DE LEITORA PARA LEITORA: O ESPAÇO
DA MULHER MADURA NA REVISTA
MARIE CLAIRE¹

Denise Castilhos de Araujo²
Maria Claudia Bonadio³

resumo

Este artigo tem por objetivo analisar algumas produções textuais da seção *Eu, Leitora* da revista *Marie Claire* redigidas por leitoras do periódico que pertençam à faixa etária dos 45 aos 65 anos. Pretende-se, também, verificar quais são as temáticas abordadas nesses textos, bem como a maneira como são desenvolvidos. Com isso, intenta-se observar a caracterização dessa categoria de mulheres e, também, do espaço destinado a elas na imprensa feminina representada pelo periódico escolhido para análise. O caminho metodológico a ser percorrido, inicialmente, é pela Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), com a intenção de verificar quais as categorias temáticas presentes nos textos analisados. Posteriormente, utiliza-se a Análise de Discurso (CHARAUDEAU, 2006) para

1 Pesquisa com apoio do CNPq.

2 Graduada em Letras. Doutora em Comunicação Social. Professora e pesquisadora da Universidade Feevale. E-mail: deniseca@feevale.br.

3 Graduada em História. Doutora em História. Professora e pesquisadora da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: mariacbonadio@uol.com.br.

a compreensão dos significados presentes nas produções verbais das leitoras. Ao término das análises, verifica-se que as mulheres elaboram seus textos considerando três temáticas: histórias de amor, histórias de saúde e histórias de maternidade. Observa-se, também, que a referida sessão da revista revela-se como um importante espaço para essas leitoras, as quais são mulheres maduras e compartilham suas experiências com outras leitoras.

palavras-chave

Mulher Madura. Revista Marie Claire. Análise do Conteúdo. Espaços.

1 Introdução

O objetivo deste artigo é analisar o conteúdo da seção *Eu, Leitora* da revista *Marie Claire*, considerando-o como um dos poucos espaços destinados a mulheres de 45 a 65 anos. São partir da seguinte problemática: como e quais são as temáticas abordadas pelas mulheres maduras na seção *Eu, Leitora* da revista *Marie Claire*? Essa seção está presente na revista desde a sua primeira edição no Brasil, no ano de 1991. Nessa parte da publicação, uma leitora, que se transforma em escritora do texto, revela às outras leitoras do periódico uma história marcante de sua vida. A leitora-escritora compartilharia, assim, sua experiência e se transformaria em uma conselheira ou em alguém que desvende maneiras de solucionar problemas parecidos com o de outras tantas leitoras de forma mais tranquila.

Marie Claire é uma revista mensal, e, ao longo do ano de 2013, doze leitoras tiveram suas histórias publicadas. Dessas, metade se encaixa na faixa etária que se define aqui como “mulheres maduras”: dos 45 aos 65 anos. Essas mulheres contaram histórias de amor e histórias relacionadas à saúde e à maternidade.

O que se pretende, então, é inicialmente contextualizar esse grupo de mulheres autoras dos textos, que aqui são chamadas de “mulheres maduras” por pertencerem à faixa etária considerada entre os 45 e os 65 anos. Para o esclarecimento desse termo, bem como da faixa etária indicada, este texto apoia-se nas definições apresentadas pelos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS) e pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que consideram a existência da “meia-idade”, ou seja, dos 45-64 e dos 45-59, respectivamente (ANTUNES; SILVA, 2013). Então, nessa reflexão, as mulheres de “meia-idade” (Ibid., p. 45-64) serão nomeadas por maduras, em referência à sua maturidade, podendo-se

verificar que são mulheres pouco mencionadas em produções midiáticas. Ao longo deste texto, intenciona-se identificar quais são as temáticas abordadas por esses indivíduos e a maneira como isso é realizado.

