

Encenando Gênero - A Representação Feminina na Mídia: O Discurso da Revista Veja sobre o caso de Assédio da Figurinista da Rede Globo contra o Ator José Mayer¹

Marislei da Silveira RIBEIRO²
Maria Manuel BAPTISTA³
Universidade Federal de Pelotas, RS
Universidade de Aveiro, Portugal

Resumo

A história das mulheres não operou as mudanças esperadas pelas feministas da década de 1970. Seu reconhecimento acadêmico é incipiente e suas estruturas institucionais, ainda bastante insuficientes. Ao longo do desenvolvimento da Civilização Ocidental, na cidade, nos saberes, nos poderes, a diferença entre os gêneros se anuncia como uma das maiores questões do século XXI. A história do gênero feminino, indubitavelmente, insere-se nessa perspectiva. Sendo assim, neste artigo buscar-se-á conhecer, mediante amparo dos Estudos Culturais e Análise de Discurso (ORLANDI, 2007), como a produção e a recepção de mídia, em especial, a revista *Veja*, articulada à cultura contemporânea, interfere na constituição identitária das mulheres. Cabe ressaltar que a mídia colabora no processo de constituição dos sujeitos em diferentes gêneros e produz identidades particulares.

Palavras-chave: gênero; representação feminina; mídia; discurso; revista veja

Introdução

Muitas das profundas mudanças na estrutura familiar, na sociedade ocidental, aconteceram no final da década de 1960, com os movimentos de emancipação feminina. Essas mobilizações influenciaram o meio acadêmico, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, cujas pesquisas suscitaram diversas análises sobre os estudos de gênero, nas esferas política, econômica e social.

Assim, as questões de gênero se afirmaram devido à expansão das fronteiras teóricas das críticas feministas, que, desde a década de 70, vêm sendo discutidas em

¹ Trabalho apresentado no DT8 – Estudos Interdisciplinares do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC/RS. Professora Adjunta do Curso de Jornalismo da UFPel. Coordenadora do Grupo de Pesquisa: Mídia e Representação Feminina da UFPel e Colaboradora do Grupo de Pesquisa: Estudos Culturais e Audiovisualidades da UFSM, email: marisrib@terra.com.br

³ Doutora em Cultura pela Universidade de Aveiro. Docente, pesquisadora e diretora do Programa Doutoral em Estudos Culturais na Universidade de Aveiro e do Minho. Colaboradora do Grupo de Pesquisa: Estudos Culturais e Audiovisualidades da UFSM, email: mbaptista@ua.pt

diferentes perspectivas da relação entre os sexos. Daí, a relevância de estudar os fatores que vêm interferindo nas transformações de comportamentos, crenças, opiniões e atitudes das representantes do gênero feminino.

Nesse contexto, os estudos na área de comunicação, tanto no Brasil, como em Portugal, bem como em outros países europeus e latino-americanos, têm merecido destaque nas mediações da comunicação social nos processos culturais identitários. Nesse sentido, diversos autores vêm investigando o desempenho da mediação das mídias nas diferentes representações, explicitando as estratégias utilizadas pelos meios de comunicação, ao priorizar alguns discursos e ao subtrair outros.

Assim, este artigo, tendo como pilares, Gênero, identidade feminina, cultura, representação e mídia, pretende inicialmente, analisar a representação feminina nas páginas da Revista Semanal Veja, no dia 12 de Abril de 2017, em especial, sobre a denúncia da figurinista da Rede Globo Suslem Tonanio no caso de Assédio envolvendo o ator José Mayer, assim como sua produção, discurso, linguagem, e os consequentes reflexos na recepção da audiência feminina.

O caráter teórico-metodológico desta pesquisa será construído sob o amparo dos estudos culturais, buscando-se encontrar uma linha de reflexão que se efetive nas especificidades articuladas pela cultura midiática vinculada à formação de identidades de gênero feminino. Também utilizar-se-á, os procedimentos e princípios metodológicos da Análise de Discurso da autora Eni Orlandi (2007) e de Marcia Benetti (2007).

