 e com a popularização da internet ganha novos formatos e faz o uso da tecnologia a seu favor. O movimento se apoderou da internet e com isso tornou-se global.

Protestos nas ruas, campanhas em redes sociais, blogs e sites feministas, essas são as características do feminismo contemporâneo. Em 2015, organizadas através da internet, milhares de mulheres foram às ruas protestar contra o PL 5069-2013 e as ações do seu autor, o deputado federal Eduardo Cunha (PMDB-RJ), esse foi o início do movimento que foi denominado pela mídia como Primavera das Mulheres (BRITO, 2017).

Esse projeto de lei causou tanta indignação feminina, pois foi na contramão de tudo o que o movimento feminista construiu ao longo dos anos. O projeto previa que as mulheres vítimas de violência sexual só poderiam ser atendidas em unidades de saúde após fazerem boletim de ocorrência e exame de corpo de delito. Pesquisas mundiais apontam que um grande número de vítimas não presta queixa por, entre outros motivos, medo de seus agressores. A lei também tinha a intenção de mudar o atendimento que a vítima receberia ao chegar no hospital, vetando que ela tivesse informações sobre o aborto legal e garantindo que ela só receberia “medicamentos não abortivos”, deixando a critério do médico julgar se a pílula do dia seguinte é abortiva ou não. (ROSSI, 2015). Após aprovação na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara Federal, houve inúmeros protestos que aconteceram nas principais capitais do país, em alguns lugares, mais de uma vez.

No dia da aprovação do projeto, 21 de outubro de 2015, se popularizou na internet uma campanha com o tema do assédio e da violência sexual, foi a campanha

---

<sup>16</sup> Para aprofundamento teórico: PEREZ, O.C. A Quarta Onda Feminista: Interseccional, digital e coletiva. Disponível em: <<https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>>. Acesso em 14 de janeiro de 2022.

#primeiroassedio. A campanha foi lançada pela ONG Think Olga a motivação foi diferente foi criada em apoio a uma menina de 12 anos, Valentina, que foi alvo de comentários de cunho sexual durante sua participação em um reality show de culinária bem conhecido, o MasterChef Júnior. A campanha teve enorme sucesso e trouxe à tona casos inimagináveis. Segundo a ONG:

As respostas nos ajudaram a constatar que a idade média do primeiro assédio é de 9,7 anos – e grande parte dos crimes, 65%, são cometidos por conhecidos. Mas também descobrimos que anos de silêncio têm a capacidade de tornar as vozes ensurdecedoras quando redescobertas. Nos primeiros cinco dias da campanha, a hashtag foi replicada mais de 82 mil vezes, entre tweets e retweets (THINK OLGA, 2020, s.n).

A Primavera Feminista não foi um fenômeno que aconteceu somente no Brasil, uma onda de protestos tomou a Argentina e se espalhou pela América Latina com a campanha #niunamenos, convocada pela jornalista Marcela Ojeda, como afirma Gabardo e Lima-Lopes (2018):

No ano de 2015, após uma série de notícias sobre feminicídios sem resolução e, principalmente, após o caso de Chiara, uma menina de 14 anos grávida que foi morta e enterrada no quintal da casa de seu namorado, uma grande onda de revolta percorreu a Argentina. Sob a hashtag #NiUnaMenos convocada pela jornalista Marcela Ojeda, o movimento tomou corpo e voz e culminou em uma primeira manifestação pública convocada para o dia 3 de junho de 2015 na frente da praça do congresso na Argentina, contando com mais de 200 mil pessoas. De acordo com os organizadores, em sua página oficial, ocorreram diversas manifestações concomitantes em mais de 200 localidades da Argentina, além de contar com o apoio de manifestantes simpatizantes da causa pelo mundo todo; em três meses, a página do Facebook Ni Una Menos 3 alcançou mais de 219 mil curtidas (GABARDO; LIMA-LOPES, 2018, p.45).

A repercussão foi grande, uma primeira manifestação com mais de 200 mil pessoas e com apoio mundial. A campanha #niunamenos, iniciada em junho, antecedeu a campanha #primeiroassedio e também as manifestações brasileiras que aconteceram em outubro de 2015.

Por conta dessa onda de protestos a mídia como um todo precisou se adaptar às novas demandas femininas, trazendo assuntos mais atuais e que correspondessem ao que a nova geração de feministas estava esperando. Ainda analisando a imagem, podemos perceber que o fundo da imagem é o divã vermelho e que os escritos são brancos. A cor vermelha ao fundo traz a sensação de urgência, poder, ao mesmo tempo que o branco ameniza, é a pureza. A mulher representada como ideal de sucesso entra nessa



representação, precisa ser forte, impor presença, mas não esquecendo da pureza que é esperada das mulheres. Pureza essa que fica clara na edição de 2017 que segue:

Figura 7 - Capa Revista Claudia de abril de 2017, edição 667<sup>17</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na edição de abril de 2017 podemos ver na capa<sup>18</sup> a chef e apresentadora Rita Lobo, mulher branca, magra, loira de olhos claros. Na imagem ela aparece da cintura para cima, sorrindo, com a mão esquerda na cintura, veste uma blusa de rosa claro, fluida, com rendas de flores a sua esquerda. A apresentadora é retratada na imagem como uma mulher muito meiga, o tom claro da capa e o conjunto de elementos dão a impressão de fragilidade e sensibilidade. A capa é toda em tons claros, a apresentadora está com cachos nos cabelos e a roupa tem flores, clássico do estilo romântico. Até mesmo a letra escolhida

<sup>17</sup> Manchetes: "Rita Lobo vira a mesa: em tempos de obsessão por calorias contadas e nutrição funcional, a apresentadora acende a discussão sobre o que é saudável de verdade e as relações de prazer em torno da comida"; "Novíssimas da beleza: Cores e texturas para atualizar suas unhas; Depilação robótica, que elimina pêlos a longo prazo; Maquiagem para ter lábios com acabamento perfeito"; "A monja é pop: a budista Coen Roshi fala de seus casamentos, do medo de envelhecer e dos novos fãs que conquistou no YouTube"; "Prestes a Explodir? Entenda o que é neurose - e se sua qualidade de vida está em risco"; "Roteiros de Fé: Istambul, Santiago de Compostela, Jerusalém... Viagens para se conectar com sua espiritualidade"; "Moda para Relaxar: Aposte em looks confortáveis e cheios de estilo com chemise, moletom e vestidos fluidos".

<sup>18</sup> Paschoal Rodriguez foi o fotógrafo desta capa. Em entrevista em 2018 afirmou que "a tecnologia possibilita muito retoque na imagem. Esse é o lado negativo. O lado positivo é a agilidade sem dúvida." E com isso ocorre uma desvalorização do profissional fotógrafo, que se torna cada vez menos importante no processo criativo. A entrevista completa está disponível em <<https://dfporrafacarvalho.blogspot.com/2018/08/paschoal-rodriguez.html>>. Acesso em 17 de janeiro de 2022.

para a escrita das manchetes, é uma letra fina, delicada. Rita Lobo está com maquiagem simples, produzida para parecer beleza natural, também não usa esmalte.

A manchete principal é voltada ao trabalho da apresentadora, que possui um programa de culinária "Rita Lobo vira a mesa: em tempos de obsessão por calorias contadas e nutrição funcional, a apresentadora acende a discussão sobre o que é saudável de verdade e as relações de prazer em torno da comida". Demais manchetes tratam sobre moda e maquiagem (como demais edições), além disso há uma entrevista com a monja budista Coen Roshi, uma reportagem sobre os roteiros de fé pelo mundo e uma matéria sobre neurose. Moda para relaxar é outra manchete de capa. O tema nutrição é recorrente e as diversas tendências para um 'corpo saudável', abordado sob diferentes vieses.

Talvez seja por repetições como essa que o feminismo esteja cada vez mais ganhando espaço entre os jovens. A pressão sobre o corpo feminino e a busca pela aparência ideal são questões cada vez mais discutidas no feminismo contemporâneo e podemos ver que as campanhas na internet, inclusive de marcas apropriando-se do tema, só aumentam. A indústria do consumo se utiliza também do slogan 'ame-se', mas essa é uma bandeira feminista que está em pauta há algum tempo, mas que ganha força em sua quarta onda. Como podemos ver através dessas capas, é uma pauta muito necessária, analisemos a capa abaixo, uma tentativa de apropriação do discurso feminista pela revista:

Figura 8 - Capa Revista Claudia de novembro de 2017, edição 674<sup>19</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

A edição de Claudia de novembro de 2017 de todas analisadas é a que mais me surpreendeu. Quem estampa a edição é a apresentadora e diretora Regina Casé. Por ser edição de 2017 tenho memórias sobre sua apresentação em um programa das tardes de sábado da Rede Globo de Televisão, minhas lembranças são de uma mulher com sobrepeso, que não era símbolo de beleza e não se importava com moda, e essa não parecia ser a intenção do programa que ela apresentava, mas na capa da revista Claudia nós podemos ver uma intenção diferente, ela é retratada como uma mulher sensual e poderosa. A produção da imagem permite atribuir esse sentido ao ressaltar, por exemplo, as curvas corporais.

Regina Casé é uma mulher negra de cabelos pretos cacheados e olhos escuros. Na foto de corpo todo ela aparece magra, sorrindo, apoiada em uma mureta que parece uma sacada e em sua frente uma cortina transparente e fluida. Regina usa uma saia preta de tamanho mídi, sapatos sarpem pretos, um casaquinho vermelho entreaberto onde aparece seu sutiã de renda preta. As cores da sua roupa, preto e vermelho, representam sensualidade, juntamente com os tecidos, a saia de couro e o sutiã de renda. Além disso, o salto alto complementa o look sensual, curvilíneo.

---

<sup>19</sup> Manchetes: "#Eutenhodireito"; "Idade não é limite: mulheres desafiam expectativas e padrões"; "'Tenho um filho de 4 anos e um neto de 4 meses' Regina Casé"; "Queridões: José Loreto: 'Vou criar uma filha forte'; Bruno Gagliasso ensina a receber com comidas orgânicas"; "Bom, bonito e barato: 52 produtos de make, cabelo e corpo até 50 reais"; "O show é delas: as cantoras que invadiram o palco e enfrentaram o machismo no sertanejo"; "Ninfoplastia: Por que a cirurgia íntima virou febre entre adolescentes"; "Vem, verão! Maquiagem para pele bronzeadas; biquínis para todos os gostos; moda de cores fortes e brilho na balada"

Nessa capa logo abaixo do nome da revista podemos ver a hashtag *#eutenhodireito*, que vamos observar também nas capas a partir dessa. Em 30 de agosto de 2017 a revista Claudia lança um novo posicionamento editorial que acompanhou a revista em sua forma física, no site e nos grandes eventos. No início de agosto a jornalista e apresentadora Ana Paula Padrão assume a direção da revista Claudia e ao final do mesmo mês já lança um novo posicionamento editorial. É notável a mudança no que diz respeito aos assuntos abordados nas manchetes da revista, já quando voltamos nossa atenção à representação da mulher a diferença não é tão perceptível.

A manchete principal é "Idade não é limite: mulheres desafiam expectativas e padrões"; "'Tenho um filho de 4 anos e um neto de 4 meses' Regina Casé". A manchete principal se contradiz pois afirma que mulheres desafiam padrões ao mesmo tempo em que tentam incluir a apresentadora dentro de padrões estéticos. Outras manchetes trazem produtos de maquiagem, moda e cabelo para o verão e uma reportagem sobre ninfoplastia<sup>20</sup>.

Outra reportagem que chama a atenção é "O show é delas: as cantoras que invadiram o palco e enfrentaram o machismo no sertanejo" em 2017 estava surgindo no cenário nacional da música sertaneja diversas revelações, mulheres sertanejas que hoje dominam o gênero musical. Podemos ver que a reportagem traz o tema machismo, mais uma vez se contradizendo, pois aborda o machismo, mas encaixa a mulher da capa nos padrões estéticos estabelecidos e machistas. Precisamos levar em consideração na análise que falo de um lugar, como escreve Bourdieu:

Como estamos incluídos, como homem ou mulher, no próprio objeto que nos esforçamos por aprender, incorporamos, sob a forma de esquemas inconscientes de percepção e de apreciação, as estruturas históricas da ordem masculina; arriscamo-nos, pois, a recorrer, para pensar a dominação masculina, a modos de pensamento que são eles próprios produto da dominação" (BOURDIEU, 2012, p. 13).

O gênero nos forma, nos condiciona e constitui nossa identidade. Em um mundo dualista "a divisão entre os sexos parece estar 'na ordem das coisas'" (BOURDIEU, 2012, p. 17). Brinquedos de menina e brinquedos de menino, profissão de mulher e profissão de homem... Essas ideias ainda hoje fazem parte do nosso cotidiano e por mais que lutemos contra, está presente inerentemente em nós, tentando nos convencer de que as questões culturais são biológicas:

---

<sup>20</sup> Cirurgia na região íntima feminina visando uma "melhor aparência" da região.

O binarismo de gênero intenta naturalizar questões que são da ordem do cultural, sendo, portanto, mutáveis. Gênero como categoria de análise histórica ajuda a perceber o quanto, em diferentes culturas e momentos históricos, as formas de se lidar com a sexualidade e com as diferenças biológicas se deram de maneira singular (SILVA; FERNANDES, 2020, p.99).

Essas questões culturais, que são nos passadas como biológicas, podem ser observadas também em outra manchete da capa: "Queridões: José Loreto: 'Vou criar uma filha forte'; Bruno Gagliasso ensina a receber com comidas orgânicas". Podemos ver uma diferença das reportagens abordadas em anos anteriores, agora os homens são inseridos nos serviços domésticos como receitas e criação de filhos, mas podemos perceber que apesar de os homens estarem sendo inseridos nos serviços domésticos, isso ainda é supervalorizado, eles são "queridões" quando fazem esse tipo de serviço, mas quando é feito por mulheres é normal, esperado, desejado, 'natural'. Percebemos como as questões de gênero emergem nas capas, onde o homem e a mulher têm seus papéis definidos, mesmo que velados.

Joan Scott nos explica que a definição do conceito gênero envolve as relações de poder, segundo ela: "O núcleo essencial da definição baseia-se na conexão integral entre duas proposições: o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder" (SCOTT, 1995, p. 11). Louro ao analisar o texto emblemático de Scott afirma que:

Ser do gênero feminino ou do gênero masculino leva a perceber o mundo diferentemente, a estar no mundo de modos diferentes - e, em tudo isso, há diferenças quanto à distribuição de poder, o que vai significar que o gênero está implicado na concepção e na construção do poder (LOURO, 1995, p. 106).

O estudo de gênero implica no estudo das relações de poder. As capas deixam claro os papéis sociais de cada gênero e o ideal de feminino, assim como na capa a seguir onde podemos ver a modelo e atriz Marina Ruy Barbosa:

Figura 9 - Capa Revista Claudia de maio de 2018, edição 680<sup>21</sup>



Fonte: CLAUDIA (2011)

Na edição de maio de 2018 a atriz Marina Ruy Barbosa estampa a capa. Ela é mulher, magra, ruiva e de olhos verdes. Na imagem a atriz aparece somente de busto, com as mãos na cabeça e séria, fazendo “carão” de modelo, sexy. Ela veste um blazer sem mangas cor verde militar, contrastando com os cabelos ruivos, usa batom vermelho e grandes acessórios dourados, anéis e brincos.

A pose que ela se coloca mostra atitude, as cores que compõem a capa, o vermelho e o verde militar também demonstram atitude e complementam a manchete principal que é “Atitude: Marina Ruy Barbosa: Atriz, empresária e poderosa nas redes sociais; A saga das angolanas que vem engravidar no Brasil; Paulo Coelho critica a energia negativa da internet; a modelo que está vencendo o câncer e o preconceito”. Outra reportagem presente na capa é "Novas Vibrações: Casa energizada com a cabala + pratos que confortam e unem gerações". Essa capa apresenta somente essas duas reportagens, tem um aspecto mais limpo. O tema da nutrição emerge novamente na capa da revista, desta vez tocando na perspectiva da memória e das tradições familiares.

O fundo da imagem é de cor clara e o elemento que mais chama a atenção na capa é o nome Claudia em vermelho e sobreposto ao rosto da atriz. A edição de dezembro de 2018 apresenta novamente a atriz Giovanna Antonelli, mas em uma versão bem diferente como pode ser visto na figura a seguir:

---

<sup>21</sup> Manchetes: "#Eutenhodireito"; "Atitude: Marina Ruy Barbosa: Atriz, empresária e poderosa nas redes sociais; Paulo Coelho critica a energia negativa da internet; a modelo que está vencendo o câncer e o preconceito"; "Novas Vibrações: Casa energizada com a cabala + pratos que confortam e unem gerações".

Figura 10 - Capa Revista Claudia de dezembro de 2018, edição 687<sup>22</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

A edição de dezembro de 2018 traz na capa a atriz Giovanna Antonelli, mulher branca, magra, de olhos escuros e cabelos loiros com raiz escura. Na imagem a atriz aparece de corpo todo, em pé, sorrindo, movimentando sua saia com a mão direita e sua mão esquerda levantada até a altura dos ombros em forma de comemoração. Ela veste uma blusa branca soltinha com babados, uma saia prata tamanho mídi e uma sandália também cor prata. Como a edição é de dezembro, a atriz parece estar vestindo um look de réveillon.

As manchetes também complementam a edição de comemorações de ano novo, a principal trata sobre o tema "Vem pra festa! Looks poderosos para brindar; Doces de natal muito além do pavê; Pratos que dão sorte no réveillon; 87 ideias de presentes e décor". As mulheres sendo colocadas como responsáveis pela organização das festas em família. Relação da mulher e família, de certo modo aqui há uma ideia conservada do patriarcado, a mulher é a responsável pelas refeições, pela organização do momento festivo e pela decoração. Ao mesmo tempo, como analisamos, as manchetes também indicam outros lugares para o feminino. Parece que a revista tenta manter esse equilíbrio entre a tradição e pequenas mudanças.