2 Mulheres maduras: definições

As questões de gênero vêm sendo tematizadas no campo acadêmico desde a década de 1970 (SOIHET, 1997). Inicialmente proposto pelas feministas americanas, tal categoria de análise emerge em virtude das alterações, manifestações, transformações e conquistas que as mulheres realizaram/realizam em diversos espaços sociais (SCOTT, 1992). Na década de 1980, destaca-se Joan Scott como uma das pesquisadoras que mostra a necessidade da academia disponibilizar mais espaço para os estudos a respeito das mulheres, considerando-se as diferenças existentes nessa categoria, como “mulheres de cor, mulheres judias, mulheres trabalhadoras pobres, mães solteiras”, algumas das categorias introduzidas (SCOTT, 1995, p. 87).

Considerando-se o gênero como um campo de estudo muito amplo, definiu-se delimitar um grupo específico de mulheres a se tornarem objeto desta pesquisa, que se realiza desde 2013, com o apoio do CNPq, e que objetiva verificar a imagem da mulher madura (ou de meia-idade) na mídia impressa brasileira. Este artigo é parte dessa pesquisa e busca, no momento, definir o conceito de mulher madura e caracterizar o discurso dessa mulher em uma seção da revista *Marie Claire*. Partimos, portanto, do pressuposto estabelecido por Motta (1999, p. 193): “A vida social é estruturada em conjuntos de relações que, em interface, ou articuladas dinamicamente, lhe dão sentido”, dentre as quais gênero, idade/geração, classe social e raça e que cada um desses conjuntos “[...] constitui-se, então, numa dimensão básica da vida social, mas nenhum deles, analisado isoladamente, dá conta da sua complexidade.” Assim, neste trabalho, será abordada a questão de gênero em cruzamento com a questão etária. O estudo a respeito da velhice, tanto feminina como masculina, vem sendo realizado de maneira constante por vários pesquisadores. Entretanto, o texto inicial que apontou para a necessidade de refletir a respeito dessa faixa etária foi escrito por Simone de Beauvoir (1970), a qual indicou que os velhos viviam esquecidos pela sociedade francesa. No Brasil, observam-se autoras como Guita Debert (1999; 2002; 2010; 2011), Mirian Goldenberg (2008; 2011; 2013), Ana Maria Goldani (1999), entre outros pesquisadores, que desenvolvem inúmeras pesquisas para contextualizar, explicar e discutir a velhice no Brasil.

Debert (1999) afirma que existe, atualmente, uma proliferação de etapas intermediárias de envelhecimento como “meia-idade”, “terceira idade” e “aposentadoria ativa”. Elas rompem com as expectativas tradicionalmente associadas aos estágios mais avançados da vida, e cada uma destas etapas passa a indicar fases propícias para o prazer e para a realização de sonhos adiados em momentos anteriores. Um exemplo dessa mudança, citado por Debert (1999, p. 77), é uma pesquisa que mostra que 96 mulheres relataram a faixa dos quarenta anos “[...] como um momento privilegiado para a descoberta de novas potencialidades, para o exercício da sedução, para a estreia no papel de mãe ou de profissional, para a inauguração de novos projetos e concretização de outros que tiveram de ser adiados”.

Conforme a expectativa de vida aumenta, a percepção acerca da velhice pode mudar. O velho de antigamente não é mais o velho de hoje, e os significados atribuídos a quem é considerado “velho” também mudam de acordo com o que a sociedade passa a olhar mais para esse grupo de indivíduos, cada vez maior da população. Barros (2001) menciona que, atualmente, o corpo velho deve se adaptar a um modelo de envelhecimento, o qual, muitas vezes, exigirá certas intervenções, a fim de que esse corpo e a mente permaneçam ágeis.

No caso dos idosos, ou seja, pessoas a partir dos sessenta anos, existem muitas associações errôneas e preconceitos relacionados à idade:

[...] em nossa cultura, diversos mitos e atitudes sociais são atribuídos às pessoas com idade avançada, principalmente os relacionados à sexualidade, dificultando a manifestação desta área em suas vidas. (GRADIM; SOUZA; LOBO, 2007, p. 205).