Seguindo essa metodologia, o presente trabalho pretende contemplar, em sua temática, discussões acerca da construção histórica e cultural do gênero feminino, com suas representações e estereótipos, a partir da constituição de identidades, intermediada pela cultura midiática da contemporaneidade. Essa cultura está latente em discursos plurais, como, por exemplo, nos programas televisivos de narrativas melodramáticas, nos telejornais, nas revistas, nas mensagens cinematográficas, nas campanhas publicitárias e na mídia digital, entre outros.

Em síntese, o enfoque privilegiado neste artigo é desafiador e instigante, já que nos estudos contemporâneos de gênero e da cultura em geral, a base está firmada, de uma maneira geral, na materialidade do discurso. Além disso, a construção da identidade feminina, nas suas relações sociais e culturais, configura-se complexa, inacabada e em processo de constante mudança.

1 Encenando Gênero

No conjunto dos movimentos teóricos plurais, o termo gênero costuma ser incorporado e utilizado de duas maneiras. Por um lado, gênero vem sendo usado com um conceito contrastante ou complementar à noção de sexo biológico, ao referir-se aos traços de personalidade, atitudes e comportamentos que as culturas determinam aos corpos sexuados. Conforme essa abordagem parte-se do pressuposto de que a sociedade e a cultura agem sobre uma biologia humana que as antecede.

Em contrapartida, o termo gênero tem sido aplicado pelas feministas pós-estruturalistas, com o propósito de destacar que a sociedade atua não só sobre a personalidade ou comportamento, mas também, sobre os modos como o corpo, a beleza física e o sexo se tornam visíveis em determinados contextos. Partindo desse pressuposto, tal conceito problematiza noções que remetem a modos de ser e sentir, assim como ideias, biologicistas, de corpo, de sexo e sexualidade. Daí, resultam relevantes mudanças epistemológicas e políticas para os estudiosos e ativistas de movimentos sociais (MEYER, 2004).

Assim, com os Estudos de Gênero, mulher e homem constituem-se em categorias de análise que funcionam, desde que compreendidas de forma relacional, mediante uma perspectiva sociocultural. Conforme essa visão, estudar as relações de gênero na área da Comunicação envolve não só considerar os aspectos relacionais, mas também investigar as relações de poder que se estabelecem por meio da difusão do conhecimento e dos sentidos produzidos socialmente sobre o que deve ser entendido como feminino ou masculino.

Segundo essa linha pensamento, são numerosas as distinções que surgiram e surgem a partir da diferenciação dos gêneros, estando presentes nas mais diversas áreas do conhecimento, bem como na sua divulgação, configurada na produção cultural da realidade cotidiana. Para Sabat (2005, p. 104-105):

Desde a década de 1970, grupos de mulheres têm buscado o direito de se auto-representar nas mais diversas instâncias da sociedade, pois há muito têm sido narradas pelo discurso hegemônico masculino. Também em décadas recentes grupos de pessoas têm buscado o reconhecimento de suas identidades sexuais, como gays e lésbicas, por exemplo.

Nesse sentido, a discussão do caráter relacional entre os sexos possibilita afastar o binarismo de dois polos opostos, considerados imutáveis e estanques, nos quais o poder é identificado com base em um movimento de verticalidade, no qual o masculino ocupa a posição superior. Levando em conta a cristalização do conceito de gênero nessa

concepção, é importante analisar as relações entre mulheres e homens, em diferentes sociedades, uma vez que a sexualidade é também política, e as identidades sexuais são construídas em âmbito sociocultural.

Para Judith Butler (2003, p.7), os debates femininos na atualidade sobre o significado do conceito de gênero, têm levado uma certa problemática, “como se sua indeterminação pudesse culminar finalmente num fracasso do feminismo”. Portanto, o gênero é um dos eixos centrais que organizam as experiências no mundo social. Dessa forma, onde existem desigualdades que atendem a padrões de gênero, as posições relativas de mulheres e homens ficam definidas, mesmo que o gênero não faça tal definição isoladamente, mas sim, numa vinculação representativa de classe, raça e sexualidade.

Nesse processo de lutas, o feminismo transformou sua agenda, bem como a maneira de refletir acerca do mundo social. Para as primeiras mulheres estadunidenses do século XIX, a título de exemplificação, obter o direito ao voto seria o “Milênio para as mulheres”. Isso, porque a conquista de direito de votos foi, durante muitas décadas, o foco do movimento de mulheres. Entretanto, a frágil e escassa presença feminina nas esferas de poder após a conquista desse direito, evidenciou a necessidade identificar outros mecanismos de exclusão e abolir restrições consignadas em lei (MIGUEL, 2014).

