

REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO NA REVISTA NOVA/COSMOPOLITAN – A SOCIEDADE BRASILEIRA NOS ANOS DE 2004 A 2006. Caio Augusto Carvalho Alves, Prof.^a Dr.^a Lúcia Maria Vianna Possas – História – Ciências Sociais – Departamento de Ciências Políticas e Econômicas – Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília.

Em 1554, em Veneza, foi registrada a primeira publicação de um periódico voltado principalmente para as mulheres, chamado “Il libro della bella donna”, de F. Luigi. A partir disso, a imprensa feminina tornou-se um fenômeno dentro do campo mercantil. Conquistou espaço, dividiu-se em diversas formas para atingir todos os alvos de consumo, tornou-se um grande investimento de fácil lucratividade e estimulou parcerias corporativas. Uma consequência deste crescimento foi a sua chegada aos países periféricos, como o Brasil, no século XIX.

A imprensa feminina se apresenta de diversas formas, mas é através da revista que ela assume um caráter mais feminino, tratando de assuntos referentes às mulheres, levando em conta que através do caráter editorial assumido pela revista, passa a incorporar o papel de “conselheira”, de “companheira” da mulher em seus problemas cotidianos de modo a criar uma maior identificação com a pretensa leitora. Atualmente, as revistas femininas assumem o segundo lugar no ranking das revistas mais vendidas, perdendo apenas para as revistas de informação semanal.

Após a década de 60, período marcado por transformações sócio culturais, entre elas a revolução sexual – que trouxe a proposta de acabar com o tabu que reprimia o ato de falar sobre sexo, passou a existir uma demanda de consumidoras (es) interessadas (os) em assuntos como orientações e informações sexuais, bem como histórias que continham este tema. A Editora Abril, percebendo este mercado, em 1973 lançou a revista **Nova**, que tratava do tema de forma direta, única em sua época em um país em plena ditadura militar. A **Nova** faz parte da Rede Cosmopolitan. Esse grupo publica quarenta e sete edições diferentes, em vinte e três idiomas, que circulam em mais de 100 países, sendo que existe uma edição, por exemplo, que circula em toda a América Latina. Segundo a Editora Abril, **Nova** é a revista mais vendida no mundo, chegando a cifra de 6 milhões de cópias mensais para cerca de 36 milhões de pessoas mensalmente. No Brasil, Nova tem uma tiragem mensal de aproximadamente 400 mil exemplares.

Diante dessa expressiva presença da revista **Nova** na sociedade brasileira, este projeto tem por objetivo analisar esta revista nos anos de 2004, 2005 e 2006, uma vez que representam o período denominado de “pós-modernidade” identificado por mudanças substanciais de comportamento, pelo individualismo presente na sociedade, pela vivência concreta do ideais da revolução sexual e da intensa participação das mulheres, principalmente no mercado de trabalho, alterando estilos de vida e transformando as estruturas familiares no Brasil.

Abordaremos a revista através do estudo e da análise das *representações femininas*, procurando desvelar os discursos presentes em seu contexto. Tomaremos o conceito de *representação* de Roger Chartier (1994) em suas dimensões: *as representações coletivas* que incorporam nos indivíduos o mundo social e as formas de percepção; *as formas de exibição do ser social* que revelam os signos simbólicos e a “presentificação” de uma identidade em um determinado representante. Assim, pensando a construção das idéias, das imagens e das formas simbólicas, nos aproximaremos dos estudos de Bourdieu, sobre *habitus*, que são as formas geradoras dos sistemas de classificação e de percepção. Com uma metodologia cuidadosa, deveremos historicizar as práticas sociais e, com um olhar hermenêutico sobre o cotidiano, poderemos não só identificar como operam os discursos da revista **Nova** diante de uma público feminino e talvez masculino.

A revista **Nova**, segundo a Editora Abril, tem como alvo um mercado principalmente de mulheres entre 18 e 49 anos. Mas isso não exclui mulheres de outras idades de seu foco. Homens

também têm representatividade entre a amplitude de leitores da revista, embora ainda sejam a minoria.

Partiremos do conceito de “gênero” que implica em pressupostos culturais de comportamento diferenciando-se de sexo que se restringe às distinções biológicas. É por esta via que podemos compreender a homossexualidade, onde se pode ter o sexo masculino, mas viver sexualidades femininas e vice-versa. Pelo conceito de gênero, podemos compreender como os indivíduos vivem sua sexualidade de diversas formas.

A partir da investigação de como se constrói as representações de *gênero* em uma revista feminina considerada expressiva na contemporaneidade, como a revista **Nova**, será possível ampliar as reflexões sobre as estruturas de dominação e a presença da violência contra a mulher, que ainda persistem na sociedade, principalmente no que diz respeito à cultura patriarcal e machista. A revista, como sendo um produto feito para a sociedade, enquadra os valores estabelecidos por esta para ter aceitação e tornar-se, como atualmente, uma das mais vendida. Portanto, um dos principais objetivos desta pesquisa é entender como a revista que tem como tema central a vida das mulheres, a sexualidade feminina, que ainda hoje sofre de grandes tabus e polêmicas, consegue ter tanta aceitação no mercado consumidor. Para isso, é preciso entender a forma do discurso utilizado pela revista, bem como a maneira com que ele trata questões como as divisões de papéis sexuais, as identidades, os estereótipos femininos e masculinos, bem como as normas de conduta impostas para cada um dos sexos.

O presente projeto se encontra em sua fase inicial e os resultados ainda estão contidos na elucidação dos conceitos de *representações*, de *gênero* bem como na leitura e discussão da historiografia existente. Contudo a pesquisa é de grande importância, uma vez que traz mais questionamentos sobre as representações de gênero na sociedade, assunto em evidência inclusive no meio acadêmico. A importância de investigações dessa natureza se mostra pertinente em muitos eventos que se esforçam em discutir a presença de patologias sociais de cunho discriminatório que passaram a ser constatados e denunciados. O que percebemos é que mesmo após as tentativas de inserção das “minorias” na sociedade brasileira, sendo que nelas se incluem as “mulheres”, ainda prevalecem posturas misóginas e ações repressivas por parte de instituições de certo prestígio social.

Bibliografia

FOUCAULT, Michel. *A História da Sexualidade – a vontade de saber*. 14 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001.

SILVA, Helenice da. *A História como “a representação do passado”*; a nova abordagem da historiografia francesa. IN: CARDOSO, Ciro Flamarion e MALERBA, Jurandir (orgs) *Representações. Contribuição a um debate transdisciplinar*. Campinas: Papyrus, 2000.

LAMOUNIER, Carolina Becker. *A revista Nova/Cosmopolitan na História da mídia impressa brasileira*. (Pré-projeto para tese de mestrado).

CHARTIER, Roger. *A História hoje: dúvidas, desafios, propostas*. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro. Vol.7, n. 13, 1994