De acordo com os autores, o envelhecimento é parte do processo vital e difere entre as pessoas, salientando que há aspectos negativos como o decréscimo físico, mas há, por outro lado, o ganho de experiências e de liberdade. Por muito tempo, não se falava sobre a “terceira idade”. Essa denominação surgiu nos países democráticos da Europa, no final da década de 1970. Segundo Motta (2012), o termo surge para substituir a tão temida velhice, e a intenção é ser simpático a esse novo grupo consumidor, que passa a ser visto como importante para o mercado, sobretudo para a área de serviços como hotelaria, transportes e educação.

Hoje em dia, existem mais discussões sobre os assuntos que permeiam a também chamada “melhor idade”. Existe mais espaço na sociedade para a vida dessas pessoas, há lugares e programações específicas para elas, que também podem ser encontradas em atividades antes associadas apenas aos mais jovens, como o namoro ou os estudos.

A relação com o trabalho também mudou. As pessoas estão deixando de trabalhar muito mais tarde e os *aposentados* não ficam parados:

Uma nova linguagem, empenhada em alocar o tempo dos aposentados, é ativa na construção das etapas mais avançadas da vida como uma fase dinâmica em oposição à ideia da aposentadoria como um momento de desengajamento passivo de uma vida ativa. (DEBERT, 2011, p. 1).

As mulheres idosas hoje em dia cresceram e se educaram em uma sociedade muito diferente da atual. Porém, como mostram Rodrigues e Justo:

[...] desobrigadas dos papéis, das ocupações e dos modelos de identificação tradicionais, as longevas podem se conectar a outros modos de subjetivação que lhes tragam ampliações da experiência de vida, sobretudo, no tocante à ressignificação de sua feminilidade. (RODRIGUES; JUSTO, 2009, p. 172).

Ou seja, os valores e o significado atribuídos ao feminino não são mais os mesmos de quando eram jovens. Para Goldenberg (GOLDENBERG, 2013), há uma evidente possibilidade dos indivíduos terem uma “bela velhice”, considerando-se para isso a felicidade no projeto de vida, que podem ser quaisquer atividades que tragam esse sentimento.

Ao longo da vida, o ser humano passa por diversas mudanças físicas. Para a mulher, há etapas muito significativas como a puberdade, na qual ela passa por um momento marcante, o início do ciclo menstrual. Isso a acompanha ao longo de toda a vida até a chegada da menopausa. A interrupção da menstruação e, conseqüentemente, do ciclo reprodutivo, é uma das mudanças físicas mais relevantes para a mulher madura. Entretanto, como dizem Mori e Coelho: “[...] apesar de o corpo feminino ser fortemente marcado pelo ciclo biológico-reprodutivo, o destino da mulher não pode ser reduzido à fisiologia humana” (MORI; COELHO, 2003, p. 4).

Outro aspecto físico que marca o envelhecimento da mulher é a aparência. A beleza e a vaidade sempre foram muito ligadas à figura feminina, e com o envelhecimento, aparecem rugas, fios brancos, entre outras mudanças corporais. Muitas mulheres buscam ações *corretivas* como intervenções cirúrgicas, dietas e tratamentos. Porém, por outro lado, vemos mulheres mais preocupadas com a saúde e a qualidade de vida do que com o seu reflexo no espelho.

No âmbito familiar, o papel da mulher também muda. Com o fim do ciclo reprodutivo, os filhos já crescidos e criando suas próprias famílias, a mãe passa a ser avó. Dentro de casa, os cuidados são com ela mesma ou com o marido, se ainda presente. As mulheres dos anos dourados, como conta-nos

Bassanezi, tinham a maternidade não apenas como uma vontade, mas como uma obrigação social, a “sagrada missão feminina” (BASSANEZI, 1999, p. 634). Na velhice, essa missão já foi cumprida e a relação com os netos é muito mais ligada à diversão do que à obrigação.

Diante de todas essas alterações, físicas e psicológicas, é importante observar qual é o espaço destinado às mulheres da faixa etária dos 45-65 anos na revista selecionada. Uma vez que se trata de indivíduos ativos socialmente, independentes, os quais ocupam vários espaços na sociedade, mas que já se distanciam da juventude, é preciso enfatizar que essa categoria de mulheres ainda não está claramente caracterizada pelos autores que tratam a respeito da velhice, e, por isso mesmo, é o motivador desta reflexão.