---

<sup>22</sup> Manchetes: "#Eutenhodireito"; "Vem pra festa! Looks poderosos para brindar; Doces de natal muito além do pavê; Pratos que dão sorte no réveillon; 87 ideias de presentes e décor"; "A meditação me dá equilíbrio para sobreviver neste mundo acelerado' Giovanna Antonelli"; "Metas de 2019: O ano em que você vai... comprar menos e melhor, fazer detox digital e correr 5 km"; "Mulher de Garra: As indígenas que lutam pela terra delas; A empreendedora que já catou latinhas; As eleitas para nos representar".

Uma manchete interessante é sobre mulheres que lutam por seus direitos "Mulher de Garra: As indígenas que lutam pela terra delas; A empreendedora que já catou latinhas; As eleitas para nos representar". Podemos ver a romantização do sofrimento em determinados momentos ao longo das edições que analisamos, como afirma Luca:

Nas capas, mulheres sedutoras, que encaram o leitor com ar determinado, autoconfiante e satisfeito. Aliás, satisfação tornou-se uma ideia-chave, em torno da qual se articula o conteúdo desse tipo de publicação que insiste na fórmula do esforço e perseverança individuais como receitas para o sucesso, seja no âmbito do trabalho, das finanças ou das relações amorosas (LUCA, 2012, p. 458).

Percebemos nesta capa, por exemplo, essa romantização e a ideia de que o esforço individual é a fórmula mágica para obter sucesso em qualquer área. Observamos também que o fundo da imagem é azul claro, lembrando praia e conectando ao tema réveillon e os escritos são na cor preta. O preto na escolha da cor para as manchetes é o mais utilizado, assim como a edição a seguir que é a primeira de 2019 conforme figura abaixo:

Figura 11 - Capa Revista Claudia de janeiro de 2019, edição 688<sup>23</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

<sup>23</sup> Manchetes: "#Eutenhodireito"; "Ana Hickmann: sempre em busca do próximo passo"; "Gordofobia médica: o preconceito sofrido por pacientes em consultórios"; "João de Deus: como as vítimas se uniram para denunciar o maior caso de abusos sexuais do país"; "O astral de 2019: Previsões dos signos para amor e trabalho; Detox da casa limpa as energias negativas; Reset mental para deletar 2018".



A edição de janeiro de 2019 traz na capa a modelo e apresentadora Ana Hickmann, mulher branca, magra, loira e de olhos azuis. Na imagem ela aparece somente o busto, com a mão esquerda no cabelo, utilizando roupa branca e acessórios cor prata. A maquiagem e o cabelo são produzidos para dar uma impressão de beleza natural, o cabelo é mais “bagunçado” propositalmente dando um ar leve a imagem. Ana está séria fazendo “carão” de modelo.

O tom “natural” da capa é composto também pelo fundo da imagem que é em tons de verde, lembrando uma paisagem ao ar livre. A palavra Claudia e as manchetes estão em preto e sobre o rosto da apresentadora. A manchete principal é sobre signos, já que é uma edição de janeiro são as previsões para o próximo ano "O astral de 2019: Previsões dos signos para amor e trabalho; Detox da casa limpa as energias negativas; Reset mental para deletar 2018".

Outras três manchetes aparecem à esquerda da capa, uma abaixo da outra, são elas: "Ana Hickmann: sempre em busca do próximo passo"; "Gordofobia médica: o preconceito sofrido por pacientes em consultórios"; "João de Deus: como as vítimas se uniram para denunciar o maior caso de abusos sexuais do país". Noto que há uma repetição dos padrões de capas desde o início do aparecimento da *#eutenhodireito*. Observa-se que as manchetes trazem conteúdos mais relevantes à sociedade e as mulheres, porém a forma como as mulheres são representadas na capa ainda é dualista. Ao mesmo tempo em que é forte é meiga ao mesmo tempo em que trabalha fora, cuida dos filhos e da casa ela precisa se preocupar com maquiagem e andar na moda essas preocupações também alimentam a sociedade consumista que vivemos “O consumo ocupa lugar estratégico na imprensa feminina como um todo e poucos assuntos são tão onipresentes como o corpo, preocupação compartilhada por todas as publicações, independentemente do segmento a que se destinam” (LUCA, 2012, p. 464). Podemos perceber que por mais que não esteja escrito está representado o quanto o corpo é importante na imagem de uma mulher. Todas as mulheres de sucesso representadas pela Claudia estão em boa forma, maquiadas, arrumadas e bem-vestidas, a revista nos induz a fazer essa ligação entre o sucesso e a aparência. Outro exemplo disso é a capa a seguir:

Figura 12 - Capa Revista Claudia de junho de 2019, edição 693<sup>24</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na edição de junho de 2019 podemos ver a humorista Ingrid Guimarães, mulher magra, branca, com os cabelos loiros, mas de raiz escura e olhos escuros. Na foto ela aparece com o corpo todo, sentada no chão, vestindo um terninho lilás, uma blusa também lilás, mas em um tom mais claro e com decote e um tênis branco. Ingrid está sorrindo. O visual que ela compõe é moderno, inspirado em uma visão mais esportiva, combinando com a chamada “Donas do Jogo”. Ela utiliza um terninho junto com tênis, o que torna o visual elegante, mas esportivo.

Essa edição aborda vários temas importantes, apesar de Ingrid estar em uma capa bem ‘feminina’, composta somente de lilás, branco e preto, as manchetes são de interesse das mulheres no geral. A principal é "Donas do jogo: O caminho das meninas que sonham em chegar à seleção de futebol + três vezes femininas na cobertura da copa". Trazendo um assunto importante que é a inserção das mulheres dentro do mundo do futebol, que apesar de tanta evolução social que já tivemos continua sendo um mundo fechado e machista. Logo acima uma manchete sobre a humorista que compõe a capa "Ingrid Guimarães: A CEO do riso já levou mais de 10 milhões de pessoas ao cinema". Outras reportagens são "Zona de Conforto: quando desacelerar na carreira é necessário e vantajoso"; "Maria Dantas: quem é a brasileira eleita deputada na Espanha defendendo

<sup>24</sup> Manchetes: "#Eutenhodireito"; "Donas do jogo: O caminho das meninas que sonham em chegar à seleção de futebol + três vezes femininas na cobertura da capa"; "Ingrid Guimarães: A CEO do riso já levou mais de 10 milhões de pessoas ao cinema"; "Zona de Conforto: quando desacelerar na carreira é necessário e vantajoso"; "Maria Dantas: quem é a brasileira eleita deputada na Espanha defendendo imigrantes"; "Recomeço: A vida das mulheres trans libertadas do tráfico de seres humanos no interior de São Paulo".

imigrantes" e "Recomeço: A vida das mulheres trans. libertadas do tráfico de seres humanos no interior de São Paulo". Podemos perceber aqui a inserção do tema mulheres transexuais. Com isso, é importante estabelecermos os limites e as distinções entre o gênero e a sexualidade, como afirma Louro:

Suas identidades sexuais se constituíam, pois, através das formas como vivem sua sexualidade, com parceiros/as do mesmo sexo, do sexo oposto, de ambos os sexos ou sem parceiros/as. Por outro lado, os sujeitos também se identificam, social e historicamente, como masculinos ou femininos e assim constroem suas identidades de gênero (LOURO, 1997, p.26).

A revista trouxe temas importantes para a sociedade brasileira, mas principalmente para as mulheres. Podemos ver que as reportagens mudaram no decorrer das edições, trazendo temas mais importantes socialmente, porém o padrão estético continua. Outro exemplo disso é a capa abaixo, edição de fevereiro de 2020 que abordou assuntos importantes sobre assédio sexual:

Figura 13 - Capa Revista Claudia de fevereiro de 2020, edição 701<sup>25</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Na edição de fevereiro de 2020 podemos ver a cantora Claudia Leitte, mulher branca, magra, de cabelos loiros, mas com raiz escura, lisos e olhos escuros. Na capa a cantora aparece de lado com seu braço esquerdo aparecendo e com os escritos "Não é Não". Ela veste uma roupa cor de rosa claro com babados e um acessório na cabeça em

<sup>25</sup> Manchetes: "Carnaval sem assédio: Cláudia Leitte: 'Quando ouvirem uma mulher gritar, todas devem se unir e proteger umas às outras'. Mulheres lideram blocos e desfiles para discutir questões de gênero"; "Antes dos 30: a busca por coagulação de óvulos acontece cada vez mais cedo e virou outra causa de ansiedade".

dourado que parece a tentativa de representar um sol. Ela usa um batom vermelho e uma maquiagem nos olhos rosa claro e sorri olhando para frente a foto foi tirada de baixo para cima, querendo mostrar como ela é uma mulher poderosa. A postura de mulher poderosa e independente também acompanha as manchetes "Carnaval sem assédio: Claudia Leite: 'Quando ouvirem uma mulher gritar, todas devem se unir e proteger umas às outras'. Mulheres lideram blocos e desfiles para discutir questões de gênero". Outra reportagem abordada é "Antes dos 30: a busca por congelamento de óvulos acontece cada vez mais cedo e virou outra causa de ansiedade"<sup>26</sup>. O fundo da imagem é rosa e azul e os escritos em preto e branco. A capa a seguir é a última a ser analisada e a que mais se distingue das outras por não possuir uma figura feminina, como podemos ver a seguir:

Figura 14 - Capa Revista Claudia de julho de 2020, edição 706<sup>27</sup>



Fonte: CLAUDIA (2021)

Esta é a edição de Claudia de julho de 2020. É a única capa analisada que não está sendo estampada por uma mulher. Esta capa está dividida em quadros, na parte superior está escrito Claudia em uma faixa e no restante da página quatro quadros a cada um com um número formando um número vinte, em cima e embaixo, e nos quadros juntos com os números a frase "Como chegamos até aqui".

<sup>26</sup> Os números da violência contra a mulher são alarmantes. Uma mulher é vítima de estupro a cada 10 minutos. Três mulheres são mortas por dia vítimas de feminicídio. Uma travesti ou mulher trans. é assassinada a cada dois dias no país. 30 mulheres sofrem agressão física por hora. Esses números de 2020 são assustadores. Por isso é muito importante que o tema violência contra as mulheres seja cada vez mais abordado nas mídias. Os dados são do Instituto Patrícia Galvão e estão disponíveis através do link: <<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia-em-dados/>> Acesso em 17 de janeiro de 2021.

<sup>27</sup> Manchetes: "2020: como chegamos até aqui"; "A construção do caos que estamos vivendo. E o que levaremos deste ano de ruptura para o futuro"; "Pare e Reflita: nossa responsabilidade pessoal pandemia"; "Educação antirracista: o dever dos pais de ensinar com exemplos e atitudes concretas".

Esta capa me lembra uma pintura expressionista, cada número é de uma forma diferente do outro, até mesmo o nome Claudia está pintado em duas cores. A capa é toda formada por três cores sendo elas vermelho, amarelo e azul. As três cores em tons escuros, formam uma capa dramática, os escritos estão em branco.

Percebe-se que a intenção realmente é chamar atenção para o caos que foi o ano de 2020, em julho a pandemia estava ainda no início (mal sabíamos nós) e já havia um número grande de mortos. No contexto mundial o caos já estava instalado. Pelo menos dessa vez a Revista Claudia não passou à margem dos acontecimentos importantes da sociedade.

A pandemia também se torna assunto entre as feministas, pois atinge mais fortemente a vida das mulheres de baixa renda, que são, muitas vezes, chefes de família. Além disso, a pandemia agravou problemas que já existiam, como a violência doméstica, deixando claro que a luta das mulheres ainda está longe do fim.

A capa traz poucas manchetes, mas que conversam com o tom da capa, são elas: "2020: como chegamos até aqui"; "A construção do caos que estamos vivendo. E o que levaremos deste ano de ruptura para o futuro"; "Pare e Reflita: nossa responsabilidade pessoal nesta pandemia"; "Educação antirracista: o dever dos pais de ensinar com exemplos e atitudes concretas".

Podemos perceber que, com exceção de uma capa, todas elas estampam mulheres famosas e bem-sucedidas. Das quatorze capas, nove delas tem imagens de mulheres loiras. E das quatorze capas, treze mostram mulheres magras, com exceção da edição 706 que não tem nenhuma mulher na imagem. Até mesmo a edição 674 com a Regina Casé que tem como manchete "Idade não é limite: mulheres desafiam expectativas e padrões", a atriz aparece com uma roupa justa e corpo "padrão" ou produzido para que pudesse ser assim significado.

Nas edições de final de 2017, 2018 e 2019 aqui analisadas, junto com o título da revista Claudia aparece uma hashtag #Eutenhodireito. Em 30 de agosto de 2017 a revista Claudia lança um novo posicionamento editorial que a acompanhou em sua forma física, no site e nos grandes eventos. Entrando na 'onda' do momento, para fazer referência a quarta onda feminista, e fazendo o uso de hashtags, a Claudia está sempre em busca de atualizações e demonstrou acompanhar o tom do mercado.

Em virtude do que foi até aqui mencionado, podemos afirmar que a revista Claudia demonstra uma mudança em suas manchetes, ela se atualiza e começa a abordar temas até então tidos como tabus. Porém existe sempre um jogo, onde ao mesmo tempo

que ela avança, também reforça os estereótipos do que é ser mulher. Uma demonstração disso é a análise quantitativa do texto das manchetes.

Com a ajuda de um relatório estatístico sobre o corpo do texto disponível online<sup>28</sup>, considerando palavras a partir de três letras, todas as manchetes juntas possuem 986 palavras. Abaixo uma tabela que demonstra os resultados encontrados:

**Quadro 3 - Nuvem de Palavras**

Posição	Palavra	Ocorrências	Palavras desconsideradas e suas ocorrências
1º	moda	6	que (36); para (31); com (14); como (8); por (8); você (8); mais (8).
2º	beleza; casa; ideias; <i>looks</i> ; maquiagem; mulheres.	4 (cada palavra)	vida (6); das (5); dos (5); sua (5); até (5).
3º	amor; ano; cabelo; <i>detox</i> ; filhos; <i>make</i> ; mulher; trabalho.	3 (cada palavra)	fazer (3); hoje (3); novas (3); não (3); querer (3); sempre (3); ser (3); sobre (3); ter (3); vem (3); virou (3).

Fonte: Organização da autora (2021).

As palavras que se repetem duas vezes ou menos não foram consideradas. Essa análise quantitativa serve como forma de corroborar os argumentos apresentados anteriormente. Podemos observar que a palavra moda é a mais utilizada nas capas da revista Claudia, dentre as edições analisadas, deixando claro que a revista se preocupa em abordar o tema e dar enfoque a ele, afinal de contas estamos analisando as capas, a forma como a revista se apresenta ao leitor.

O segundo lugar ficou com as palavras: beleza, casa, ideias, *looks*, maquiagem e mulheres e o terceiro lugar com as palavras: amor, ano, cabelo, *detox*, filhos, *make*, mulher e trabalho. Analisando estes dados puramente, podemos inferir que a revista Claudia somente reforça os estereótipos femininos de mulher bela, recatada e do lar. Mas quando analisamos cada uma das capas individualmente podemos ver que há algumas mudanças de 2014 a 2020. Nas duas últimas capas analisadas, por exemplo, podemos perceber como os temas abordados são muito mais relevantes ao dia a dia das mulheres

<sup>28</sup> O contador de palavras utilizado está disponível em: <http://linguistica.insite.com.br> e foi acessado em 11 de julho de 2021.

do que os temas abordados em capas anteriores. Elas irão tratar sobre o assédio sexual sofrido por mulheres e sobre a pandemia do Covid-19 que afetou a vida de todos. Em outros momentos, conforme revisão bibliográfica, as revistas deixaram de abordar temas importantes e que trouxeram uma mudança significativa a vida de todos.

Os temas tidos como tradicionais femininos: maquiagem, cabelo, organização da casa, decoração... tem o seu espaço reduzido. Ao mesmo tempo, temas sensíveis como assédio, violência contra as mulheres, tráfico humano de mulheres trans... passam a ser mais comuns, inclusive a revista passa a mostrar que existem mulheres atuando dentro de espaços historicamente vistos como masculinos, em uma edição traz as mulheres inseridas no mundo do futebol, por exemplo.

Conforme podemos observar nas análises individuais das capas, o ideal de beleza vendido pela revista é o mesmo durante todo o período analisado, o que observamos que mudou são as manchetes, os escritos, que passam a trazer temas mais atuais. Ainda assim, não deixam totalmente de lado os temas 'tipicamente femininos', eles ainda se fazem presentes.

### **3. PROTAGONISMO FEMININO: PODCASTS COMO DIMENSÃO PROPOSITIVA NO ENSINO DE HISTÓRIA**

Discursos e imagens cobrem as mulheres como uma vasta e espessa capa. Como alcançá-las, como quebrar o silêncio, os estereótipos que as envolvem? (PERROT, 2007, p.25).

O ensino de gênero nos ajuda a perceber como a construção cultural muda no tempo e espaço. A historiadora brasileira referência em estudos de gênero, Guacira Lopes Louro, em artigo publicado no ano 2008 afirma que “Há mais de cinquenta anos, Simone de Beauvoir sacudiu a poeira dos meios intelectuais com a frase Ninguém nasce mulher: torna-se mulher.” (LOURO, 2008, p. 17). Essa frase emblemática ainda hoje é alvo de críticas por parte de setores da sociedade civil contrários aos movimentos feministas ou ainda que desconhecem as discussões em torno do conceito de gênero. Apesar disso sabemos que “Nada há de puramente natural e dado em tudo isso: ser homem e ser mulher constituem-se em processos que acontecem no âmbito da cultura.” (LOURO, 2008, p. 18). Torna-se mulher e se torna homem a partir dos costumes morais que são construções sociais. Tornar-se mulher (e homem) é uma construção social que existe em várias instâncias e instituições que compõem a vida cotidiana de todos nós. A escola, a igreja, o local de trabalho e até mesmo nossas casas são instituições que reforçam os lugares sociais dos sexos, como afirma Louro (1995), para que possamos compreender o gênero de uma forma mais ampla precisamos levar em conta as instituições que reforçam esse dualismo:

Uma compreensão mais ampla de gênero exige que pensemos não somente que os sujeitos se fazem homem e mulher num processo continuado, dinâmico (portanto não dado e acabado no momento do nascimento, mas sim construído através de práticas sociais masculinizantes e feminilizantes, em consonância com as diversas concepções de cada sociedade); como também nos leva a pensar que gênero é mais do que uma identidade aprendida, é uma categoria imersa nas instituições sociais (o que implica admitir que a justiça, a escola, a igreja, etc. são "generificadas", ou seja, expressam as relações sociais de gênero). Em todas essas afirmações está presente, sem dúvida, a ideia de formação, socialização ou educação dos sujeitos (LOURO, 1995, p. 103).