Enfim, ao refletir-se acerca da perspectiva sociocultural das relações entre homens e mulheres no mundo, nas últimas décadas, percebe-se que houve avanços na educação, com o crescimento do índice de mulheres escolarizadas e qualificadas, com elevação do número delas no mercado de trabalho e maior presença nas esferas de poder e nas funções de liderança, tanto públicas, quanto privadas. Contudo, as conquistas foram parciais, não obstante o desenvolvimento social atingido durante o século XXI, uma vez que, ainda, existem muitas barreiras a serem superadas, bem como obstáculos que necessitam ser identificados e inseridos no centro das políticas públicas, a fim de que os direitos das mulheres sejam priorizados.

2 Identidade, Cultura

A identidade feminina não se constitui apenas sob o papel da díade mãe-mulher, muito menos em relação à renúncia às formas corpulentas e às antigas submissões, consideradas anteriormente como símbolo de fertilidade e maternidade. Em oposição, a identidade feminina se estabelece particularmente a partir da manutenção do corpo numa sociedade que preconiza as mudanças.

Como reforça Lipovetsky (1987), o padrão feminino foi construído há cem anos, junto à metamorfose da cultura de massa, em especial, no período das transformações, protegidas estritamente pela conquista gradativa de mais liberdade, a partir da evolução dos métodos contraceptivos e do surgimento de novas carreiras profissionais.

Stuart Hall (2015) distingue três concepções de identidade: a do sujeito do Iluminismo; a do sujeito sociológico; e a do sujeito pós-moderno. A primeira fundamenta-se numa visão da pessoa humana como um indivíduo completamente centrado, unificado, com capacidade de raciocinar, conscientizar-se e agir, tendo uma existência interior que emergia com o nascimento e se desenvolvia ao longo da vida, porém não apresentava modificações substanciais. “O centro essencial do ‘eu’ era a identidade de uma pessoa” (HALL, 2015, p. 111), numa concepção individualista do sujeito e da identidade dele, porquanto o sujeito do Iluminismo era comumente reconhecido como masculino.

Por sua vez, a ideia de sujeito sociológico é reflexo da complexidade crescente do mundo moderno e da consciência de que o mundo interior de cada sujeito não tem autonomia, nem autossuficiência, mas se constrói na relação com outras pessoas consideradas importantes para esse sujeito. Essas pessoas fazem a intermediação de valores, sentidos e símbolos, que constituem a cultura dos universos nos quais o homem ou a mulher está inserida. Sob essa ótica, a identidade é formada pela interação do “eu” com a sociedade, sendo o sujeito construído mediante um diálogo contínuo com as identidades que esses mundos colocam à disposição.

Já a concepção do sujeito pós-moderno não apresenta uma identidade fixa, nem essencial. De acordo com Hall (2015, p.11), a identidade torna-se uma “celebração móvel”, transformada continuamente em suas representações nos sistemas culturais. Tal identidade é histórica, e não biológica. Sendo assim, o sujeito assume identidades diferenciadas em momentos diferentes, não unificadas em torno de um “eu” coerente.

Sendo assim, no mundo cultural pós-moderno, a mulher e o homem precisam adaptar-se às novas realidades, construindo diferentes identidades de acordo com as influências do contexto ao qual pertencem. São as mudanças em ritmo acelerado que interferem na construção de identidades continuamente mutáveis. Somam-se a isso, o fato de que nas discussões sobre gênero, o feminismo, tornou-se uma das importantes características da cultura pós-moderna.

Em consonância com o conceito de identidade pós-moderna, na contemporaneidade, o cuidado com o corpo assume uma dimensão central na construção da identidade feminina, podendo transformar-se em uma forma de narcisismo. Bordo (1997) completa assinalando que a cultura inscreve seus sinais nos corpos, sendo o corpo, um texto da cultura. Fazer exercícios físicos, malhar, recorrer a procedimentos cirúrgicos, entre outros, podem não significar formas para atrair o olhar masculino, mas podem representar a própria satisfação em expressar-se e ver-se embelezada (CASTRO, 2007).