3 Revista feminina

O mercado de revistas brasileiro pode ser considerado importante pois, atualmente, circulam cerca de quatro mil títulos de periodicidades semanal, quinzenal e mensal, de acordo com o site da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER). A estratégia principal do mercado é a segmentação. As revistas possuem públicos muito específicos. Seja por gênero, idade, assuntos de interesse ou comportamento, ou até todos esses fatores reunidos. Dentre os diversos segmentos, aquele dedicado ao público feminino é um dos mais tradicionais e com maior variedade de títulos.

A revista é um meio de comunicação com algumas vantagens sobre os outros: é portátil, fácil de usar e oferece grande quantidade de informação por um custo pequeno (ALI, 2009). Sabemos, também, que a revista, diferentemente de um jornal, tem uma vida útil maior para seus leitores. Muitas mulheres passam o mês todo lendo e consultando aquela edição da sua revista preferida. Além disso, “[...] a revista é a mídia mais feminina que existe” (MIRA, 2001, p. 43).

Buitoni afirma que desde que a imprensa surgiu no Ocidente, no fim do século XVII, já havia veículos dedicados à mulher. A autora também afirma que a imprensa feminina é um “termômetro de época”: “Cada novidade é imediatamente incorporada, desenvolvida e disseminada. A movimentação social mais significativa também vai sendo registrada” (BUITONI, 1990, p. 24).

No Brasil, o mercado e a produção de revistas femininas existem desde meados do século XIX, quando passam a ser publicadas aqui “*O espelho diamantino* (RJ, 1827), *O espelho das brasileiras* (Recife, 1831), *O relator das novelas* (Recife, 1838), *O Correio de Modas* (RJ, 1839) ou o *Jornal das Senhoras* (RE, 1852)”

(LUCA, 2012, p. 447, grifos do autor). Durante muito tempo, a leitura foi um dos principais lazeres femininos, incluindo-se aí as revistas, que podiam ser consultadas “entre o preparo das refeições e praticamente em qualquer lugar com luz suficiente” (MIGUEL; RIAL, 2012, p. 151). De modo geral, a leitura de revistas era um lazer aceitável, pois era possível de ser fruído dentro de casa, espaço por muito tempo associado ao feminino, que deveria ser cuidado e administrado pela dona de casa (BONADIO, 2007).

A revista feminina sempre desempenhou papel de companheira para as mulheres. Tempos atrás, ela dava conselhos de comportamento (alguns em tom de obrigação) e tirava dúvidas que não poderiam ser obtidas com pessoas próximas, por vergonha ou medo de repreensão. Ainda hoje, ela é mais do que entretenimento para a mulher. Ela é, também, fonte de informações acerca dos mais variados assuntos e ainda possui o papel de conselheira: “Ninguém precisa de uma revista, mas todos precisam de amigos. A revista é como uma pessoa, um companheiro que está lá para levar-lhe informação e ajuda” (ALI, 2009, p. 19).

É a partir da percepção da revista como uma amiga da mulher que surgem na Europa da década de 1930 os primeiros títulos com nomes femininos, dentre as quais *Marie Claire* (França, 1937). No Brasil, essa tendência chegaria em 1961 com o lançamento de *Claudia*, pela Editora Abril. Apenas trinta anos mais tarde é que um novo título com esse perfil chega ao mercado, quando, em 1991, passa a ser publicada a edição brasileira da *Marie Claire*. Tal como suas sucessoras, essas publicações trazem um conteúdo entendido como “naturalmente” constitutivo do “universo feminino (lar, beleza, questões do coração)”, aos quais, a partir da década de 1970, como consequência das transformações culturais e sociais que emergiram a partir da segunda metade da década anterior, como a liberação feminina e uma maior participação da mulher no mercado de trabalho, “questões ligadas à atividade profissional e, sobretudo ao sexo” (LUCA, 2012, p. 449) ganham mais espaço nessas revistas.