Sendo gênero uma categoria imersa nas instituições sociais, sua presença é, em diversos discursos, naturalizada. As discussões sobre o conceito de gênero tiveram início na década de 1980 e como categoria de análise só tem início no final do século XX (SCOTT, 1995).



A história das mulheres e de gênero, são categorias de ensino transdisciplinares que se encaixam em história econômica, política, mas principalmente na História Cultural. O ensino de história na perspectiva de gênero é importante para a formação de uma sociedade menos desigual e existem dois lugares na sociedade que contribuem para isso o lar e a escola (COLLING; TODESCHI, 2015). Segundo os autores:

o lar, no qual meninos e meninas recebem as primeiras noções do que é ser homem/ser mulher e o papel que cabe a cada um(a) na sociedade; e a escola, onde as desigualdades de gênero são plantadas ou reafirmadas. Estabelecer uma hierarquia em grau de importância dessas instituições na solução desse problema é uma tarefa muito difícil, porque as duas estão intimamente ligadas e submersas na mesma cultura patriarcal (COLLING; TODESCHI, 2015, p. 299/300).

Como anunciado, as escolas muitas vezes permanecem em uma cultura patriarcal, assim como a História. É na escola que são reforçados os paradigmas de que existem lugares, desejos e brincadeiras de menino, e lugares, desejos e brincadeiras de menina, que a divisão é algo natural e biológico. Porém sabemos que “A normatização dos papéis de gênero violenta corpos e cria julgamentos que retira os mesmos de um lugar, que no contexto social não era de seu pertencimento” (SILVA; FERNANDES, 2020, p.88).

Por conta disso, são importantes propostas como essa de dar protagonismo às mulheres no ensino de História, em uma tentativa de que homens e mulheres sejam vistos como igualmente importantes. Buscamos, através desta intervenção pedagógica, a equidade de gênero na História e com isso proporcionar uma construção completa da cidadania, como direito garantido aos cidadãos brasileiros na constituição vigente de 1988.

Tendo em vista que gênero é uma construção social ligada à longa duração<sup>29</sup>, assim chegamos a uma questão importante que está presente no dia a dia dos profissionais de educação: ainda existem muitas pessoas extremamente conservadoras que são pais e mães dos alunos, o outro pilar para mudar a sociedade, o lar. O estudo de gênero é quase inexistente nas escolas, nos últimos anos ganhou um pequeno espaço em algumas instituições, mas ainda é preciso muita coragem para abordar o tema. A escola e o Ensino de História devem contribuir para a criticidade e a autonomia do cidadão em formação,

---

<sup>29</sup> Os valores morais de uma sociedade se transformam muito lentamente, a forma como vemos a construção de gênero é um valor moral, por isso está ligada ao que chamamos de tempo histórico de longa duração, pois serão necessárias muitas gerações para que as mudanças comecem a ser percebidas. Outro exemplo de uma construção social ligada a longa duração é o racismo. Vemos que apesar de terem se passado 134 anos no fim da escravidão no Brasil ainda existem pessoas que veem os negros como sendo seres inferiores aos brancos.

por isso os conteúdos ensinados devem estar de acordo com as questões sociais que marcam cada momento histórico. Podemos inferir então que o ensino de gênero é necessário no cenário atual. Ensinar sobre a história das mulheres é importante pois:

Os historiadores fizeram a historiografia do silêncio. A História transformou-se em um relato que esqueceu as mulheres, como se, por serem destinadas à obscuridade da reprodução inenarrável, elas estivessem fora do tempo, fora do acontecimento. Mas elas não estão sozinhas nesse silêncio profundo. Elas estão acompanhadas de todos aqueles que foram marginalizados pela história, como os negros, os índios, os velhos, os homossexuais, as crianças etc. Portanto, escrever a história das mulheres é libertar a história. Libertar a história das amarras das metanarrativas modernas, falocêntricas, presentes nos livros didáticos, e nas práticas de muitos docentes que ministram a disciplina de História em sala de aula (COLLING; TEDESCHI, 2015, p.300).

É isso que pretendemos através desta pesquisa e desta proposta de intervenção pedagógica, libertar a história pois a que ainda está presente nos livros didáticos e na mídia coloca a mulher como coadjuvante. Por conta disso, nossa proposta de intervenção pedagógica é uma ferramenta que se aproxima dos jovens, mas que também atinge ao público adulto, e que pode ser usada tanto nas salas de aula como fora delas, uma playlist de *podcasts* intitulada *Protagonismo Feminino*.

Revistas como a Claudia foram o investimento nos anos 1950, 1960 que se mantém. No período, foram um dos meios de comunicação com os jovens de maior sucesso. Mas hoje podemos produzir outros discursos através de outros meios de comunicação de massa possíveis com o advento da internet. Escolhi os *podcasts* e o Instagram, pois penso que eles se equivalem às revistas, mas em tempos históricos distintos. Essas ferramentas de comunicar são as apostas dos anos 2010/2020. Assim como a Revista Claudia educa pelo conteúdo que coloca em circulação, produzindo representações, o intuito do protagonismo feminino é somar-se às lutas feministas contemporâneas, produzindo conteúdo para pensar temas atuais e que tem uma historicidade importante para o papel e o lugar da mulher na cultura e na história.

Os *podcasts* são cada vez mais utilizados, alguns buscam entretenimento, outros conhecimentos, existem alguns de entrevistas, outros onde só uma pessoa transmite seu conhecimento. Os assuntos são os mais variados possíveis, desde financeiros, resenhas de livros, autoconhecimento, enfim, todos os assuntos que imaginar. O que torna uma ferramenta prática é o fato de ser somente de escuta, então muitas pessoas ouvem enquanto fazem outras coisas que requerem suas habilidades físicas, como dirigir ou fazer serviços domésticos, por exemplo. Buscando aproximação com um público amplo,


decidimos utilizar este como um meio de comunicar sobre machismo, beleza e história nas diversas esferas da vida.

O podcast é uma mídia de áudio distribuída em plataformas digitais e que ganha cada vez mais espaço, pois permite aos ouvintes ter uma liberdade nunca antes desfrutada. O ouvinte escolhe se quer ouvir online ou offline, escolhe ainda o conteúdo e o horário que quer ouvir, liberdade até então impensada com o rádio e a televisão. “O Brasil tem registros de atividades com *podcasts* desde pelo menos 2004, quando o criador de conteúdo Danilo Medeiros concebeu aquilo que é considerado o primeiro podcast do país, nomeado Digital Minds” (JAQUES, 2020, p.04).

A apropriação dessas ferramentas pelos educadores é importante pois “A humanidade encontra-se na transição da cultura alfabética para a cultura digital, de modo que a forma como apresentamos as informações está se modificando” (LUCCHESI, 2014, p.47). Por conta disso precisamos nos manter atualizados, para que a educação faça sentido, além disso “Os adventos tecnológicos influenciam hábitos, comportamentos, padrões de consumo e relacionamento, modelos de trabalho e, a ver, o modo como escrevemos a história” (LUCCHESI, 2014, p.46). Por isso, nós historiadores precisamos nos apropriar dessas ferramentas de ensino que fogem a ideia de padronização do ensino e da aprendizagem.

Com o intuito de atingir um grande público, produzimos seis *podcasts* separados por nichos temáticos, mas todos eles norteados pelo tema machismo e padrões de beleza. Abaixo segue uma tabela dos temas e do local onde cada um está disponibilizado.

#### Quadro 4 - *Podcasts*

TEMA	DURAÇÃO	DISPONIVEL EM:	ARTE DE DIVULGAÇÃO
Mulheres no Esporte: desafios e preconceitos	25:14 min	<a href="https://anchor.fm/paloma-lava3/episodes/Machismo-no-Esporte-e1ak4c1">https://anchor.fm/paloma-lava3/episodes/Machismo-no-Esporte-e1ak4c1</a>	

A Violência Contra as Mulheres	13:06 min	<a href="https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Violencia-contra-as-mulheres-e1hadop">https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Violencia-contra-as-mulheres-e1hadop</a>	
Mulheres e Negritude: feminismo negro	15:51 min	<a href="https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Mulheres-e-Negritude--Feminismo-Negro-e1ba0g4">https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Mulheres-e-Negritude--Feminismo-Negro-e1ba0g4</a>	
O Machismo na Literatura Clássica Brasileira	14:18 min	<a href="https://anchor.fm/palomalava3/episodes/O-machismo-na-Literatura-Clssica-Brasileira-e1d85tg">https://anchor.fm/palomalava3/episodes/O-machismo-na-Literatura-Clssica-Brasileira-e1d85tg</a>	
Mulheres e a Invisibilidade Histórica	07:30 min	<a href="https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Mulheres-e-a-Invisibilidade-Historica-e1dkstj">https://anchor.fm/palomalava3/episodes/Mulheres-e-a-Invisibilidade-Historica-e1dkstj</a>	
As representações do Feminino e o Conceito de Beleza	11:38 min	<a href="https://anchor.fm/palomalava3/episodes/A-Representao-do-Feminino-e-o-Conceito-de-Beleza-e1dktl6">https://anchor.fm/palomalava3/episodes/A-Representao-do-Feminino-e-o-Conceito-de-Beleza-e1dktl6</a>	

Fonte: Organização da autora (2022).

Todos os *podcasts* foram produzidos apenas por mim, sendo assim me apropriei de cada um dos assuntos e fiz uma mediação cultural para difundir informações que sejam qualificadas, que ‘provoquem’ com a narrativa outras visões e concepções para pensar o feminino e a beleza. Como já dito por Gomes e Hansen (2016), aquilo que é mediado torna-se efetivamente outro produto, assim produzimos os *podcasts*. A seguir abordarei cada um dos *podcasts* por ordem de publicação.

### **3.1 MULHERES NO ESPORTE: DESAFIOS E PRECONCEITOS**

Este foi o primeiro podcast a ser gravado. Iniciei fazendo uma pesquisa sobre as mulheres no esporte, como são representadas, quais as polêmicas que as envolvem e quais episódios de machismo são mais frequentes, além dos assuntos que foram surgindo durante a pesquisa. Já tinha algumas informações, pois acompanhei brevemente as olimpíadas de Tóquio que aconteceram em 2021 e com isso estive a par de algumas polêmicas envolvendo os uniformes das atletas. Fiz um roteiro do que gostaria de abordar no podcast e ele ficou conforme imagem abaixo:

Figura 15 - Roteiro Podcast Mulheres no Esporte: Desafios e Preconceitos



# ROTEIRO

## MULHERES NO ESPORTE - DESAFIOS E PRECONCEITOS

### HISTÓRIA DOS JOGOS OLÍMPICOS

Inicialmente falar um pouquinho da história dos jogos olímpicos e sobre a participação das mulheres nos jogos. Abordar a questão das fontes históricas.

### JOGOS OLÍMPICOS PRESENTE E FUTURO

Falar sobre as polêmicas envolvendo os uniformes femininos nos jogos de tóqui 2020, além disso abordar as previsões para os jogos olímpicos de 2024.

### FUTEBOL

Abordar o mundo do futebol no Brasil, tanto a desigualdade salarial entre Martha e Neymar, quanto a polêmica envolvendo as comentaristas e repórteres em 2018 com a campanha #deixaeltrabalhar.

### PORQUE ESSA DESIGUALDADE É MACHISMO?

Trazer argumentos para corroborar a ideia de que essa desigualdade dentro do esporte é machismo



Fonte: Produção da autora (2021)

O roteiro inicia com o assunto dos Jogos Olímpicos, inicialmente a história das competições, mas também a atualidade. Achei importante trazer o futebol como um dos

temas principais, afinal de contas no Brasil é o esporte mais difundido. E para finalizar é importante fazer uma reflexão sobre os acontecimentos do mundo do esporte e porquê de fato isso é machismo.

No podcast *Mulheres no Esporte: Desafios e Preconceitos* tentei mostrar como o machismo se instala em todas as partes da vida das mulheres, inclusive no esporte. Não é “natural” que as mulheres tenham menos interesse por futebol, por exemplo, se referindo ao esporte mais popular no Brasil. Isso se deve à falta de incentivo e de representatividade. Desde pequenas, muitas ouvem que “isso não é coisa de menina”, que futebol é uma brincadeira de garotos. Veem o irmão ganhar bola de futebol de presente de aniversário enquanto ganham uma cozinha colorida e bonecas que choram. Além disso, não vem os pais assistindo jogos de futebol feminino, afinal de contas o que passa na televisão aberta são os jogos masculinos.... Os narradores de futebol são homens, os comentaristas, os apresentadores, os árbitros.... Isso é a regra, mas aos poucos estamos vendo as exceções. Mas mesmo essas mulheres que bravamente se “atrevem” a palpitar no mundo machista do futebol, sofrem com o sistema machista. Mesmo depois de serem esportistas de sucesso, precisam ouvir que esse é um esporte para homens, ou então, sofrem assédio. Como falei no podcast, em 2018, as jornalistas fizeram um manifesto contra o machismo que elas sofrem em seus ambientes de trabalho, isso só nos mostra como esse tema é atual e precisa ser abordado.


O podcast foi disponibilizado através do link [Episódio 1](#) e foi divulgado através do perfil do Instagram do Protagonismo Feminino, assunto que será abordado ao decorrer do capítulo. O segundo tema foi sobre a violência contra a mulher.

### **3.2 VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES**

O segundo podcast abordou o tema da violência contra as mulheres e seguiu o roteiro abaixo:



Figura 16 - Roteiro Podcast Violência contra a Mulher



# ROTEIRO

## VIOLÊNCIA CONTRA MULHERES

### RELACIONAMENTO TÓXICO

Fases de um relacionamento tóxico e a culminância no feminicídio.

### FEMINICIDIO


Porque é importante o uso do termo feminicídio? Feminicídio não é a morte de todas as mulheres, é violência de gênero, definição do conceito e esclarecimentos.

### LEIS CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA: VITÓRIAS FEMINISTAS

Feminicídio é agora um crime qualificador  
Lei Maria da Penha e suas medidas protetivas.  
Lei do estupro e importunação sexual.

### O PAPEL DA SOCIEDADE

A violência contra a mulher é decorrente do machismo existente na nossa sociedade.  
A sociedade naturaliza a violência e as vezes a romantiza.  
O machismo é uma estrutura de longa duração e só terá um fim com a participação das mulheres.



Fonte: Produção da autora (2021)



No podcast *Violência Contra as Mulheres* o meu intuito foi mostrar que a violência de gênero existe e que é decorrência do machismo estrutural instalado na nossa sociedade. Além disso, procurei mostrar os ganhos que as lutas feministas trouxeram para todas as mulheres vítimas de violência e desmistificar algumas questões como por exemplo, o que é contabilizado como feminicídio? Todas as mulheres que morrem assassinadas são contabilizadas neste índice? Essas questões circulam pela sociedade como verdades, por isso é muito importante que tenhamos o papel de desmistificá-las. Nem todas as mulheres assassinadas são contabilizadas como feminicídio. Esse é um crime grave de ódio que é cometido em razão do gênero, ou seja, a mulher é morta por ser mulher.

Essa série de *podcasts*, esse em especial, tem a função social de alertar as mulheres para a violência que sofrem. Muitas vezes a violência de gênero é tida como algo natural, afinal de contas ela está na nossa sociedade há décadas. Como afirma Perrot:

Dependente em seu corpo, ele pode receber "corretivos", como uma criança indócil, pelo chefe da casa, depositário da ordem doméstica. "Quem ama castiga." Bater na mulher é uma prática tolerada, admitida, desde que não seja excessiva. Se os vizinhos escutam os gritos de uma mulher maltratada, não interferem. "O homem deve ser rei em sua casa." (PERROT, 2007, p.47/48).

Essa prática já foi comum e ainda hoje vemos resquícios disso quando o homem ciumento e controlador é visto como protetor, o homem que não quer que sua esposa tenha uma vida social é visto como carinhoso e preocupado com a família... Essas naturalizações foram feitas por anos, nossa geração está começando a abrir os olhos para isso, tanto que, como abordado no podcast, o "relacionamento tóxico" é um termo que está cada vez mais sendo utilizado e já se popularizou, mesmo assim ainda existem inúmeras mulheres sofrendo com isso todos os dias. A violência de gênero é muito mais que somente violência física, ela existe em várias instâncias, pode ser física, emocional, psicológico, financeiro, sexual... existem várias formas de abuso.

O fim da violência de gênero é uma das pautas das feministas contemporâneas, pois já conquistamos tanto como mulheres, mas ainda sofremos com isso. As lutas feministas tiveram algumas conquistas, como a Lei Maria da Penha, por exemplo, entre outras leis que visam a proteção das mulheres contra violência de gênero, mas sabemos que o fim do feminicídio está longe, ele só terminará quando o machismo não for mais uma realidade na nossa sociedade.

O segundo podcast está disponível através do link [Episódio 2](#) e também foi divulgado através das redes sociais do Protagonismo Feminino. O terceiro tema escolhido foi o Feminismo Negro.