Nessa perspectiva, o culto ao corpo e o embelezamento são características da pós-modernidade que permitem à mulher tanto identificar-se quanto integrar-se à sociedade, ao manter seus traços pessoais como uma necessidade de separação. É possível que essa combinação se torne uma estratégia de distinção e, ao mesmo tempo, de acentuação da identidade, embora a possibilidade de imitação seja universal na cultura contemporânea.

Já com relação a abordagem sobre o conceito de cultura, trata-se de um termo amplo e complexo, que abrange vários aspectos da vida dos grupos humanos. Para Santaella (2003), o termo cultura, nas várias concepções – social, intelectual e artística – constitui uma metáfora cuja origem é a própria palavra latina *cultura*, que significa etimologicamente o ato de cultivar o solo, trabalhar a terra, para que esta possa produzir e dar frutos. Por essa razão, a autora sustenta que cultura é vida, por se transformar em mais vida, desdobrando-se constantemente.

Já, de acordo com Thompson (2011), cultura refere-se ao mundo sócio-histórico formado por grande número de significados, contemplando uma variedade de fenômenos, hoje compartilhados por estudiosos de diversas disciplinas, como sociologia, antropologia e crítica literária, por exemplo. Esse autor enfatiza as concepções antropológicas da cultura, denominadas concepção descritiva e concepção simbólica.

Dessa forma, estabelece as distinções entre elas:

A concepção descritiva de cultura refere-se a um variado conjunto de valores, crenças, costumes, convenções, hábitos e práticas características de uma sociedade específica ou de um período histórico. A concepção simbólica muda o foco para um interesse com simbolismo: os fenômenos culturais, de acordo com esta concepção, são fenômenos simbólicos e o estudo da cultura está essencialmente interessado na interpretação dos signos e da ação simbólica.

Consequentemente, a segunda concepção é um ponto de partida para a abordagem construtiva dos fenômenos culturais, visto que os seres humanos são produtores e receptores tanto de expressões linguísticas significativas, quanto de construções não-linguísticas, tais como: gestos, atitudes, ações, objetos, obras de artes e materiais de variados tipos, entre outros.

Ainda, segundo Thompson (2011, p.175), ao estudar a cultura, entra-se “em emaranhadas camadas de significados, descrevendo e redescrevendo ações e expressões que são já significativas para os próprios indivíduos”, os quais põem em prática, recebem e interpretam ações e expressões no decurso de seu cotidiano.

Outra importante teórica dos problemas de Gênero e práticas culturais, Butler (2003, p.28) ao comentar sobre a força do feminismo, fala de uma mudança e coloca que a força política do feminismo deixa de existir somente num caráter pré-discursivo, para concentrar-se na desnaturalização das práticas de significação. “Os limites da análise discursiva do gênero pressupõem e definem por antecipação a possibilidade das configurações imagináveis e realizáveis do gênero na cultura”. A autora sugere uma discussão ampla dos termos identidade e cultura, fora dos limites filosóficos, no que concerne a identidade pessoal, somente ligado à característica interna da pessoa. A autora levanta várias questões, tais como: “em que medida as práticas reguladoras de formação e divisão do gênero se constituem a identidade, a coerência interna do indivíduo, ou o status auto-idêntico da pessoa? Em que medida é a identidade um ideal normativo?”.

De acordo com Favaro, (2002), não raro, é papel das mulheres preservar e repassar a cultura que percorre e define as relações sociais, isto é, numa determinada visão de mundo. Por essa razão estudar e compreender o universo feminino, com base em suas formas de pensar e agir, constitui-se em uma metodologia que possibilita recompor um dado contexto social, em determinado período, contemplando sua dinâmica, suas perspectivas e seus limites.

3 Representação e Estereótipos Femininos

Na discussão sobre estereótipos femininos Wolf (1992), Oliveira (2009), Lipovetsky (1997), apresentam similaridades no estudo de alguns estereótipos. Suas reflexões sobre representação feminina, no que tange a beleza, enfocam posições que se criaram ao longo do tempo e contribuem para uma análise mais ampla dessas representações, que repercutem na contemporaneidade.