Esses temas costumam, inclusive, ganhar espaço nas chamadas de capa, ainda que em fontes menores e menos chamativas do que aquelas que anunciam as novidades da moda. Na edição de maio de 2014 da *Marie Claire*, por exemplo, a chamada para uma matéria de moda é grafada em fonte serifada e em tom em rosa (mesma cor do título da revista) e ocupa mais da metade do espaço que aquela que destaca a matéria sobre sexo “Orgia cinco estrelas”, grafada em branco e sem serifa. As outras reportagens anunciadas na capa tratam de questões relacionadas ao corpo e à saúde feminina, como o uso de suplemento alimentar “A polêmica do Why Protein. Afinal, o suplemento faz

bem à saúde?” e o direito da mulher em escolher o tipo de parto: “Cesárea ou natural. A escolha tem que ser da mulher”.

Com o *slogan* “Chique é ser inteligente”, a revista, apesar de tratar de questões relativas ao trabalho, sexo e bem-estar, é a moda o grande chamariz para a venda da publicação, como é possível observar, também, no sumário da revista. Neste, as matérias destacadas na capa ocupam o topo da primeira página e na sequência há a relação das matérias sobre moda, que aparecem em duas seções *The Best of Fashion* e *Moda*, perfazendo quatorze matérias, seguidas por aquelas que tratam de beleza e se compõem às seções *The Best of Beauty* e *Beleza*, somando dez matérias. A revista é composta ainda pelas seções *Must see*, que trata de arte e cultura, *Lifestyle*, que comenta a respeito de viagens e de decoração, e também “Reportagens”, espaço que reúne matérias sobre personalidades, entrevistas, relacionamentos e a coluna *Eu, leitora* (que existe desde a primeira edição nacional), da qual se tratará adiante. Presente em outros 34 países, há 22 anos ela tem a sua edição brasileira, que atinge 1.069.000 leitores (projeção no Brasil, de acordo com os estudos Marplan para janeiro a dezembro de 2012). Desses, 92% é de mulheres, 69% da classe AB e 65% têm entre 18 e 49 anos (conforme os estudos Marplan para janeiro a dezembro de 2012).

Apesar de ter como leitoras mulheres na ampla faixa entre 18 e 49, uma breve observação da revista permite concluir que em termos imagéticos, é o grupo que está na faixa dos 18-40 que mais aparece nas páginas da revista. Observa-se, pois, que as mulheres maduras e as mulheres idosas raramente são representadas nas páginas da revista. Na edição de 279, de maio de 2014, por exemplo, a capa é a atriz Juliana Paes, atualmente com 35 anos.

Nos editoriais de moda, a faixa etária é ainda mais baixa, bem como na publicidade. Na já citada edição, um dos editoriais de moda reúne dez *top models* convidadas a apresentar “[...] dez peças que não podem faltar no seu guarda roupa”. Num procedimento bastante raro em revistas, as modelos têm seus nomes creditados, bem como a idade registrada, o que permitiu calcular a média etária do grupo, que é de 24,8 anos. A reportagem, entretanto, reúne apenas modelos já consagradas, consideradas *top*⁴, portanto, algumas já na casa dos trinta anos, como Shirley Mallmann, de 37, e Ana Claudia Michels,

4 Termo cunhado na década de 1980 para designar modelos que se tornam celebridades e são facilmente reconhecidas pelo grande público. Outra característica dessa categoria de modelos são os cachês, via de regra mais altos que os pagos às modelos menos conhecidas. Além das aparições em desfiles, esse grupo de modelos também costuma emprestar a imagem para campanhas publicitárias de marcas famosas, se tornando “garotas-propaganda” de luxo.

de 34, que despontaram para o sucesso no final dos anos 1990⁵. É possível que as modelos que posaram para os outros editoriais de moda da edição sejam ainda mais jovens do que essa média.