### **3.3 MULHERES E NEGRITUDE: FEMINISMO NEGRO**

Como mulher branca me senti um pouco desconfortável ao tratar sobre o tema. Pensei que pudesse estar invadindo um assunto que não me diz respeito, mas como historiadora me sinto na obrigação de falar sobre esse tema tão atual e que atinge a maior parte da população feminina brasileira. Pensando nisso selecionamos o tema do terceiro podcast: *Mulheres e Negritude: Feminismo negro*.

Por ser mulher branca, achei relevante trazer como um dos temas abordados o conceito de lugar de fala bem como o conceito de minorias. Posteriormente abordei a história do feminismo negro e porque ele é necessário. O feminismo muitas vezes deixou de lado as opressões que acometem as mulheres negras, por isso a existência de um feminismo negro é muito importante, pois apesar de sermos mulheres, nossas necessidades não são as mesmas. Hoje se fala muito sobre interseccionalidade, pois dependendo da condição social que um sujeito está inserido, as opressões se sobrepõem.

O último assunto a ser abordado foi a representação da mulher negra na mídia. Neste tópico abordei os estereótipos que são criados para as mulheres negras e como é importante que exista representatividade e visibilidade da mulher negra. É importante que as mulheres possam se ver nas heroínas, nas protagonistas, nas mocinhas... só assim conseguiremos a igualdade almejada.

O podcast seguiu o roteiro abaixo:

Figura 17 - Roteiro Podcast Mulheres e Negritude: feminismo negro



**ROTEIRO**

**MULHERES E NEGRITUDE - FEMINISMO NEGRO**

**LUGAR DE FALA**

Como mulher, branca, historiadora... acho importante falar sobre o que é o lugar de fala e esclarecer o conceito

**O QUE SÃO MINORIAS?**

Importante esclarecer o conceito de minorias.

**HISTÓRIA DO FEMINISMO NEGRO: PORQUE É NECESSÁRIO?**

O feminismo negro se torna necessário quando os movimentos feministas não dão visibilidade as mulheres negras.  
Abordagem de interseccionalidade.

**REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA**

Como a mulher negra é representada na mídia? Quais estereótipos foram criados?

Portagonismo  
Feminino

Fonte: Produção da autora (2022)

Meu intuito com este podcast foi abordar este tema tão sensível e mostrar que o machismo que atinge as mulheres negras é diferente do machismo que atinge o restante

das mulheres. Por conta disso o feminismo negro sentiu a necessidade de ter sua própria luta, pois nenhuma mulher branca sabe o que é sentir machismo e racismo ao mesmo tempo, é uma luta dupla, muitas vezes agravada pela condição de classe social. Este podcast está disponível no link [Episódio 3](#). O quarto assunto abordado foi o machismo na literatura clássica brasileira conforme subcapítulo a seguir.

### **3.4 O MACHISMO NA LITERATURA CLÁSSICA BRASILEIRA**

O quarto tema escolhido foi *O machismo na literatura clássica brasileira* e o podcast seguiu o roteiro a seguir:

Figura 18 - Roteiro Podcast O Machismo na Literatura Clássica Brasileira



# ROTEIRO

## O MACHISMO NA LITERATURA CLÁSSICA BRASILEIRA

### QUEM ESCREVEU OS CLÁSSICOS?

Podemos reparar que a grande maioria dos clássicos foi escrito por homens. Homens de seu tempo que viveram em sociedades machistas e que, muitas vezes, deixaram transparecer em suas obras.

### TEMA CLÁSSICO: ADULTÉRIO

O adultério é visto como algo normal quando feito por homens. Quando cometido por mulheres é algo abominável.

### ANÁLISE DE OBRAS

Dom Casmurro, Gabriela Cravo e Canela, Macunaíma e O Cortiço, obras a serem detalhadas.



Fonte: Produção da autora (2022)

Neste podcast pude abordar alguns dos clássicos da literatura brasileira e com isso perceber como o machismo abrange todas as estruturas sociais que nos cercam. Na literatura clássica brasileira, escrita principalmente por homens, podemos notar que ocorre a manutenção dos estereótipos de beleza, além de reforçarem os lugares sociais masculinos e femininos.

Ao abordarmos a questão do adultério, fica claro que a mulher é muito mal vista quando o faz, mas para os homens isso é algo comum, natural, demonstrado como instinto, como uma característica que forma o caráter dos personagens.

Uma questão abordada nos clássicos e que é muito contemporânea é a violência contra a mulher. Mais um comportamento masculino tido como natural, a violência é demonstrada nos livros como algo corriqueiro, até como algo positivo no sentido de reprimir mulheres que fogem aos padrões de feminilidade. Os clássicos que analisei mais a fundo foram escritos no século XX. Apesar disso, quando analisamos os números de violência contra a mulher da atualidade parece que os clássicos continuam atualizados.

Abordar este assunto é importante, pois muitas vezes lemos estes livros sem parar para refletir o quanto eles falam da nossa sociedade, do tempo em que foram produzidos, das práticas culturais que revelam, mais do que ficção, vínculos históricos a serem rompidos e/ou modificados. O livro fala sobre a sociedade do período, mas demonstra principalmente características sobre o autor que o escreveu. Notemos como a literatura era machista no século XX, mas sabemos, através disso, que os autores eram machistas e que a sociedade que eles viveram também concordava com este discurso.

O episódio está disponível pelo link [Episódio 4](#). O quinto assunto abordado foi a invisibilidade histórica das mulheres, como subcapítulo a seguir.

### **3.5 MULHERES E A INVISIBILIDADE HISTÓRICA**

Neste podcast pude trazer algumas reflexões importantes. O machismo está presente em todas as estruturas sociais, como podemos observar nestes *podcasts*. Observamos que o machismo perpassa cada fase da nossa vida, por isso é tão forte ainda hoje, apesar das mulheres já terem conseguido sua independência. Ele está presente até

na forma como nos enxergamos através do espelho, está presente na forma como lemos a nossa própria história, essa estrutura se apropria de tudo, nada foge.

Quando aprendemos história na escola desde o Ensino Fundamental, passando pelo Ensino Médio e até no nível superior, muitas vezes não fazemos a reflexão necessária. A história tradicional, escrita por homens em sua maioria, também trouxe consigo o machismo. Sabendo disso podemos observar que as mulheres, em muitos momentos, parecem não estar vivendo a história, parecem passar a margem de todos os grandes acontecimentos. Talvez para a manutenção de uma aparência feminina frágil, a história de mulheres que estiveram em guerras e conflitos é apagada. Com isso também temos a falta de representatividade feminina entre os heróis nacionais que são compostos por 85% de homens e apenas 15% de mulheres.

Além disso, a história do feminismo não aparece nos livros de história nem mesmo quando foi determinante para a conquista de um direito essencial, o direito ao voto. A conquista do voto feminino parece ter sido mera bondade de Getúlio Vargas, os movimentos sufragistas parecem nunca ter existido.

O podcast *Mulheres e a Invisibilidade Histórica* seguiu o seguinte roteiro:



Figura 19 - Roteiro Podcast Mulheres e a Invisibilidade Histórica



# ROTEIRO

## MULHERES E A INVISIBILIDADE HISTÓRICA

### A HISTÓRIA TRADICIONAL

Como a história positivista excluiu as mulheres dos grandes acontecimentos históricos.

### FEMININO = SEXO FRÁGIL

As mulheres sempre foram vistas como frágeis, para a manutenção desta estrutura social, muitas vezes elas foram excluídas da história.

### HEROINAS NACIONAIS

Falta de representatividade das mulheres tidas como heroínas nacionais, elas são apenas 15%.

### VOTO FEMININO SEM LUTA?

Como a história do movimento feminista é excluído dos livros de história. O voto feminino aparece como uma benevolência do governo Vargas, não há menção as sufragistas.

Portugalismo  
Feminino

Fonte: Produção da autora (2022)



Este podcast está disponível através do link [Episódio 5](#) e aborda questões importante as mulheres comuns, não necessariamente a historiadoras, inclusive, para historiadoras o conteúdo pode parecer raso, mas a intenção é atingir o grande público. O último podcast é sobre um assunto que perpassou os cinco primeiros, o tema aborda o conceito de beleza e a representação da figura feminina como podemos ver a seguir.

### **3.6 AS REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E O CONCEITO DE BELEZA**

Este tema está relacionado de certa forma a todos os outros, pois todos abordaram a representação do feminino. O conceito de beleza muda de tempos em tempos, mostrar isso as mulheres foi o objetivo da escolha deste tema. O podcast *As Representações do Feminino e o Conceito de Beleza* seguiu o roteiro a seguir:

Figura 20 - Roteiro Podcast As Representações do Feminino e o Conceito de Beleza



# ROTEIRO

## AS REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E O CONCEITO DE BELEZA

### QUAL FOI O IDEAL DE BELEZA AO LONGO DA HISTÓRIA?

- Pré-história
- Antiguidade
- Idade média
- Renascimento
- Início do século XX
- Anos 1980/1990
- Anos 2000
- Contemporaneidade

### REFLEXÕES SOBRE O 'PADRÃO' CONTEMPORANEO DE BELEZA

Pressão estética, exclusão social...

Portagonismo  
Feminino

Fonte: Produção da autora (2022)

Após analisar o ideal de beleza de cada um dos períodos citados, pude trazer reflexões importantes tendo como base o ideal de beleza do mundo contemporâneo. Na sociedade que vivemos, capitalista, tudo passa a ser visto como uma forma de lucrar. A indústria cria diversas formas de nos ‘ajudar’ a chegar na aparência ideal, perfeita. Cirurgias plásticas, dietas emagrecedoras e milagrosas, cafés que emagrecem, chás que emagrecem, harmonização facial para nos manter sempre jovens, colágeno para ajudar na juventude da pele... tudo isso nos ajuda a ter o corpo perfeito, segundo a indústria do consumo, caso não ocorra a culpa é nossa, a culpa é jogada na mulher que ‘não se esforça’ o suficiente para alcançar a perfeição.

Essa pressão exercida pela mídia e impulsionada pela sociedade faz com que tenhamos muitas mulheres com problemas relacionados a alimentação e a autoimagem. Como disse anteriormente, o machismo muda até a forma como nos vemos no espelho... Aqui acrescido de pressão estética exercida pela indústria do consumo.

Este episódio está disponível pelo link [Episódio 6](#). Estes *podcasts* puderam ser divulgados através de uma conta no Instagram. Para isso foi necessário a criação de uma identidade, o Protagonismo Feminino, conforme abordo no subcapítulo que segue.

### **3.7 PROTAGONISMO FEMININO**

O protagonismo feminino surge como uma identidade para a proposta dos *podcasts*. Como toda identidade foi preciso criar um visual. Pensei que a ampulheta, símbolo da história, representaria bem a proposta da marca, pois mostra a passagem do tempo e com ele tudo muda, o que é considerado bonito muda, o que é considerado feio muda, o que é representado de uma forma passa a ser representado de outra... com o tempo as grandes estruturas que formam a nossa sociedade vão dar lugar a outras, nada é fixo. A seguir apresento o logotipo do Protagonismo Feminino:

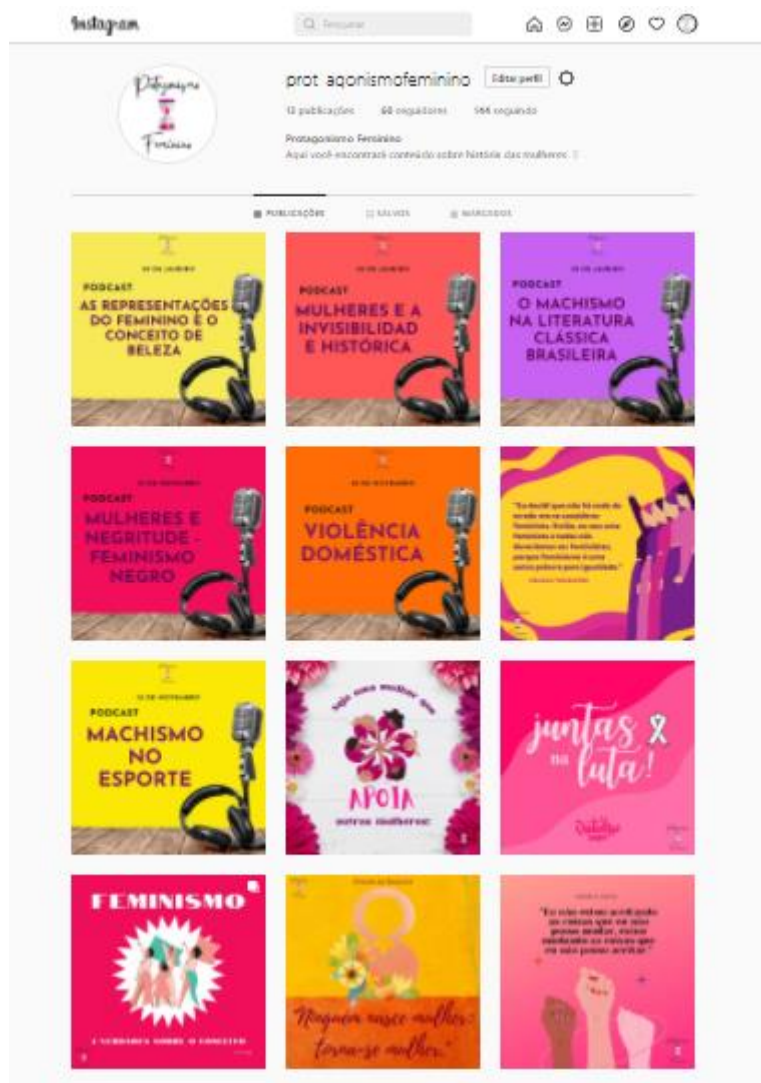
Figura 21 – Protagonismo Feminino



Fonte: Produção da autora (2021)

Após a criação de uma identidade visual, criei uma conta em uma das mídias sociais mais populares do momento, o Instagram. Nossa conta é o @prot\_agonismofeminino e publicamos, além dos *podcasts*, algumas frases e curiosidades, podemos ver a página na figura a seguir:

Figura 22 – Instagram do Protagonismo Feminino



Fonte: Produção da autora (2021)

As mídias digitais são hoje a forma mais eficaz de propagação de informações. Por conta disso escolhemos fazer a divulgação pelo Instagram, por acreditar que poderíamos alcançar um número maior de pessoas.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nessa pesquisa, movida pelo problema de pesquisa que questionava sobre quais representações do feminino e de beleza emergem nas capas da revista Claudia entre os anos de 2014 a 2020 e tendo como o objetivo geral pesquisar nas capas da revista Claudia as representações do feminino e da beleza, no recorte temporal entre 2014 e 2020, pensando nas possíveis relações para o ensino de História, é que tracei um caminho, dentre os muitos possíveis, para a realização

No capítulo 2, em um primeiro movimento, analisei a partir de referencial bibliográfico, a Revista Claudia em sua constituição histórica. A revista Claudia é editada e publicada pela Editora Abril que surge no Brasil em 1950 com o país tentando acompanhar o mundo pós-guerra. Em 1961 é lançado no mercado a Revista Claudia que mantém o formato original até hoje.

Na sequência, analisei 14 capas, duas por ano, iniciando em 2014 e concluindo em 2020. Podemos concluir após a análise das capas que há uma manutenção do estereótipo de beleza feminino onde, com exceção de uma capa, todas elas estampam mulheres famosas e bem-sucedidas. Das quatorze capas, nove delas tem imagens de mulheres loiras. E das quatorze capas, treze mostram mulheres magras, com exceção da edição 706 que não tem nenhuma mulher na imagem.

A revista trouxe temas importantes para a sociedade brasileira, mas principalmente para as mulheres. Podemos ver que as reportagens mudaram no decorrer das edições, trazendo temas mais importantes socialmente, porém o padrão estético continua. Podemos afirmar que a revista Claudia demonstra uma mudança em suas manchetes, ela se atualiza e começa a abordar temas até então tidos como tabus. Porém existe sempre um jogo, onde ao mesmo tempo que ela avança, também reforça os estereótipos do que é ser mulher, condicionando o feminino a uma visão estereotipada de beleza. Assuntos recorrentes vinculados à moda e a troca de estações, às representações do corpo feminino magro, apelos a uma 'beleza natural', a prevalência de mulheres brancas, a falta de representatividade de corpos que fogem ao padrão de mulher branca, magra, famosa e bem-sucedida, a constante manutenção do feminino frágil, delicado e preocupado com a beleza, essas são algumas das conexões que encontramos entre as capas analisadas.

Como dimensão propositiva e conexão com o ensino de história, pensando em mídias e na produção de discursos diferenciados sobre o lugar da mulher e seu protagonismo na História, produzimos uma série de *podcasts* que foram divulgados nas mídias sociais em especial no perfil do Instagram Protagonismo Feminino. Os *podcasts* tiveram como tema os machismos presentes no dia a dia feminino a partir da seleção de alguns tópicos mais amplos como:

O machismo no esporte em que trato de assuntos relacionados às mulheres e ao esporte, presente na diferenciação de uniformes masculinos e femininos, na diferença salarial existente entre homens e mulheres esportistas, sobre assédio sofrido tanto por mulheres esportistas quanto por mulheres que participam deste mundo do esporte, repórteres, comentaristas, árbitras, bandeirinhas, entre outras.

O segundo tema abordado foi a violência contra a mulher onde analisei os números assustadores da realidade brasileira em relação as violências sofridas por mulheres. Trouxe dados, estatísticas e reflexões sobre o tema. Pude apontar também as conquistas dos movimentos feministas com relação a isso, conseguindo trazer leis que ajudem no combate à violência e ao feminicídio.

Mulheres e Negritude: feminismo negro, este foi o tema do terceiro episódio do Protagonismo Feminino. Analisei a importância da existência do feminista negro, para isso trouxe uma breve história. Sendo uma mulher branca achei importante falar sobre o conceito de lugar de fala e para que seja possível diferenciar as opressões que sofremos, o conceito de interseccionalidade. A representação da mulher negra na mídia foi o último assunto abordado no *podcast*, neste tópico abordei os estereótipos que são criados para as mulheres negras e como é importante que exista representatividade e visibilidade.