Naomi Wolf (1992), respeitada representante do movimento feminista, relativizando historicamente a representação do corpo feminino, seu padrão ideal e, ainda, o padrão de feminilidade, traz à tona os aspectos ideológicos que permeiam essa temática. Questões da historicidade, cujo conhecimento privilegiado no que tange ao estudo do corpo, têm exposto sua articulação direta com os interesses econômicos, padrões culturais e sociais, além de teorias apresentadas em cada época.

Segundo a autora,

a qualidade chamada beleza existe de forma objetiva e universal. As mulheres devem querer encarná-la [...]. Encarnar a beleza é uma obrigação [...], situação essa necessária e natural por ser biológica, sexual e evolutiva [...]. A beleza da mulher tem relação com sua fertilidade; e, como esse sistema se baseia na seleção sexual, ele é inevitável e imutável (WOLF, 1992, pp.14-15).

Essa afirmativa ressalta o fato de as mulheres necessitarem competir entre si por meio da beleza, o que configura situação inversa pela qual a seleção natural atinge outros mamíferos na reprodução. Segundo Wolf (1992), a insegurança feminina está ligada à aparência física, ao corpo, ao rosto, ao cabelo, às roupas.... Essa autora sugere que a mulher, para ter sucesso, precisa ser bonita e perfeita, além de seguir os padrões estabelecidos pela mídia. Além disso, trata-se de estabelecer a beleza como condição do avanço profissional da mulher.

Desse modo, a manipulação do mercado abrange e influencia um número cada vez maior de mulheres que recorrem a “indústrias poderosas” (Idem, *ibidem*), como a das cirurgias plásticas estéticas e as das dietas, as quais se intensificaram a partir “do capital gerado por ansiedades inconscientes”, conseguindo, mediante a interferência da cultura de massa, incentivar e reforçar o mito da beleza, principalmente, pela ação da mídia. Esta apresenta um discurso de culto à beleza, divulgando padrões estéticos femininos a serem seguidos (Wolf, 1992, p.21).

Nesse sentido, a observação de Wolf (1992) sobre o discurso midiático chama atenção, também, para a pesquisa de Ana Cláudia de Oliveira. Para a educadora, a mídia sempre que fala da figura do corpo feminino, “classifica ou elege determinadas configurações corpóreas e identitárias”, pois, ao regular a maneira feminina de se fazer presente, provoca representações sociais “que, compartilhadas no coletivo, apontam para a consolidação de estereotipias” (OLIVEIRA, 2009, p.23).

Nessa perspectiva, os estereótipos estão associados às crenças cultural e socialmente compartilhadas no que diz respeito a comportamentos de um grupo de

peças que tendem a enfatizar, nas suas atitudes, o que há de similar em determinadas categorias, objetos e situações. Assim, norteiam suas ações a partir desses modelos estereotipados (Idem, *ibidem*).

Dessa forma, os estereótipos, além de estabelecerem padrões comportamentais a serem seguidos pelas mulheres, são capazes de discriminar aquelas que não seguem o modelo determinado. Ainda, para essa pesquisadora, o estereótipo passa a ser classificado como a única verdade existente, pois “uma característica marcante dos estereótipos é a capacidade de promover a cristalização de percepções e valores, mesmo diante da evidência de informações contrárias” (OLIVEIRA, 2009, p.23). Por conseguinte, as mulheres, movidas pelo conceito do corpo perfeito em primeiro plano, já que os estereótipos são vastos diante do domínio público, aceitam os papéis que lhe são atribuídos nas temáticas da beleza e sedução. Lipovetsky afirma que essa cultura não se limita apenas a colocar as mulheres umas contra as outras. Ela vai além, divide e fere cada mulher em si. Para o autor, o código da beleza funciona como uma espécie de “máquina política”, visto que reorienta os sonhos, expectativas e a autoestima feminina (LIPOVETSKY, 1997).