Após, o machismo na literatura clássica brasileira onde pude observar individualmente alguns clássicos da literatura brasileira como Dom Casmurro, Gabriela Cravo e Canela, Macunaíma e O Cortiço. Além disso, temas que perpassam a literatura como o adultério e a violência contra a mulher. Fiz uma reflexão também sobre a quantidade de escritores homens em relação as escritoras mulheres.

Como historiadora, um tema que não poderia faltar é a invisibilidade histórica das mulheres. Em diversos momentos na história parece que as mulheres viveram a margem dos grandes acontecimentos, não se trata de querer inserir as mulheres na história, sempre estivemos lá, é mais uma reflexão para pensar sobre o machismo institucionalizado e que nos acompanha em todas as fases da nossa vida.

Para finalizar abordamos o tema: as representações do feminino e o conceito de beleza. Analisei o conceito de beleza em diversos momentos históricos, percebendo assim que é mutável. Podemos refletir como o feminino é representado nos dias atuais, como a sociedade de consumo se apropria do corpo em uma tentativa de lucrar com isso e como essas representações trazem traumas e doenças as mulheres.

Assim como a Revista Claudia educa pelo conteúdo que coloca em circulação, produzindo representações, o intuito do protagonismo feminino é somar-se às lutas feministas contemporâneas, produzindo conteúdo para pensar temas atuais e que tem uma historicidade importante para o papel e o lugar da mulher na cultura e na história.

O feminismo contemporâneo é marcado pelo uso da internet e com isso passa a ser um fenômeno global já que com o uso da internet as discussões se tornam virais. Além disso, esse movimento passa a ser cada vez mais interseccional, pois discute além do feminismo o racismo, a homofobia e a gordofobia, por exemplo, que são questões que atingem as mulheres.

A partir desta perspectiva podemos ver como o papel do historiador vem mudando ao longo do tempo. O papel do historiador(a) contemporâneo também está em dar visibilidade para estes temas, em problematizá-los, em mostrá-los para a sociedade, inclusive com o uso de mídias sociais, ferramenta que está no dia a dia da maioria das pessoas e que pode ser usada para pensar os acontecimentos do cotidiano, mas também ampliar os conhecimentos e questionar os padrões, inclusive de beleza feminina.

Concluimos a pesquisa sabendo que existem inúmeras outras possibilidades de aprofundar e até mesmo continuar a pesquisar sobre o tema. Poderíamos aprofundar a pesquisa analisando as capas de todos os meses do período escolhido e até mesmo analisando as reportagens em si, não somente a capa. Vejo também como possibilidade aumentar o período de análise, começando no início do século XXI onde se inicia a quarta onda feminista para podermos perceber as mudanças da revista. Como indica Peen (2017) é preciso concluir em algum momento, mas o processo de análise nunca se exaure.



## 5. REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, José D'Assunção. **A História Cultural e a Contribuição de Roger Chartier**. Diálogos, DHI/PPH/UEM, v. 9, n. 1, p. 125-141, 2005.
- BITTELBRUN, Gabrielle; SCHIMDT, Simone Pereira. **Mulher Moderna, Mulher Real: Impressões sobre o gênero feminino em Claudia e TPM**. Revista Raído, Dourados, MS, v.10, n.21, jan./jun. 2016.
- BITTELBRUN, Gabrielle Vívian; VOGEL, Daisi: Claudia: **O Jornalismo em uma Revista Feminina do Século XXI**. Revista Eco-Pós, 2010, v. 13, n. 2, pp 163-175.
- BITTELBRUN, Gabrielle Vívian. **Sob Cores e Contornos: gênero e raça em revistas femininas do século 21**. / Gabrielle Vívian Bittelbrun; orientadora, Simone Pereira Schmidt, 2017.
- BORGES, Juliana Teixeira. **O retrato da mulher nas revistas femininas: uma análise da imagem construída pela revista Claudia**. Monografia de Conclusão do Curso de Jornalismo, no Departamento de Comunicação Social, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Adj<sup>a</sup>. Maria Cristina Gobbi, 2018.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina** / Pierre Bourdieu; tradução Maria Helena Kühner. - 11<sup>a</sup> ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- BRITO, Priscilla Caroline de S. **Primavera Feminista: a internet e as manifestações de mulheres em 2015 no Rio de Janeiro**. Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2017, ISSN 2179-510X. Disponível em: [http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499450296\\_ARQUIVO\\_PrimaveraFeminista-ainternetemasmanifestacoesdemulheresem2015noRiodeJaneiro-FazendoGenero.pdf](http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499450296_ARQUIVO_PrimaveraFeminista-ainternetemasmanifestacoesdemulheresem2015noRiodeJaneiro-FazendoGenero.pdf). Acesso em 14 de janeiro de 2022.
- BURKE, Peter. **O que é História Cultural?** Trad. Sérgio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- CHARTIER, Roger. **A história Cultural: Entre práticas e representações**. Portugal: Difel, 2002.
- CHARTIER, Roger. **A história ou a leitura do tempo** / Roger Chartier; [tradução de Cristina Antunes]. - Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.
- CHARTIER, Roger. **A Ordem dos Livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII** / Roger Chartier; trad. Mary Del Priore - Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2<sup>a</sup> ed., 1998.
- CHARTIER, Roger. **Defesa e ilustração da noção de representação**. Fronteiras, Dourados, MS, v.13, n.24, p.15-29, jul/dez 2011.
- CHARTIER, Roger. **"Escutar os mortos com os olhos"**. Estudos Avançados, [S. l.], v. 24, n. 69, p. 6-30, 2010.

CHARTIER, Roger. **Um mundo sem livros e sem livrarias?** / Roger Chartier; Coordenação Guiomar de Grammont. 1ª ed. São Paulo: Letraviva, 2020.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. 13ªed. São Paulo: Ática, 2005.

CLAUDIA, São Paulo, Ed. Abril, 2021. Disponível em <[https://claudia.abril.com.br/2014/?post\\_type=edicao](https://claudia.abril.com.br/2014/?post_type=edicao)> Acesso em 18 de setembro de 2021.

COLLING, Ana Maria.; TEDESCHI, Losandro Antonio. O ensino da história e os estudos de gênero na historiografia brasileira. **Revista História & Perspectivas**, v. 28, n. 53, 5 jan. 2015.

GABARDO, Maristella; LIMA-LOPES, Rodrigo Esteves de. **Ni Una Menos: ciência das redes e análise de um coletivo feminista**. Revista Humanidades e Inovação v.5, n. 3 - 2018.

GENTIL, Gisele Mello. **Padrões de Beleza na Publicidade das Revistas Femininas (dos anos 1960 aos dias atuais)**. / Gisele Mello Gentil - 2009.

GOMES, Ângela de Castro; HANSEN, Patrícia Santos. **Intelectuais Mediadores: Práticas culturais e ação política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

JAQUES, Felipe Estevam. **Podcast e o Ensino de História: análise de duas propostas realizadas no ProffHistória e apresentação de uma nova perspectiva**. XIII Encontro Estadual de História da ANPUH-PE "*História e mídias: narrativas em disputa*", 2020. Disponível em: [https://www.encontro2020.pe.anpuh.org/resources/anais/22/anpuh-pe-eeh2020/1595859849\\_ARQUIVO\\_cdbe441592b8db996f0b2a0f022f651a.pdf](https://www.encontro2020.pe.anpuh.org/resources/anais/22/anpuh-pe-eeh2020/1595859849_ARQUIVO_cdbe441592b8db996f0b2a0f022f651a.pdf)> Acesso em 15 de outubro de 2021

KAZ, Leonel. Um olhar sobre elas: as revistas. In **Cadernos da Comunicação – Mulheres em Revista: O Jornalismo Feminino no Brasil**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação, 2002.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História** / Boris Kossoy. - 2. ed. rev. - São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução de Bernardo Leitão. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**. Guacira Lopes Louro - Petrópolis, RJ Uma perspectiva pós-estruturalista /: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero e Sexualidade: Pedagogias Contemporâneas**. IN: Revista Pro-Posições, v. 19, n. 2 (56) - maio/ago. 2008.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, História e Educação: construção e desconstrução**. IN: Revista Educação e Realidade. Jul/Dez 1995.

LUCA, Tania Regina de. **História dos, nós e por meio dos periódicos**. In: PINSKY, Carla Brassanezi (org.). Fontes históricas. São Paulo: Contexto, 2005, pp.111-153.

LUCA, Tania Regina de. **Mulher em Revista**. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Maria Joana. (org.) Nova História das Mulheres. São Paulo: Contexto, 2012, p. 447- 468.

LUCCHESI, Anita. **Por um debate sobre História e Historiografia Digital**. Boletim Historiar, n. 02, mar. /abr. 2014, p. 45-57

MARTINS, Ana Luiza. **Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras**. História, São Paulo, 22 (1), 59-79, 2003.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. **“A História, cativa da memória? Para um mapeamento da memória no campo das Ciências Sociais”**. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros. São Paulo, n.34, p. 09-23, 1992.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril**. 1997. 359f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP

NASCIMENTO, Christiane Moura; PRÓCHNO, Caio César Souza Camargo; SILVA, Luiz Carlos Avelino da. **O Corpo da Mulher Contemporânea em Revista**. Revista Fractal, Rev. Psicol., v. 24 – n. 2, p. 385-404, Maio/Ago. 2012.

PEDRO, Joana Maria; PINSKY, Carla Bassanezi. **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto: 2012.

PEEN, Gemma. Análise Semiótica de Imagens Paradas. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs); tradução de Pedrinho Guareschi. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

PERROT, Michelle. **Minha História das Mulheres** / Michelle Perrot; [tradução Angela M. S. Corrêa] - São Paulo: Contexto, 2007.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, História e Poder**. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

PIZZINI, Karina da Cunha. **Hashtag na capa: representações da agenda feminista nas revistas Claudia e Marie Claire (2010 - 2017)**. / Karina da Cunha Pizzini. – Curitiba, 2019.

ROBLEDO, Daniel dos Santos. **O Corpo na Comunicação Publicitária: uma análise das representações do corpo feminino na publicidade de mídia impressa**. / Daniel dos Santos Robledo - 2013.

ROSSI, Marina. **Ofensiva na Câmara para complicar atendimento a vítima de abuso sexual**. São Paulo: El País, 2015. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/23/politica/1445557952\\_906110.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/23/politica/1445557952_906110.html). cesso em 14 de janeiro de 2022.

ESTEVES, Flávia Cassino. **Revistas Femininas: manuais de comportamento para a mulher do Século XXI**. / Flávia Cassino Esteves - 2011.

SALOMON, Marlon; CAMPOS, Raquel. **Do mundo como representação à multiplicidade das formas de representação do passado: Uma conversa com Roger Chartier**. História da Historiografia: International Journal of Theory and History of Historiography, n. 22, 296-319, Ouro Preto, 2016.

SANTOS, Manoel Antônio dos. et. al. **Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável.** In: Saúde Soc. São Paulo, v.28, n.3, p.239-252, 2019

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista / Marília Scalzo.* 4. ed. rev. e atual. - São Paulo: Contexto, 2011. Ebook Kindle.

SCOTT, Joan. **Gênero: Uma Categoria Útil de Análise Histórica.** Tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Recife: SOS Corpo, 2ª ed.,1995.

SILVA, Janine Gomes da; FERNANDES, Robson Ferreira. **Ensino de História e o Projeto “Gênero e Diversidade na Escola”: os cartazes como fontes para as subjetividades Fronteiras:** Revista de História, vol. 22, núm. 39, 2020 Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; FARIA, Aline Almeida de. **Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas.** *Revista Comunicação, Mídia e Consumo.* São Paulo, vol.4 , nº 9, p.171-188 Mar. 2007.

STRIM, Cíntia. **Educando o Corpo Feminino: saúde como um mais, corpo molecular e otimização da beleza na Revista Claudia.** / Cíntia Strim; orientador: Luís Henrique Sacchi dos Santos. – Porto Alegre, 2011.

SWAIN, Tania Navarro. **Feminismo e Recortes do Tempo Presente: mulheres em revistas “femininas”.** *Revista São Paulo em Perspectiva* v.15/ nº.3/ Jul-Set 2001.

THINK OLGA. **#primeiroassedio.** 2020. Disponível em <https://thinkolga.com>. Acesso em 14 de janeiro de 2022.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres.** Tradução Waldea Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZAMPIER, Isabela Costa. **A mulher de Claudia nos anos de 1960 e 2010: Rupturas e permanências.** / Isabela Costa Zampier - 2017.

## 6. APÊNDICES

Os *podcasts* foram produzidos por mim como forma de produção de um objeto utilizado no ensino de História foram transcritos e estarão disponíveis abaixo:

### 6.1 PODCAST 1 - MULHERES NO ESPORTE: DESAFIOS E PRECONCEITOS

Olá! Sejam muito bem-vindos ao nosso canal Protagonismo Feminino, eu sou a Paloma, sou Historiadora e hoje vou falar um pouquinho sobre o tema machismo no esporte. Este é o nosso primeiro podcast, então quero dar as boas-vindas a vocês e dizer que escolhemos esse tema com muito carinho, muito cuidado e espero que gostem. Os temas aqui do Protagonismo Feminino são escolhidos pensando no dia a dia das mulheres e de como a gente sofre né (risos) a gente sabe que a gente sofre e que existem inúmeros obstáculos na vida das mulheres, inclusive, além do que todo mundo já sofre. São obstáculos impostos pela nossa sociedade machista, então nosso primeiro tema é o machismo no esporte. Para iniciar o assunto sobre esporte, sobre machismo, vou iniciar falando sobre os jogos olímpicos. Certo, os jogos olímpicos tiveram início na antiguidade, na Grécia, como acredito que todo mundo sabe, mas antes disso, antes de mais nada, como esse é um canal de história eu preciso deixar muito claro que vamos falar sobre a antiguidade com base no que nós temos hoje, não se esqueçam que o que temos hoje são fontes elas foram produzidas por homens que eram cidadãos gregos e sabemos que talvez não correspondem à realidade e mesmo que tivessem sido produzidos por mulheres talvez não correspondem à realidade, então nós precisamos inicialmente deixar claro que estamos fazendo uma releitura do passado com base no que nós temos hoje.

Sabendo disso, posso afirmar para vocês que no início dos primeiros jogos olímpicos a presença das mulheres não era permitida, às mulheres, elas não participavam como competidoras, elas só participavam entregando as coroas de oliveiras para os vencedores e elas eram vistas como símbolos de sorte, mas elas não eram competidoras. Os jogos olímpicos eram reverências, eles eram jogos para honrar os deuses gregos e eles tiveram início por volta do ano 700 antes de Cristo. Nesse período a gente sabe que as mulheres, elas eram privadas da vida pública, da vida econômica e consequentemente também de participar dos Jogos Olímpicos sob pena de morte. E qual é o motivo então né? A gente sabe que na Grécia antiga os cidadãos gregos não eram qualquer pessoa, eles precisavam ser guerreiros e sabemos que as mulheres não tinham esse papel na sociedade grega e, portanto, essa é uma hipótese né, e que por isso elas eram privadas da participação

nos Jogos Olímpicos. Isso não quer dizer que elas nunca praticaram esportes, elas praticavam quando crianças e quando entravam na adolescência então, deixavam isso de lado para se dedicar a vida de mulher dona de casa que iria tomar conta da casa e da família.

Como falei para vocês, os jogos olímpicos eram referências aos deuses gregos, então quando a Grécia é dominada por Roma, que era cristã, tudo o que existia que reverenciavam deuses gregos, que eram considerados pagãos, é banido inclusive os jogos olímpicos, eles só vão ser retomados na idade moderna. Quando eles iniciam novamente na idade moderna a ideia era de que se retomasse jogos olímpicos tal qual eles aconteceram na antiguidade, mas na idade moderna as mulheres ainda assim foram vetadas da participação, mas com a Revolução Industrial sabemos elas vão ganhando cada vez mais espaço dentro da sociedade e chega um momento então que não é mais possível proibi-las e elas se tornam participantes. Elas começam a participar dos jogos olímpicos, claro que o comitê Olímpico internacional o COI ele era gerenciado por homens e ele vai decidir como será a participação feminina nos jogos olímpicos adotando critérios por modalidade e por esporte.

No ano de 1896 em Atenas ocorre a primeira olimpíada da idade moderna e as mulheres não tinham a permissão para participar, somente como espectadoras, porém a gente sabe que as mulheres são guerreiras e uma grega, Stamati, ela realizou o percurso da maratona fora do estádio no dia seguinte do acontecimento da prova masculina e isso foi uma forma de resistência, uma resposta a essa proibição feminina nas modalidades olímpicas. Ela realizou esse percurso todo em 4:30h sendo mais rápida do que alguns homens, porém ela não foi reconhecida, isso provocou o início gradual da inserção das mulheres nos esportes olímpicos. Quatro anos depois, em 1900 as Olimpíadas, elas aconteceram em Paris e elas foram marcadas aí na época pelo liberalismo e devido a lacunas e falta de organização do Comitê Olímpico internacional, foi permitido a participação extraoficial de mulheres em algumas provas como golfe e tênis por serem jogos que não tem contato físico. Mas as vencedoras das provas não ganharam uma medalha nem a coroa de oliveiras porque elas não eram consideradas participantes, então elas recebiam somente um certificado. Em 1904, na Olimpíada seguinte, foi inserido o arco e flecha. Em 1908 em Londres, as provas de tênis, patinação no gelo e arco e flecha foram inseridas nas modalidades femininas e o barco a vela foi inserido na modalidade mista. Em Estocolmo, em 1912 foi permitida a participação das mulheres na natação e

dessa forma, gradualmente foi se inserindo modalidades que eram permitidas às mulheres, então também foi crescendo a participação das mulheres de forma gradativa. Em 1896 não tiveram participantes mulheres porque elas não eram consideradas participantes né, já saltamos ali para 1972 tivemos 1059 mulheres, ali na década de 80, 1980, 1115 mulheres. Nos anos 2000, 4.069 mulheres e assim aumenta de forma gradual até hoje. Em 2024 as Olimpíadas aconteceram em Paris, devido aos acontecimentos de Tóquio que vou comentar daqui a pouquinho, o presidente do comitê Olímpico Internacional declarou pela primeira vez que as Olimpíadas vão ser disputadas com 50% de atletas homens e 50% de atletas mulheres, porque até hoje isso nunca aconteceu, então vai ser um feito inédito alcançado pelas mulheres.

Vamos falar então um pouquinho dos Jogos Olímpicos de Tóquio que deveriam ter acontecido em 2020, mas sabemos dessa pandemia que acabou adiando tudo, então os jogos olímpicos aconteceram em 2021. Estamos falando aqui de acontecimentos deste ano e não da década passada, nem do século passado, são deste ano, e mesmo assim temos tanta diferença entre homens e mulheres, por exemplo no uniforme. Existiram algumas inquietações femininas sobre os uniformes e como eles sexualizam as mulheres, um dos assuntos foi o time feminino da Alemanha de ginástica artística que virou assunto depois que decidiu não usar os colãs bem cavados né como a gente já conhece, substituindo por macacões que vão até o tornozelo, do corpo inteiro, e essa foi uma resposta delas ao combate à sexualização dos corpos das mulheres, além disso, dois dias antes da abertura dos Jogos Olímpicos as atletas da Seleção Feminina de handebol de praia da Noruega declararam que foram multadas pela federação europeia por estarem usando roupas inapropriadas, elas usaram shorts ao invés de biquíni durante a Euro de handebol feminino. Então elas foram punidas com o pagamento de cerca de r\$ 920 por conta do uniforme não apropriado. Nós sabemos que o uniforme não tem nenhuma relação com a mobilidade, por exemplo, porque o uniforme da seleção masculina é bem diferente. O uniforme da seleção masculina é composto por uma regata longa que cobre todo o tronco, além disso um short que vai até o joelho, enquanto isso da seleção feminina é apenas um top e uma calcinha de biquíni, parte de baixo de um biquíni. Então sabemos que não tem nada a ver com a mobilidade, que não tem nada relacionado com o esporte, é somente com a sexualização do corpo feminino. Podemos pensar então quem faz essas regras idiotas do esporte, quem faz são homens. Nós vemos que o esporte é controlado e pensado para homens, que não existe nenhuma justificativa que seja plausível para que as mulheres

tenham que expor os seus corpos em uniformes que são minúsculos, ridículos, enquanto os homens têm direito de preservar o seu corpo e a sua privacidade, não existe nenhuma justificativa que seja plausível. E além, disso nós temos inúmeros problemas em decorrência disso, inclusive constrangimentos e traumas das mulheres, abandono ao esporte, então as mulheres sofrem e ficam nessas batalhas pelos corpos que estão sempre muito expostos, elas são pressionadas com depilação, com peso, porque os corpos estão sempre muito expostos. E além disso tudo, dessa pressão estética pelo corpo perfeito, pela hipersexualização dos corpos femininos, as mulheres ainda sofrem com o preconceito porque até hoje existem.

Nós podemos ver em inúmeras entrevistas que mulheres esportistas já deram para inúmeros canais de televisão e revistas que elas sofrem preconceitos, de que esse esporte não é feminino, a mulher não deveria participar disso, você não tem força suficiente, você está muito masculinizada... então além de tudo isso, além de tudo que a gente já comentou até agora, tem essa questão de que as mulheres sofrem preconceitos, que isso não é para mulher, isso não é coisa de mulher, aquele famoso ‘coisa de homem’ e ‘coisa de mulher’, que a sociedade ainda compartimenta, isso é coisa de homem, isso é coisa de mulher. Desde criança a gente escuta que a menina não deve jogar futebol, isso é coisa de homem, isso é coisa de menino. O menino não deve chorar porque isso é coisa de menina. Então, esse tipo de coisa ainda perpetua essa desigualdade que a gente vê no esporte até hoje e trazendo para a realidade brasileira, vamos trazer aqui para a realidade brasileira, o futebol, claro que existe participação de muitos brasileiros nos Jogos Olímpicos, mas no dia a dia o esporte que mais se fala, que mais tem público no Brasil é o futebol.

Então vamos falar sobre futebol um pouquinho. Sobre o futebol, a gente sempre levanta essa questão e essa questão é muito presente que é a diferença salarial. Isso não acontece só no futebol, mas como estamos falando aqui do Brasil, essa realidade é muito presente e como é o esporte mais popular do país se fala muito sobre isso, na diferença salarial entre a Marta, que é uma jogadora de futebol feminino, e o Neymar. A Marta, que ganhou várias vezes como melhor do mundo e o Neymar que não é tão reconhecido assim na sua categoria. Dentro do futebol feminino a Marta tem muitos títulos, ela é muito superior ao que o Neymar é dentro do futebol masculino e mesmo assim a gente percebe uma diferença salarial absurda entre eles. Em 2018, quando aconteceu a copa do mundo, a gente teve inclusive uma questão do Enem falando sobre essa diferença salarial. Na



época, o então presidente, e ainda presidente, Jair Bolsonaro se manifestou e ele criticou essa repercussão que teve a questão e ele falou "não tem que ter comparação, futebol feminino ainda não é uma realidade no Brasil. O que Neymar ganha por ano todos os times de futebol juntos não faturam no Brasil por ano, como é que vai pagar para Marta o mesmo salário? Isso se chama iniciativa privada, ela que faz o salário, ela que mostra para onde o mercado deve ir então não faz questões absurdas sempre pregando igualdade, mas por baixo" e o Bolsonaro levantou uma questão muito importante que não deve ser ignorada, que é a participação privada no esporte. Sim, a iniciativa privada investe muito mais no futebol masculino, mas por quê? Porque existe tanta diferença? Porque o patrocínio para o futebol feminino ainda é tão tímido? Porque que o interesse do público ainda é tão baixo? A gente pode se perguntar: Será que é o interesse do público que dá o tom no mercado, que é por isso que as iniciativas privadas investem menos no futebol feminino, ou será que é ao contrário, que é o mercado que gerencia quais são os interesses? E ainda a gente pode pensar: Quais medidas que o governo poderia tomar em relação a isso? E também: quais iniciativas as empresas e os serviços poderiam tomar com relação a isso? Para que as mulheres, para que o esporte feminino conquiste o seu reconhecimento, que é um reconhecimento muito merecido?

Depois dessa reflexão, quero deixar mais algumas reflexões aqui para a gente pensar, refletir. Então, como que o machismo acontece efetivamente no esporte. Já citei aqui algumas questões, a sexualização dos corpos, por exemplo, dos corpos femininos, é claro. Outra coisa importante que a gente pode perceber, que são coisas sutis né, os canais de TV aberta, eles passam os jogos femininos? Muito menos, a gente não consegue acompanhar um campeonato inteiro feminino pela TV aberta, isso não existe. Em 2021 a gente tem um aumento cada vez maior da inserção das mulheres, mas ainda é de forma gradual. Todos percebemos essa diferença, claro que existem meninas que tem vontade de ser esportistas, mas precisamos que exista a representatividade na TV aberta, por exemplo, a representatividade importa sim. Se não existe uma esportista que passa na televisão a menina, muitas vezes, não tem acesso a esse conhecimento e ela não tem nem o direito de sonhar com isso, então cada vez mais a gente vê que as coisas estão mudando, mas ainda de forma gradual.

Claro que ainda tem algumas pessoas que são muito conservadores e que barram, tentam barrar, porque tem influência, elas tentam barrar o crescimento do esporte feminino, por exemplo, nas olimpíadas do Rio, Milton Neves falando sobre o futebol

, desprezou, falou que que a mulher é sublime em tantas coisas, menos no futebol, falou coisas horríveis e sem nexo e nós sabemos que as mulheres enfrentam discriminação de gênero, nós sabemos disso, que é inegável. Vou citar aqui mais um exemplo dessa diferença salarial que foi o campeonato de Park Jump que aconteceu 2018, é uma competição de skate que acontece em Santa Catarina e o que chamou atenção no campeonato foi a diferença do prêmio para categoria feminina e para categoria masculina. O mesmo campeonato a vencedora da categoria feminina ganhou um prêmio de R\$ 5.000,00, claro que não é nada mal, mas o competidor que ganhou o prêmio na categoria masculina levou R\$ 17.000,00 para casa, então foi uma diferença de R\$ 12.000,00 para quem ganhou a mesma competição, isso é bem complicado né, isso deixa cada vez mais claro que não importa o quanto neguem, existe sim uma diferença entre mulheres e homens dentro do esporte e, claro, não somente dentro do esporte né. Isso é o reflexo do que acontece dentro da nossa sociedade.

Outra questão que eu gostaria de trazer aqui é o machismo que aconteceu dentro do contexto do futebol, não somente as esportistas, mas também as comentaristas, as repórteres, as apresentadoras. Todas essas mulheres que estão dentro do mundo do futebol que é um mundo masculino, elas sofrem com isso. Inclusive, em 2018, essas mulheres se juntaram, cerca de 65 mulheres se juntaram e fizeram uma campanha um manifesto que era #deixaelatrabalhar para pedir então que elas pudessem trabalhar em paz sem assédio sexual, sem assédio moral, porque elas sofriam, sofrem até hoje muito com isso e essa campanha teve o apoio de vários times de futebol. O que acontece, assim, que foi um fato bem irônico, foi que no dia que foi lançado esse protesto um torcedor de um time do Rio Grande do Sul foi retirado do estádio depois de ofender, com ofensas machistas, uma repórter que estava trabalhando, cobrindo o jogo que era na semifinal do Gauchão que é o campeonato do Rio Grande do Sul. As participantes foram mulheres, comentaristas e repórteres de diversos canais de transmissão de futebol, então de TV aberta e fechada, de canais de rádio... enfim, foi uma campanha ampla que teve muita participação de mulheres porque efetivamente elas sofrem com esse preconceito, então, depois de todas essas reflexões de machismo que as mulheres enfrentam no mundo do esporte, claro que isso é um reflexo da nossa sociedade no geral, mas dentro do mundo do esporte há muito preconceito ainda, mas as coisas vem mudando. Venho então aqui encerrar esse podcast, está chegando no final, espero que tenham gostado, espero que tenham curtido, e é isso gente, um beijão e até a próxima.

## REFERÊNCIAS:

ANDRADE, Giovana. **Machismo no esporte: os desafios enfrentados por atletas mulheres dentro e fora das Olimpíadas.** O Hoje.com, 2021. Disponível em: <<https://ohoje.com/noticia/esporte/n/1327935/t/machismo-no-esporte-os-desafios-enfrentados-por-atletas-mulheres-dentro-e-fora-das-olimpiadas/>> Acesso em: 20 de novembro de 2021.

RIBEIRO, Bianca Z. Et. Al. **Evolução Histórica das Mulheres nos Jogos Olímpicos.** EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, Año 18, Nº 179, abril de 2013.

SOARES, Nana. **No esporte, o Machismo é Campeão.** Estadão, 2018. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/blogs/nana-soares/no-esporte-o-machismo-e-campeao/>> Acesso em 20 de novembro de 2021.

TALARICO, Isabela. **Machismo no esporte e a luta feminina por respeito.** Ecycle, 2021. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/machismo-no-esporte/>> Acesso em: 20 de novembro de 2021.

## 6.2 PODCAST 2 - VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES

Olá! Sejam muito bem-vindos ao nosso canal Protagonismo Feminino, nós estamos aqui hoje mais uma vez tratando sobre os assuntos que atingem a vida das mulheres e vamos falar hoje sobre uma questão que é muito importante, muito séria, muito grave, que é a violência contra as mulheres.

Então quando a gente fala sobre violência, nós estamos falando não somente da violência física, que é sim gravíssima, mas também da violência psicológica, essa que também acontece dentro das famílias brasileiras, então a gente precisa voltar nossa atenção também para isso, né?

Existe hoje um termo que está sendo bastante utilizado, principalmente pelas jovens, que é o relacionamento tóxico. O que seria isso? Quando percebemos que uma pessoa está fazendo a outra se sentir inferiorizada, fazendo jogos emocionais, psicológicos, até com agressões físicas... isso acontece em vários relacionamentos e não somente casamentos, as vezes acontece até mesmo em relacionamentos mais informais e em namoros.

Então o que acontece que muitas mulheres estão em relacionamentos assim e não conseguem sair disso? Por mais que elas saibam que estão em um relacionamento abusivo, que saibam que estão sofrendo abusos psicológicos, elas não conseguem sair,

porque a manipulação é tanta que a vítima começa a achar que o problema está com ela e começa a temer sair do lado daquele agressor por medo de não ser boa o suficiente para ficar sozinha ou para achar alguém melhor, que a respeite. Hoje o assunto é sobre a violência que as mulheres sofrem, porque é um caso social, tem um número infinitamente maior de mulheres que sofrem violência do parceiro comparado aos homens, mas também existe relacionamentos onde o homem está sendo vítima.

Justamente por existir inúmeros casos assim é muito importante que a gente fale sobre esse assunto, que a gente retome esse assunto e que esse assunto seja pauta das nossas discussões feministas. Porque assim, quanto mais se fala sobre a tendência é que menos aconteça, então a gente mostra pra sociedade esses problemas para que eles parem de ocorrer.

Vamos falar um pouquinho sobre feminicídio e o que é esse termo, o que ele significa. O feminicídio é uma palavra que define o assassinato, ou seja, quando uma pessoa mata a outra, então, é o crime de matar mulheres. Mas qualquer mulher que é assassinada é feminicídio? Não! Esse crime é considerado hediondo, quando envolve o menosprezo ou discriminação a condição de ser mulher, então ele é definido como um crime que está envolvido nas questões de gênero, porque essa mulher ela é morta por ser mulher, então a lei define feminicídio como o assassinato de uma mulher cometido por razões da condição de sexo feminino e a pena é de um homicídio qualificado e a reclusão é de 12, podendo chegar a trinta anos.

É muito importante que seja utilizado o termo feminicídio, e por que é importante que a gente use essa palavra, ela é diferente de somente um homicídio, a mulher foi morta pelo marido, então cometeram um homicídio contra ela? É importante que a gente use essa palavra por que se trata de um crime de ódio, esse é um conceito que surgiu na década de 70 para dar visibilidade, justamente, a essa discriminação, essa pressão, essa desigualdade que as mulheres sofrem e por ser um termo que sofre certo preconceito é importante que a gente utilize para que ganhe a visibilidade e a importância que merece.

O feminicídio é um assunto muito sério por que cerca de um terço dos homicídios de mulheres no mundo são cometidos por seus companheiros, esses dados de acordo com a Organização Mundial da Saúde. Isso pode fazer com que a gente pense que: ah então é normal sofrer violência do parceiro. Mas não e, quando a gente olha ao contrário, os homens, eles são acometidos por assassinado por cerca de 5% das suas parceiras. A diferença

é muito grande, de 33% para 5%. Então não é somente uma questão da violência do parceiro, é uma questão de violência de gênero contra a mulher. Existe uma projeção da Organização das Nações Unidas que cerca de 70% de todas as mulheres do mundo já sofreram ou vão sofrer algum tipo de violência em algum momento da sua vida, então gente, isso é algo muito preocupante, nós não podemos aceitar isso, nós precisamos lutar contra essa violência e a principal forma é lutar contra o machismo que existe na nossa sociedade, porque o feminicídio e esse tipo de violência contra o gênero feminino são decorrentes do machismo.

O machismo é uma forma da sociedade de colocar a mulher como submissa, como subserviente. Então, dentro dessa visão machista, a mulher deve dedicar sua vida somente para servir os homens e ela não pode ter opinião, ela não pode se posicionar. Então as mulheres sofrem violência desse tipo por conta disso, né, porque o homem se vê, muitas vezes, como proprietário, como superior às mulheres. Existe uma lei de 2015 que acrescentou o feminicídio como um crime qualificador, então quando acontece feminicídio ele é visto pelo Estado como um crime mais cruel que os demais, por isso ele tem penas mais duras, essa foi uma das conquistas feministas. Uma coisa que é muito importante de salientar é que o feminicídio não define o assassinato de todas as mulheres que morrem. Então, se uma mulher foi morta após um roubo, por exemplo, ela não morreu por feminicídio, não é contabilizado nas mortes por feminicídio, nos números né.

Quando a gente olha para o Brasil a gente consegue perceber que é um país extremamente machista porque estamos entre as maiores taxas de feminicídio do mundo. No Brasil a cada dia a perspectiva é de que morram 13 mulheres assassinadas, esse é um número absurdo, é muito grande e realmente a gente precisa passar a olhar cada vez mais para isso. Outra grande conquista do feminismo foi a Lei Maria da Penha, que é uma lei de 2006 e foi criada com objetivo de coibir essa violência doméstica e familiar contra as mulheres. A Lei Maria da Penha surge como uma homenagem a uma mulher que sofreu violência doméstica por 23 anos e a Lei trouxe muitas medidas protetivas de urgência, foi criado inclusive um juizado especializado na violência doméstica e violência da família, então ela trouxe muitos ganhos à mulher nesse sentido de coibir a violência doméstica. Sabemos que ela tem muito a melhorar ainda né, muitas mulheres apesar de recorrer à justiça, estarem protegidas pela lei Maria da Penha, terem denunciado seus agressores, elas ainda acabam mortas, então sabemos que a lei tem muito a melhorar. Várias leis foram criadas para proteger as mulheres de violência: a lei Maria da Penha, a lei do

estupro e da importunação sexual, a lei do feminicídio, existem algumas leis que foram sendo criadas ao longo dos anos para proteger as mulheres. Todas essas leis são conquistas dos movimentos feministas, conquistas de lutas pelos direitos das mulheres e mesmo assim, apesar de todas essas leis que protegem as mulheres ainda existe tanta violência contra o gênero feminino.