4 Pressupostos Teóricos-Metodológicos

Em seu artigo sobre Histórias de mulheres trabalhadoras, mídia e construção identitária: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal, Baptista e Escosteguy (2014, p.132) pontuam que “a cultura da mídia ocupa um lugar de proeminência na constituição de nossos modos de ser”. Isto é, o consumo de mídia participa, de forma significativa, da constituição das identidades femininas. Assim, a partir da perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais no campo do gênero feminino, buscar-se-á compreender como a cultura da mídia, em específico a matéria pública na revista *Veja*, no dia 12 de Abril, com o título: “Ele Mexeu com Todas” se articula no desvelamento de identidades femininas. Conforme Escosteguy e Jacks (2005, p. 37):

Constituídos no final dos anos 1950 através das pesquisas de Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson e Raymond Williams, seus principais representantes, e incorporando mais tarde a importante contribuição de Stuart Hall, os estudos culturais têm sua história ligada ao *Centre for Contemporary Cultural Studies*- CCCS – fundado em 1964, na Universidade de Birmingham/Inglaterra.

Atualmente, essa metodologia apresenta ramificações por diversas partes do mundo, com seus próprios pressupostos, de acordo com a tradição cultural e teórica das regiões onde se inserem. Desse modo, percebe-se que os estudos culturais vêm sendo

desenvolvidos em vários países de maneira independente das teorias iniciais dos britânicos (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005).

Por não se constituírem em uma disciplina estanque, mas em campos de atuação de diferentes saberes, os estudos culturais combinam a pesquisa textual com a social, visto que recuperam o sentido estruturalista da relativa autonomia das formas culturais, ao valorizarem as experiências dos sujeitos que participam significativamente das mudanças sociais.

Com relação à Análise do Discurso, essa metodologia tem abordado a questão das marcas de gênero em revistas populares, reforçando uma ideologia discriminatória. Também, devido o aumento da produção de textos multimídia, alguns pesquisadores da análise do discurso, abordam que além da linguagem, formas de poder e ideologias que se manifestam através dos fenômenos sociais, linguagens visuais, também são empregadas nos estudos de AD. Conforme argumenta Orlandi (2007), as palavras não apresentam sentido nelas próprias, mas nas formações discursivas em que estão inseridas. Assim, no discurso essas palavras são carregadas de formações ideológicas.

Nesse contexto, para Orlandi (2007) com bases na linguística, materialismo histórico e psicanálise, o método procura trabalhar a relação língua-discurso-ideologia. Isso, porque, o modo de funcionamento do discurso é o interesse principal da análise. Autoritário, polêmico ou lúdico, com polissemia contida, controlada e aberta, respectivamente.

A autora também apresenta outras características consideradas importantes no discurso como as paráfrases e polissemias. Também, as relações de sentidos, visto que não há discurso que não se relacione com outros. No campo do jornalismo, Benetti (2007) comenta que é um lugar de circulação e produção de sentidos. Sendo para autora, polifônico, opaco, dialógico e, ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos. “O discurso é, assim, opaco, não-transparente, pleno de possibilidades de interpretação” (BENETTI, 2007, p.108). Dito isso, na esfera do jornalismo, aceitar esse discurso como característica pressupõe reconhecer que o texto objetivo é utilizado apenas uma intenção do jornalista. Com isso, cabe a construção de “um texto que no máximo direcione a leitura para um determinado sentido, sem que haja qualquer garantia de que essa convergência de sentidos vá de fato ocorrer” (IBID, p. 108).

5 O corpus de Análise

No dia 12 de Abril, do corrente ano, a Revista Veja, com publicação semanal, destinou a capa e oito páginas, para abordar a denúncia de assédio da figurinista da Rede Globo, Susllem Tonani, contra com ator José Mayer. Neste caso, cabe apontar que pesquisas teóricas da comunicação, já destacaram o poder da mídia sobre o público, estabelecendo uma agenda temática. Assim, a representação midiática, torna-se a ênfase na representação da audiência. Com relação ao discurso, já na capa, conforme figura 1, pode-se perceber uma série de sequências discursivas, pelas diversas imagens e “vozes” de mulheres, assinalando que já sofreram assédio. Além, das imagens, o depoimento “Eu Sofri Assédio Sexual”, dado pela figurinista, sujeito do discurso, mostra a produção do significado. Santos (apud, BENTTI, 2007, p, 116) comentam que “os jornalistas realizam interações sociais e culturais com as fontes num conjunto diverso de ambientes”. Eles usam fontes já selecionadas para formar suas opiniões particulares. Tudo isso ao final, forma interesses comuns. Benetti (2007) comenta que o discurso é o resultado da comunicação entre sujeitos.