Eu vejo que a sociedade tem um papel muito, muito importante na proteção da mulher, porque essa violência que a mulher sofre é decorrente do machismo estrutural da nossa sociedade brasileira, isso, sem dúvida nenhuma. Nós precisamos parar de naturalizar algumas violências que as mulheres sofrem. Às vezes a gente romantiza algumas violências, a gente olha para violência e vê aquilo como normal, como: Aí, é porque ele é muito carinhoso com você, porque ele está tentando te proteger, a gente vê como uma atitude de cuidado, de proteção, como algo comum, nós temos que parar de naturalizar as violências que as mulheres sofrem.

Quando falamos sobre violência podemos entender que é somente a violência física, agressão. Claro, essa é a mais visível pois muitas vezes provoca lesões, são os sufocamentos, estrangulamentos, atirar objetos, torturar, espancar, queimaduras, armas de fogo... Tudo que fere o corpo é a violência física, mas essa não é a única. Existe a violência psicológica que é a humilhação, os constrangimentos, as ameaças, as manipulações, o isolamento, a vigilância constante, insultar, perseguir, ridicularizar, distorcer os fatos para que a mulher duvide da sua sanidade mental... na verdade eu percebo essa como a violência mais comum que as mulheres sofrem. Outra forma de violência é a sexual, nesta parte está incluído os estupros, obrigar a mulher a fazer algo que lhe causa desconforto, impedir que ela use métodos contraceptivos, obriga-la a abortar, forçar a gravidez... entre outras coisas. Também existe a violência patrimonial onde o parceiro controla o dinheiro, destrói documentos pessoais, priva bens, priva valores econômicos, causa danos propositais a objetos da mulher ou dos quais ela goste, furta objetos... E por fim a violência moral onde emitem juízos morais sobre a conduta das mulheres, desvalorizam a vítima pelo seu modo de se vestir, fazem críticas mentirosas, expõe a vida íntima, acusam a mulher de traição... Podemos ver então que existem várias formas de agressão, a física pode ser a menor delas, na maioria das vezes a exposição a essa violência causa traumas as mulheres, traumas esses que vão ser carregados pelo resto da vida e mesmo que a mulher saia deste relacionamento onde ela

sofre violência ela vai carregar o trauma para os próximos relacionamentos... Só consegue se livrar disso depois de muita terapia.

Sabemos que é uma estrutura, o machismo é uma estrutura e vai estar conosco por mais algumas décadas e apesar disso é importante que a gente continue sempre lutando contra, é um grande desafio, mas a gente precisa disso para desenvolver a nossa sociedade. As mulheres são essenciais para quebrar esse ciclo, para romper esse ciclo, justamente porque elas têm uma grande participação na criação dos filhos. Hoje menos, claro, hoje a criação é dividida também com os pais. Hoje as mulheres estão mais no mercado de trabalho, deixam os filhos nas escolas, vão trabalhar, mas é importante, muito importante que tanto os educadores quanto a família, eduquem crianças que parem de ter a ideia de que a mulher é inferior, de que o homem tem mais a acrescentar na sociedade do que a mulher. Existem outros fatores que vão interferir como a estrutura social, mas as grandes estruturas da família e da escola podem ter formação determinante para que possamos ver aos poucos a mudança.

Bom, então, vou me aproximando do fim dessa reflexão. Só gostaria de trazer pra vocês mesmo essa reflexão de que existe essa violência contra a mulher, violência de gênero, e que a única forma de acabarmos definitivamente com isso é acabarmos com o machismo. Então a gente sabe que vai demorar mais algum tempo, mas não podemos nos enfraquecer, precisamos continuar lutando e a única forma de fazer isso é denunciar, nós não podemos nos omitir quanto cidadãos, então caso saibamos de violência sofrida por nossas companheiras nós precisamos denunciar. Gente, por hoje é isso, quero agradecer por terem ficado comigo até aqui e até a próxima!

#### REFERÊNCIAS:

BRASIL. Conselho Nacional do Ministério Público. **Violência contra a mulher: um olhar do Ministério Público brasileiro** / Conselho Nacional do Ministério Público. – Brasília: CNMP, 2018.

INSTITUTO MARIA DA PENHA: **Tipos de Violência**. 2018. Disponível em:< <https://www.institutomariadapenha.org.br/lei-11340/tipos-de-violencia.html>>. Acesso em 27 de novembro de 2021.

### 6.3 PODCAST 3 – MULHERES E NEGRITURA: FEMINISMO NEGRO

Olá! Sejam muito bem-vindos a mais um episódio aqui do Protagonismo Feminino e o nosso assunto de hoje será sobre as mulheres e a negritude, vamos falar principalmente sobre o feminismo negro.

Por eu ser uma mulher branca, acho necessário trazer o conceito de lugar de fala. Esse conceito vem há alguns anos se popularizando e hoje ele já é bem difundido e usado por diversos movimentos sociais, mas ainda existe bastante dúvida sobre o que esse termo realmente significa. A Djamila Ribeiro, que é uma mulher negra, feminista, filósofa, e tem vários livros publicados, ela tem um livro onde ela vai focar nesse assunto de lugar de fala, o título do livro é *O que é lugar de fala?* É um livro de 2017 e ela vai falar que "o lugar social não determina uma consciência discursiva sobre esse lugar, porém o lugar que ocupamos socialmente nos faz ter experiências distintas e outras perspectivas" eu associo ao que nós fazemos como historiadores.

E o que seria isso? Como historiadores nós sempre precisamos falar de onde viemos, qual a nossa relação com o tema que vamos pesquisar, justamente por isso, porque nós temos uma visão sobre o assunto dependendo das nossas experiências de vida, dependendo do que vivemos, de onde nascemos, do nosso gênero, da nossa classe social... tudo isso influencia justamente o produto final, o nosso resultado, resultado da nossa pesquisa. Por que as escolhas que nós fazemos ao longo da pesquisa elas são feitas também dependendo do nosso contexto de vida. Então, eu faço essa relação com o lugar de fala, mas é justamente a gente dar visibilidade a pessoas que são consideradas minorias. Então, quem deve falar sobre o machismo, sobre opressão que a mulher sofre, são as mulheres, porque só elas passam por isso diariamente, então quando a gente fala sobre a opressão das mulheres negras sofrem que é diferente do que sofrem as mulheres brancas, quem deve falar sobre isso são as mulheres negras. Por conta disso vou focar aqui na parte histórica porque não é que seja proibido uma pessoa branca falar sobre racismo, sobre pressão que o negro sofre no Brasil e no mundo, mas não é o nosso lugar de fala porque os brancos não sofrem com isso.

Quando falamos sobre minoria são os grupos que são marginalizados na sociedade, por exemplo no caso das mulheres, as mulheres são maioria em relação aos homens no Brasil, mas mesmo assim somos um grupo marginalizado, então quando um homem ou uma mulher falam sobre determinado assunto, o homem tem mais visibilidade e existem os lugares silenciados, que são esses lugares onde as mulheres falam e elas não são ouvidas, onde os negros falam e eles não são ouvidos, que são as minorias que tentam



ter voz dentro da sociedade e não tem, geralmente é isso que ocorre, por isso é importante a questão do lugar de fala porque ele tem justamente o objetivo de oferecer visibilidade para os sujeitos que foram historicamente desconsiderados e invisibilizados pela sociedade.

Falando então um pouquinho sobre a história do movimento feminista negro, sabemos que tem dentro do movimento feminista existem várias vertentes, uma delas é o movimento feminista negro. No Brasil essa vertente ela teve início na década de 1970 a partir da percepção de que faltava essa abordagem conjunta de gênero e de raça, porque as mulheres brancas elas têm pautas diferentes das mulheres negras. Hoje a gente já conta com um conceito, que é o conceito de interseccionalidade, que é justamente a sobreposição, a intersecção, a junção de identidades sociais e sistemas relacionados de opressão, dominação, discriminação... então a gente junta, por exemplo, gênero, uma mulher que é oprimida em relação ao homem, raça, o negro, que é oprimido em relação ao branco, e muitas vezes a classe social, então a classe social mais baixa que é oprimida em relação à classe social alta. É um enfrentamento de mais do que um problema. Então as mulheres negras vendo que o movimento feminista não tinha essa abordagem interseccional, não tinham as faltas que elas sofriam, porque as mulheres negras sofrem dupla discriminação, tanto pela raça quanto pelo gênero, e o movimento feminista não tinha essa preocupação porque ele era em sua maioria liderado por mulheres brancas de classe média alta. Elas vendo isso, que as suas necessidades não estavam em pauta, elas criam então o movimento feminista negro e não somente as feministas deixaram de lado as mulheres negras, mas o movimento negro também deixou de lado as mulheres negras, porque ele era liderado por homens e ele tinha as pautas dos homens como prioridade, como luta, então as mulheres negras elas foram deixadas de lado pelos dois movimentos sociais e resolveram então criar o próprio.

Existem registros de organizações de mulheres negras por dentro da frente negra brasileira ainda na década de 30, existem também registros de mulheres nas décadas posteriores de 40 e 50, mas é na década de 1970 que as mulheres negras vão se organizar mais fortemente na luta pelos seus direitos. É dessa forma que o feminismo negro vai se constituindo.

Essas mulheres negras elas vão organizando várias reuniões para discutir as questões de gênero de raça, mas não somente isso, também discutir a sociedade como um todo, e vai acontecer então em 1988 o encontro nacional de mulheres negras e esse

encontro foi grande, ele foi um marco na história do feminismo negro brasileiro. As mulheres negras elas vão ganhando espaço tanto no movimento negro quanto no movimento feminista, tanto que em 1997 o 10º Encontro Nacional feminista brasileiro ele fica sob a responsabilidade das mulheres negras e vai ocorrer ali então um debate sobre as questões, também, de raça.

Uma das pautas que se discutiu nesse período em que se discute até hoje é como o racismo no Brasil ele atravessa todas as instituições, por exemplo, a mulher negra, alfabetizada, letrada e rica, mesmo assim na vida dela ela pode e provavelmente irá sofrer com episódios de racismo. Então nesse sentido de que o machismo, o racismo, eles são tão fortes na nossa sociedade que eles atravessam qualquer status social que uma pessoa possa ter.

Trazendo para contemporaneidade que acredito ser importante, falando sobre a mulher negra na mídia, a representação da mulher negra na mídia. Hoje nós vemos que as mulheres negras elas já começam a ser representadas por personagens que fogem de papéis de subordinação, porém ainda não é comum ter mulheres ou homens negros como personagens principais, como protagonistas. Podemos ver que a mídia ainda peca muito em algumas questões como por exemplo as pessoas com comportamentos inadequados, assaltantes, usuários de drogas, bêbados... enfim, são representados por atores ou atrizes negras. A mulher negra muitas vezes ainda é representada como aquela mulher que fala alto, que faz barraco, que faz intriga, que faz fofoca, ou então tem o seu corpo hipersexualizado, é colocado como objeto sexual, objeto para satisfação masculina. Outras mulheres negras então, elas são com padrões considerados como belo na nossa sociedade, então são altas, magras, então elas têm o que a sociedade aceita mais, então por isso elas tem alguns papéis dentro da mídia como mais parecido com o que a mulher branca tem, mas a gente nota que ainda existe isso da mídia, esse preconceito que se perpetuou.

Outro pecado que a mídia comete ainda, hoje muito menos né, mas ridicularizando pessoas negras por conta das vestimentas, das religiões de origem africana, o black face que é associando os traços físicos que são característicos da raça negra como traços feios, geram piadas que são inaceitáveis, mas que se tornam entretenimento. Enfim, todas essas questões ainda precisam ser discutidas, abordadas, justamente para que elas parem de ocorrer. A mídia ainda hoje faz esse tipo de representação que é condenável, que é errado e hoje a internet vem com muita força no sentido de combater esse e outros preconceitos,

porque todo mundo tem voz na internet, então na internet, nas mídias sociais as pessoas se reúnem e elas conseguem ter voz para combater esses preconceitos. É uma questão que a gente precisa continuar discutindo e trazendo à tona para que cada vez menos ocorra.

Chegamos aqui ao fim dessa reflexão, quis trazer um pouquinho sobre a negritude, sobre o feminismo negro, porque é importante, porque isso faz parte da vida de mais de 50% das mulheres brasileiras, então como esse é um podcast que é para as mulheres, para falar sobre o dia a dia das mulheres, a gente não consegue fazer isso sem falar sobre preconceito de raça. A gente não consegue falar de nada na nossa sociedade sem falar sobre o preconceito de raça, de racismo, porque ele faz parte de tudo o que a gente vive. Então é isso, quero agradecer por estarem comigo aqui hoje e muito obrigada, até a próxima.

#### REFERÊNCIAS:

RIBEIRO, Djamila. **O que é: lugar de fala?** / Djamila Ribeiro. -- Belo Horizonte (MG): Letramento: Justificando, 2017.

SILVA, Silvana B. G. da. **Feminismo Negro no Brasil: história, pautas e conquistas.** Politize, 2019. Disponível em: < [https://www.politize.com.br/feminismo-negro-no-brasil/?https://www.politize.com.br/&gclid=Cj0KCCQiAosmPBhCPARIsAHOen-Mt4\\_CE7DKoGZIrz0Db-aqItemvjNt\\_gNILF\\_mfNbP3jWyo-ztIBncaAs\\_YEALw\\_wcB](https://www.politize.com.br/feminismo-negro-no-brasil/?https://www.politize.com.br/&gclid=Cj0KCCQiAosmPBhCPARIsAHOen-Mt4_CE7DKoGZIrz0Db-aqItemvjNt_gNILF_mfNbP3jWyo-ztIBncaAs_YEALw_wcB)> Acesso em: 4 de dezembro de 2021.

#### 6.4 PODCAST 4 – O MACHISMO NA LITERATURA CLÁSSICA BRASILEIRA

Olá! Sejam muito bem-vindos a mais um episódio aqui do protagonismo feminino, hoje o nosso tema é sobre o machismo na literatura clássica brasileira. Então, para iniciarmos esse assunto eu gostaria de trazer uma publicação feita pelo site QG feminista onde eles analisam um livro de 2001 publicado com os cem melhores poemas do século. Logo na manchete o site traz a seguinte frase: machismo na literatura brasileira, o cânone tem sexo, cor e classe social. Realmente, não é difícil de perceber que na literatura clássica brasileira quem escreve os poemas, quem escreve os romances, quem escreve todos os gêneros literários são homens, brancos, heteronormativos e de altas classes sociais. Estamos falando da grande maioria, com certeza existem exceções, nessa análise mesmo que o site faz do livro que apresenta os cem melhores poemas brasileiros

do século, ele vai falar que não existe nenhuma autora negra, mas existem algumas mulheres, sim, inclusive uma dessas mulheres, que a Cecília Meireles, uma poetisa muito reconhecida, que a visibilidade que ela tem se aproxima a visibilidade que os homens têm. Que homens? Por exemplo: Carlos Drummond de Andrade, Manuel Bandeira...enfim, todos esses autores que são clássicos brasileiros. Com essas informações a gente já poderia suspeitar que a literatura clássica brasileira é machista, porque ela foi escrita por homens, principalmente, e dentro de um contexto machista. Então, tudo que eles produzem vai representar, inevitavelmente, a sua visão de mundo, logo a gente pode ver que a literatura clássica brasileira é machista sim, porque ela foi produzida por homens machistas, certo?

Então, peguei uma lista aqui com alguns clássicos brasileiros para que a gente pudesse dar uma olhadinha e analisar mais de perto cada um deles. Vou trazer aqui uma pequena análise de alguns livros, porque a gente sabe que o Brasil tem muitos clássicos literários, mas vamos avaliar somente alguns deles. Primeiro vou trazer o assunto sobre adultério, traição. Não tenho memória, não tenho registro, de nenhum clássico onde a traição do homem, produzida pelo homem, seja vista como algo ruim ou que seja muito grave. O que nós temos na literatura clássica brasileira são as traições que os homens fazem, mas que não é nada relevante para a história, que é algo esperado, que algo banal, que é algo até que forma o caráter dos personagens. Já quando tratamos do adultério feminino, ele já é algo muito maior, ele é algo visto como rebeldia, a submissão que é esperada pelas mulheres, então o adultério era muitas vezes uma das poucas expressões de rebeldia que essa mulher tinha alcance. Também por ter sido produzido em sua maioria por homens, né, a gente pode ver que a traição masculina ela tem esse caráter de mostrar que o homem é viril e forte e muito homem, enquanto a feminina é vista como algo terrível, desprezível, é muito, muito ruim, então tem essa diferença. Eu trouxe essa questão do adultério para a gente pensar um pouquinho sobre Dom Casmurro que é um dos grandes clássicos brasileiros de Machado de Assis e a história é de Bento ou Bentinho. Ele vai relatar a sua juventude, seu relacionamento com a Capitu, os ciúmes que ele tem... e isso se torna o foco principal do livro. A narrativa é através do ponto de vista do Bentinho, é o discurso dele, é o ponto de vista dele. A Capitu passa a ser representada como uma mulher submissa, como uma mulher que passa a afirmar essa estrutura patriarcal da sociedade, a voz dela é silenciada, nós não sabemos da Capitu por ela, nós sabemos somente através do Bentinho, então nós temos acesso essa mulher através de um

homem que possivelmente nunca entendeu ela da forma como deveria. Trazendo como exemplo esse clássico a gente já vê como é um clássico machista.

Outro clássico da literatura brasileira é Gabriela Cravo e Canela de Jorge Amado e nessa história também nós vamos ver que é uma obra marcada pela banalidade da dominação masculina. A obra vai narrar a história de um homem que vai matar a sua esposa e o amante dela para defender a sua honra. Claro, essa história foi escrita em 1950, então nós vamos ver que o que ele conta na história, as leis, tudo isso é diferente do que é hoje, mas mesmo assim é um clássico da literatura brasileira, ele mostra claramente que essa violência contra mulher é tido como algo banal, o corpo da mulher é banal, não existe uma preocupação muito grande da sociedade, então a culpada é a mulher, afinal de contas ela que traiu, então não interessa se ela foi morta, certo, então tem a honra do homem a ser defendida que é mais importante do que a vida de uma mulher. Essa é uma obra claramente machista e os clássicos trazem isso, não são só esses dois.