Figura 1. Capa da Revista Veja- Edição n°. 2525. Ano 50

No decorrer da reportagem, a matéria começa com o título “Ele mexeu com todas”, tirada da campanha “Mexeu com uma, mexeu com todas”, uma iniciativa das mulheres que trabalham no Projac e que viralizou nas redes sociais. Neste caso, cabe ressaltar o uso do discurso pela linguagem, enquanto prática social, além do processo simbólico e de representação, conforme comenta Orlandi (2007).

No decorrer da matéria aparecem imagens e depoimentos de mulheres de várias idades, profissões, cores, cabelos e corpos. Todas elas comentando que já sofreram assédio, num dado momento de suas vidas, seja no âmbito profissional, ou em ambientes comuns. O discurso foi o de encorajar as mulheres a revelarem suas histórias reais, sem julgamento ou pressões.

A importância em refletir sobre a questão, conforme o início da matéria, na figura 2, começa com o enunciado “a cantora Luiz Possi conta que um Fã quis lhe

passar a mão dentro dos camarotes. A vendedora Brenda Nascimento diz que foi assediada no ônibus. A jornalista Sandra Annenberg afirma que sofreu assédio mais de uma vez em sua carreira”.



Figura 2- Reportagem da Revista Veja. Pág.74

Desse modo, nas páginas seguintes, a reportagem segue com depoimentos das mulheres, além do perfil dos envolvidos (José Mayer e Tonani). Neste caso, pode-se inferir que aparece vários discursos no texto, como o polifônico, o jornalista que escreve, mas também aparece várias marcas de identificação, de produção de sentidos, já que são voltados para os receptores. Outro aspecto observado é o uso constante das vozes das mulheres. Como no trecho ele colocou “a mão esquerda na minha genitália” ou “como você é bonita”. Dessa maneira, os argumentos discursivos usados na reportagem caracteriza a vertente dos estudos culturais, quando os pesquisadores abordam a compreensão do significado mais profundo dos discursos e das representações sociais e culturais. Uma forma também de constituir um processo identitário com as leitoras. De acordo com Hall (2015, p.11), a identidade torna-se uma “celebração móvel”, transformada continuamente em suas representações nos sistemas culturais. Por consequência, a mídia opera no processo de construção de sentidos, uma espécie de campo simbólico e ideológico, como determina a análise do discurso. Nessa linha de pensamento, se moldaria certa identidade social. Isso configura as práticas discursivas. Nas páginas seguintes da reportagem, conforme, figuras 3 e 4, as imagens, ilustrações, pesquisas sobre o índice de assédio e violência contra a mulher, depoimentos, buscam mostrar uma interação com o público feminino, proporcionada pelas personagens descritas, além do diálogo com leitor. Tudo isso, para tentar legitimar cada vez mais o discurso ideológico da revista. Também, aparece a tentativa de entender as representações produzidas sobre a mulher, partindo do pressuposto de que se trata de

concepções historicamente construídas ao longo da sociedade.

Figura 3- Foto da Figurinista que denunciou o caso de Assédio. Pág.75



Figura 4- Reportagem da Revista Veja. Pág. 78

Nesta parte da reportagem, vem o depoimento de José Mayer e a atitude da Rede Globo, em punir o artista, além dos comentários das entrevistadas. Como é o caso do trecho da atriz Leticia Sabatella, “José Mayer não se emenda”. “Na noite de domingo, dois dias depois da denúncia, uma constelação se reuniu na casa do casal Taís Araújo e Lázaro Ramos, na Zona Sul do Rio. Representando a Globo, Monica Albuquerque apoiou à revolta e garantiu que Mayer seria suspenso por tempo indeterminado”.

Por conseguinte, frente às análises apresentadas, pode-se sustentar que as estratégias discursivas utilizadas pela revista são muitas. Os fatores sociais de classe, etnia, idade e gênero estão presentes nos depoimentos, assim como o fato de chamarem a atenção de que o uso da tecnologia vem contribuindo para “tirar o assédio do armário feminino no Brasil. Em uma pesquisa de fevereiro deste ano, 40% das entrevistadas tinham sido vítimas de algum tipo de assédio” (Revista Veja, 2017, p.79).

Como já constatado em pesquisas e análises de diversos estudiosos já descritos no trabalho, a mulher, enquanto categoria social se insere no conteúdo das representações e estereótipos. Muito desses, através do discurso da mídia, pelo uso da linguagem e imagens, como defende a análise de discurso. Ao mesmo tempo, a mídia cria conceitos e ideais entrelaçados por jogos de poder. No caso do discurso da revista, a mensagem não é somente para uma mulher, mas todas as mulheres. O discurso é construído, fabricado, a partir de recursos linguísticos preexistentes.

Soma-se, a essas observações, a noção da construção do discurso criado pela revista, como modelos de linguagem tradicionais, ou seja, “realistas”.

Consequentemente, a linguagem é tomada como sendo um meio transparente, pelo uso direto das crenças, acontecimentos e depoimentos “reais”, das entrevistadas.

Também, a coloquialidade, a proximidade e a familiaridade de um discurso já incorporado são rompidas, e surge uma nova proposta, que requer mudanças nas normas de percepção da figura feminina. Com isso, transmitem-se novos valores e comportamentos os quais, aos poucos, tornam-se naturais e apresenta uma nova visão de mundo, capaz de gerar outra compreensão das representações sociais. Esses fatores colocam a veja no centro de um discurso em favor das mulheres. E, ainda, apresenta a necessidade de um reconhecimento da sociedade para debater e discutir esses aspectos de violência e estereótipos contra o público feminino.

Considerações finais

Um dos aspectos mais importantes dos estudos feministas é o seu caráter político, com o intuito de conscientizar, transformar e mobilizar a sociedade. Algumas das ferramentas para tal transformação social se encontram em diferentes práticas, representações, símbolos e discursos. Nesse contexto, acredita-se que a análise realizada serviu para aprofundar este trabalho e suscitar vários questionamentos e alternativas de respostas quanto ao estudo de gênero, cultura, identidade e estereótipos de beleza, relacionados ao poder ideológico e de supremacia da mídia, especialmente a do veículo analisado.

Por conseguinte, o dispositivo midiático utiliza a estratégia de amparar seu discurso em temas atuais, entre os quais se sobressaem o cientificismo, os depoimentos testemunhais, as experiências, as técnicas avançadas de pesquisas e a linguagem acessível, que indubitavelmente trarão bons resultados. No que concerne à linguagem, existe unanimidade em relação ao fato de que se trata de uma estratégia discursiva, persuasiva e ideológica.

Referências

BAPTISTA, M. M; ESCOSTEGUY, A. C. D. **História de mulheres trabalhadoras, mídia e construção identitária: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal**. Disponível em:< www.ufsm.br/estudosculturaais> Acesso em: 07 jan.2017.

BORDO, S. R. **Gênero, corpo, conhecimento**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997.

BUTLER, J. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CASTRO, A. L. de. **Culto ao Corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2007.

ESCOSTEGUY, A.C C; JACKS, N. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FAVARO, C. E. **Imagens Femininas: contradições, ambivalências, violências**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

BENETTI, M. **Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In: LAGO, Claudia; BENETTI, M. (ORGs). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis. RJ: Vozes, 2008.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **A terceira mulher: Permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MEYER, D. E. **Teorias e Políticas de Gênero: fragmentos históricos e desafios atuais**. Revista Brasileira de Enfermagem. Brasília (DF), 2004. Jan/Fev; 57 (1). 13-18. Disponível em <http://www.sielo.br/reben>. Acesso em: 03 jan.2017.

MIGUEL, L.; BIROLI, F. **Feminismo e Política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

OLIVEIRA, A. C. **A construção do corpo feminino na mídia semanal. Comunicação, Mídia e Consumo**. ESPM, São Paulo, v.6, n.17, p.12-36, Nov.2009.

ORLANDI, E. P. **Análise De Discurso: princípios & procedimentos**. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007.

SABAT, R. **Imagens de Gêneros e Produção da Cultura**. IN. FUNCK. S. B. (Org). Gênero em Discursos da Mídia. Florianópolis: EDUNISC, 2005.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-moderno: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANT'ANNA, D. (Org). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

WOLF, N. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.