Vou falar agora um pouquinho sobre Macunaíma. Esse livro foi escrito por Mário de Andrade e ele vai se tornar um dos marcos do movimento modernista no Brasil. O autor vai buscar traços da identidade nacional, trazendo as características de um protagonista que é malandro, que é nascido na selva, chegado à cidade cheio de heranças indígenas, e no decorrer do texto vai aparecer trechinhos onde a mulher é muito respeitada, então a violência contra mulher no livro Macunaíma é banalizada, a figura feminina é muito desrespeitada em diversos momentos, certo, então ele vai falando sobre violência, sobre assédio, como se fosse algo banal. Quase todas as personagens femininas do livro são descritas como mulheres submissas que aceitam tudo assim de bom grado, todos esses desrespeitos masculinos.

O último livro que eu vou trazer aqui é um livro que me marcou muito porque eu lembro de ter ido quando eu era bem jovem, acho até que não era apropriado para minha idade, mas foi o livro O Cortiço de Aluísio Azevedo. É um livro que marca o naturalismo brasileiro, escrito no século 19, então ele vai tratar do início do crescimento das cidades brasileiras, do processo de civilização do Rio de Janeiro. A gente pode ver no Cortiço que a mulher ‘machona’, falando assim, ela é muito mal vista, ela é muito criticada pela sociedade ali do livro, e ela não é bem vista. Tem outra personagem então, a Rita Baiana, que ela tem características bem femininas, bem sensuais, mas dizem que ela tem um marido muito ruim, então a partir desta personagem, da Rita Baiana, vai entrar a questão da violência contra mulher, para vocês vem com isso é comum e recorrente nesses livros

clássicos, porque era algo comum e banal, era algo corriqueiro, do dia a dia, e se a gente for analisar os números do Brasil hoje em relação à violência contra mulher ainda é algo corriqueiro e banal, ainda a gente vê que acontece isso diariamente com muitas mulheres. Os Clássicos trazem isso, eles trazem as mulheres como objetos e trazem a violência como algo natural, O Cortiço ainda ele vai trazer assim uma ideia de que as personagens que decidem romper esses comportamentos que são esperados pelo gênero feminino, dessas feminilidade, dessa passividade, são as mulheres que vão sofrer, então, essas mulheres que são rebeldes elas vão ter que aceitar a violência, elas vão ter que ser infelizes, elas vão ter que ser amarguradas, o livro traz essa ideia, essa aceitação.

Então gente, depois desta breve análise dos livros, destes clássicos, claro que existem inúmeros outros, mas escolhi estes para falar aqui para vocês um pouquinho. Depois dessa análise a gente pode concluir que, bem resumidamente, que sim, os clássicos são machistas porque eles foram escritos por homens do seu tempo, então homens machistas, não tem não tem muito o que a gente possa fazer, o que a gente pode lutar é para que tenham mais escritora mulheres, mulheres negras, escrevendo e produzindo conteúdo para que a gente possa então tentar se igualar nessa questão também. Certo, gente? Muito obrigada, agradeço por ter ficado comigo até aqui e até a próxima, grande abraço.

#### REFERÊNCIAS:

MACHADO, Tainara. **Os clássicos são machistas?** 2017. Disponível em: <<http://www.achadoselidos.com.br/2017/04/17/diva-os-classicos-sao-machistas/>> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

MAIORES E MELHORES. **Conheça 21 dos maiores clássicos da literatura brasileira.** Disponível em: <<https://www.maioresemelhores.com/classicos-da-literatura-brasileira/>> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

QG Feminista. **Machismo na literatura brasileira: o cânone tem sexo, cor e classe social.** Disponível em: <<https://medium.com/qg-feminista/misoginia-na-literatura-brasileira-26c83d64b31>>. Acesso em 18 de janeiro de 2022.

WERNER, Priscila Cardoso. **Entre cravo e canela a opressão era da Gabriela: a violência no corpo feminino como banalidade da dominação masculina.** Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2017, ISSN 2179-510X. Disponível em: <[http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499447262\\_ARQUIVO\\_Artigo-UFSCJorgeAmado-Gabriela07.07ultimo.pdf](http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499447262_ARQUIVO_Artigo-UFSCJorgeAmado-Gabriela07.07ultimo.pdf)> Acesso em 18 de janeiro de 2022.

## 6.5 PODCAST 5 – MULHERES E A INVISIBILIDADE HISTÓRICA

Olá! Sejam muito bem-vindos a mais um episódio aqui do protagonismo feminino e hoje o nosso tema vai ser: mulheres e a invisibilidade histórica. Vamos lá então né gente, porque que é importante que as mulheres apareçam quando a gente conta uma história? Quando a gente estuda história, desde o ensino fundamental, passando pelo ensino médio, a história oficial, por muito tempo, ela foi somente uma história de grandes heróis, de grandes homens, que viraram símbolos nacionais, heróis nacionais, sempre homens e sempre simbolizando esse poder masculino. Enquanto a mulher, nessa perspectiva, parece que ela nem existe, que ela passa à margem da sociedade, a margem de tudo isso que está acontecendo na sociedade.

Embora essa história tradicional tenha se esquecido, as mulheres nunca estiveram ausentes da história, elas sempre foram seres participantes e o que se fala da invisibilidade histórica das mulheres é que não é que se queira agora simplesmente inserir as mulheres na história, porque elas sempre estiveram lá, elas sempre participaram tanto das pequenas coisas que nós estudamos na escola, como dos grandes acontecimentos históricos, elas sempre estiveram lá. Ensinar história incluindo as mulheres é isso, é uma forma de tentar promover a igualdade, a equidade de gênero, provando então que as mulheres são importantes na perspectiva histórica, elas não passaram à margem da sociedade,

Uma questão importante é que o feminino, ele sempre é associado ao sexo frágil, essa mulher feminina, então quando a mulher participou de grandes guerras, grandes revoltas, conflitos armados... muitas vezes essa história é apagada nessa tentativa de manter a aparência de um sexo frágil. Quando se estuda no Brasil a segunda guerra mundial, por exemplo, quase não se fala que mulheres brasileiras foram, que viajaram como enfermeiras para os campos de batalhas na Itália, só se fala dos Pracinhas, da Força Expedicionária Brasileira, dos homens que foram, não se fala das mulheres que também foram e passaram por esse processo histórico junto com os homens.

Outra questão é que o poder público por intermédio de iniciativas legislativas reconhece apenas sete personagens femininas como heroínas, isso representa apenas 15% de todos esses nomes que são inscritos. Então, as mulheres são 50% da população, um pouquinho mais de 50% da população brasileira, mas apenas 15% é tida como heroína nacional, então para a gente comparar essa desigualdade histórica.

Outro ponto que merece atenção é sobre o voto feminino, por exemplo, quando se fala em 1932 que foi promulgado o direito das mulheres de votar, raramente nos livros de história da escola a gente encontra referência as sufragistas, nós não encontramos nenhuma referência falando que essas mulheres lutaram pelo direito de votar, simplesmente, no livro de história, parece que em 1932, simplesmente o governo Vargas concedeu esse direito ao voto, sem nenhuma luta das mulheres. Então todos esses pontos que eu estou colocando aqui dão uma ideia do que é essa invisibilidade histórica das mulheres.

Essa fala não serve somente para você mulher historiadora, ela serve para qualquer mulher, qualquer mulher que esteja dentro da sociedade brasileira e mundial, dentro do seu contexto, pode observar que essa invisibilidade na história afeta sim a forma como nós nos percebemos participantes de uma sociedade. Então gente, depois dessa reflexão, que a gente pode reparar em vários pontos da história que as mulheres foram excluídas, simplesmente não aparecemos, nós podemos perceber como o machismo ele inicia desde muito cedo na nossa vida, desde que a gente começa a conviver com outras crianças, desde que a gente é inserida na escola, aprendendo história. Então, queria deixar mesmo essa reflexão para vocês, para que vocês possam também reparar nisso a partir de agora, já que sabemos que muitas vezes a gente nem percebe, né. Então é isso gente, muito obrigada por ter ficado comigo até aqui e um grande abraço, até a próxima.

#### REFERÊNCIAS:

ORÍÁ, Ricardo. **A invisibilidade das mulheres na História**. Instituto Brasileiro de Direitos Culturais, 2021. Disponível em: <<https://www.ibdcult.org/post/a-invisibilidade-das-mulheres-na>

hist%C3%B3ria#:~:text=Essa%20invisibilidade%20na%20Hist%C3%B3ria%20deve,n%C3%A3o%20foi%20por%20elas%20escrita.&text=Essa%20mesma%20historiadora%20expressa%20de,da%20pol%C3%ADtica%20e%20da%20guerra.> Acesso em: 22 de janeiro de 2022.

TEDESCHI, Losândro Antônio. **O fazer histórico e a invisibilidade da mulher**. OPSIS, vol. 7, nº 9, jul-dez 2007.

VEIGA, Edison. A luta para tirar mulheres da invisibilidade histórica. Made for Minds, 2020. Disponível em:< <https://www.dw.com/pt-br/a-luta-para-tirar-mulheres-brasileiras-da-invisibilidade-hist%C3%B3rica/a-55037656>> Acesso em 22 de janeiro de 2022.



## **6.6 PODCAST 6 – REPRESENTAÇÕES DO FEMININO E CONCEITO DE BELEZA**

Olá! Sejam muito bem-vindos a mais um episódio aqui do Protagonismo Feminino e hoje o nosso assunto é: as representações do feminino e o conceito de beleza. Inicialmente eu vou começar falando sobre o conceito de beleza e como ele se modificou ao longo do tempo.

Durante o período que é conhecido como pré-história, então durante esse período onde não existia a escrita, as mulheres eram representadas com grandes volumes, por exemplo, com seios volumosos, com quadris volumosos.... Isso, talvez, é o que se pensa, quisesse apenas ressaltar as características da fertilidade feminina, por isso se acentua os volumes. Como é um período onde ainda não tem escritos, isso faz com que a gente tenha poucas informações sobre as mulheres desse período. A gente acredita que essas representações correspondem a um ideal de beleza dos homens e das mulheres primitivas.

Posteriormente a isso, já na antiguidade, a primeira tentativa de padronização da beleza humana de que temos registro é na Grécia antiga. Na Grécia o modelo de beleza deveria combinar, harmonia, equilíbrio e valorizar as medidas proporcionais. Isso também nas artes e na arquitetura. O culto ao corpo previa que os homens fossem fortes, tivessem músculos aparentes. Os exercícios físicos também eram comuns às mulheres, mas elas não se expunham ao sol, porque o bronzeado não era visto como belo.

Após esse período, já na Idade Média, a Grécia passa a receber influências da cultura Judaica e Cristã e as representações de corpos nus, de corpos expostos, eles vão dar lugar a corpos recatados, especialmente o corpo feminino. O conceito de beleza estava conectado ao divino, ao plano espiritual, às virtudes morais. A mulher nesse período para ser considerada bela deveria seguir a figura da Virgem Maria.

Durante o Renascimento as mulheres vão ser consideradas belas quando elas têm um corpo mais cheinho, um corpo com seios generosos, com quadris largos.... Então esse vai ser o ideal de beleza desse período. As mulheres tinham uns vestidos volumosos, mas a cintura sempre marcada pelo uso de espartilho, podia mostrar um pouquinho ombros. Esse vai ser o ideal de beleza durante o período renascentista.

Posterior a isso, nos anos 1920, o conceito de beleza muda, então ele exalta um corpo feminino cilíndrico, cintura, seios, quadris, eles deveriam ter uma medida parecida.

Por isso a moda se adapta a isso e ela vai então tentar disfarçar as curvas que são naturais do corpo feminino. Elas vão usar vestidos com a cintura mais baixa tentando equilibrar o corpo, deixando mais reto.

Já nos anos 1980/1990 os padrões de beleza vão mudar. Agora é considerado belo as mulheres altas, magras, com curvas, mas magras né, então são curvas, com seios avantajados, com quadris, mas sendo magras, um corpo forte, esbelto. Essas mulheres, com esses atributos, eram tidas como poderosas. Diferente dos anos 1920 onde as mulheres tentavam disfarçar os seios, inclusive amarrando eles, tentando reprimir essa curva natural do corpo, na década de 1980/1990 elas começam a buscar por silicone.

Os anos 2000 foram marcados por mulheres extremamente magras e isso vai fazer com que se tenha números muito grandes de meninas com anorexia e bulimia e outras disfunções que são ligadas à alimentação. Também, somado a isso, o Photoshop passa a mostrar esses corpos ideais nas capas de revista, tudo isso faz com que seja uma beleza impossível de ser alcançada.

Hoje em dia, desde 2015, eu tenho percebido que a mídia mudou o conceito de beleza. O conceito de beleza ainda são as mulheres 'padrão' que são mulheres brancas, magras, de cabelos esvoaçantes, longos..., mas o discurso de inclusão de diversos corpos, esse discurso foi apropriado pela mídia, isso até pode ser considerado algo bom porque depois disso nas propagandas, por exemplo, agora aparecem corpos plurais. Isso até se tornou uma forma de propaganda de muitas marcas e as marcas passaram a se apropriar desse discurso de corpos plurais, de que as mulheres têm corpos diferentes entre si, que não existe um padrão, que somos belas da forma como nascemos, enfim, esse curso foi comprado pela mídia e está sendo vendido para nós. Apesar de percebermos que a mídia comprou essa ideia de corpos plurais, ela ainda faz esse jogo de manutenção, então ao mesmo tempo em que as propagandas estão voltadas, muitas delas né, a corpos, mas de pessoas comuns, de mulheres comuns e normais, a gente tem as grandes famosas que fazem essa manutenção dos do conceito de beleza, de mulher branca, magra. Esse conceito padrão, isso faz com que a gente ainda tenha uma dificuldade nas nossas relações com os outros e conosco porque as mulheres sentem ainda essa pressão de que é preciso ser ou parecer esse padrão que a sociedade exige, mas podemos perceber também que essa instalação nas nossas mentes de um conceito de um padrão de beleza está muito ligada a sociedade Consumista que nós vivemos hoje, a uma sociedade capitalista, porque esse culto ao corpo vende muito. Então as mulheres, e os homens também, mas as

mulheres gastam muito dinheiro em busca dessa beleza que é, muitas vezes, inalcançável. E também na busca da jovialidade duradoura, infinita e permanente que é algo que não existe, mas nós vemos que o padrão de mulher bonita é ser jovem. Não temos no Brasil, frisando isso, não temos no Brasil um padrão de beleza associado a mulheres de mais idade, a beleza é vista na juventude, a beleza é representada como um dever cultural, em contrapartida a isso as pessoas que fogem ao padrão, pessoas obesas por exemplo, elas estão em um lugar diferente, elas chegam aos dias atuais como excluídas, então ser magro, ser belo, ser jovem... essa aparência é extremamente valorizada na contemporaneidade e essa estética que norteiam essa ideia de que para ter reconhecimento social o único caminho é estar dentro do padrão de beleza que é estipulado pela sociedade e quando a gente não consegue alcançar esse padrão, a busca por esse padrão que não atingimos, ele traz baixa autoestima, depressão, transtornos psicológicos, transtornos alimentares... tudo isso então, dentro desse terrorismo contemporâneo em relação a beleza, ao corpo que nós precisamos ter para sermos felizes, como nos é vendido essa ideia. Na contemporaneidade nós temos um agravante, porque antigamente, nos séculos que se passaram, as mulheres podiam dizer que é culpa da natureza, que elas nasceram assim, porque não existiam todas essas formas que nos vendem para termos o corpo padrão. Hoje a responsabilidade é colocada no indivíduo, então é como se o indivíduo não se cuidasse, a mulher se negligencia, ela é responsável... esse peso é muito maior na contemporaneidade. O corpo foi transformado em mercadoria, os corpos eles são transformados, transfigurados, construídos, reconstruídos... de acordo com os modelos que são estabelecidos pela sociedade, pela mídia que tenta nos vender roupas e produtos para emagrecer com as representações que estão por toda parte de mulheres belas, então tudo e isso faz parte do mundo contemporâneo e dessa forma, de tentar lucrar em cima, inclusive do corpo.

Gente por hoje era isso, quero deixar essa reflexão para vocês de que nós precisamos nos amar como somos porque a indústria de tempos em tempos vai mudar esse padrão de beleza, vai fazer com que a gente queira alcançá-los a todo custo porque eles lucram com isso, então vamos nos amar, vamos respeitar esse templo que é o nosso corpo e muito obrigada gente, até a próxima.

#### REFERÊNCIAS:

FRAGA, Andréia Porto. **Do corpo ao corpo: representações do feminino na Arte e na Publicidade**. Universidade Luterana do Brasil, 2011. Disponível em:

<file:///C:/Users/Eduardo%20Dornelles/Downloads/representa%C3%A7%C3%B5es+d  
o+feminino+na+arte+e+publicidade\_andreia+fraga.pdf> Acesso em: 29 de janeiro de  
2022.

MIRANDA, Inês G. B. B. **As representações da estética do corpo feminino.** Dissertação de Licenciatura apresentada à faculdade de Desporto da Universidade do Porto, 2008.

SEMIS, Laís. **Como o conceito de beleza se transformou ao longo dos séculos?** Nova Escola, 2014. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/3414/como-o-conceito-de-beleza-se-transformou-ao-longo-dos-seculos>>. Acesso em 29 de janeiro de 2022.

SUENAGA, Camila. Et. Al. **Conceito, Beleza e Contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética.** Universidade do Vale do Itajaí, 2012. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>> Acesso em 29 de janeiro de 2022.