Mesmo mulheres consideradas modelo de beleza, costumam desaparecer das páginas das revistas quando passam dos quarenta anos, como aconteceu com a atriz Isabela Rossellini. Em 1996, ao completar 44 anos, a atriz perdeu o contrato com a marca de cosméticos Lancôme e foi substituída por três rostos mais jovens, a atriz francesa Juliette Binoche, a brasileira Cristina Reali e a espanhola Inès Sastre, respectivamente com 32, 31 e 23.

As exceções são algumas propagandas de cosméticos, que, na contramão da ação da marca francesa, passaram a apresentar mulheres maduras ou da terceira idade em algumas campanhas, como a brasileira Natura, que em 2007 lançou uma campanha estrelada por mulheres acima dos quarenta para a linha de antirrugas *Chronos*. Mas, nas páginas da *Marie Claire*, a seção de beleza comumente mostra imagens de modelos bastante jovens. No entender de Anne Higonnet:

Ser modelo feminino para estas imagens é o ser mais glorificado entre os bens de consumo. Simultaneamente objecto de adulação das mulheres e exploração comercial, os modelos reforçam e ao mesmo tempo servem aos padrões de beleza. (HIGONNET, 1991, p. 418-419).

Assim, as modelos que aparecem nas páginas da *Marie Claire* (e de tantas outras revistas do gênero) seguem e reforçam a ideia de que, para ser belo, é preciso ser jovem ou ter uma aparência jovial.

No que diz respeito às imagens publicitárias, as mais jovens também predominam, sobretudo nas páginas que concentram as publicidades das marcas de luxo (Gucci, Elie Saab, H. Stern, Bulgari, Chanel, Dior, Tommy Hilfiger, Carmen Steffen, Swarovski, Dudalina e Burberry), marcas de roupas, calçados e acessórios (Mr. Cat, Via Marte, Morana, Lince, Euro, Luz da Lua, Recco, UV Line e Gregory, Les Chamises, Lupo, Champion), marcas de cosméticos e produtos de beleza (Garnier, Lysoform, Ecologie, Protex, Natura e O Boticário) e companhia aérea (Air France). Em menor número e em família, aparecem também anúncios de alimentos e eletrodomésticos (Friboi e Arno) e turismo (Visit Orlando). As mulheres maduras e as da terceira idade são garotas-propaganda de apenas quatro marcas na edição, o Banco do Brasil, a

5 Shirley Mallmann foi garota-propaganda das seguintes marcas: perfume Allure de Chanel, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Emporio Armani, Marks & Spencer, Roberto Cavali, Saks Fifth Avenue, Yves Saint Laurent, entre outras. Ana Claudia Michels estrelou campanhas para as seguintes marcas: Burberry, Calvin Klein, Gianni Versace, Giorgio Armani, Louis Vuitton, Macy's, Missoni, Valentino, entre outras.

Malwee (cuja modelo é a cantora Ivete Sangalo, de 42 anos), a cafeteira Tres (em cuja propaganda o chef Alex Atala divide a cena com sua mãe) e Plenitud, marca de roupa íntima para pessoas com incontinência urinária.

Logo, há na revista a predominância de uma visualidade jovem, especialmente através das imagens de moda. Essa predominância da mulher jovem ou com ares juvenis nas revistas femininas não é novidade. Desde o início do século XX, atrizes, modelos e mesmo ilustrações que representam as jovens mulheres são maioria nesse tipo de publicação. Há, entretanto, uma diferença a ser notada: até a década de 1950, de modo geral, a mulher apresentada nas seções de moda era aquela considerada madura para a época, ou seja, a mulher casada e com mais de vinte anos. Na revista *O Cruzeiro*, por exemplo, as mulheres representadas por Alceu Penna na seção *Garotas*, como o nome já indica, tinha ares joviais e apareciam em poses descontraídas, ao passo que aquelas que desenhava para a coluna de moda da mesma publicação tinham semblante mais sério e costumeiramente apareciam em poses mais comportadas, tal como era apropriado às mulheres maduras. Havia a mulher madura que ditava a moda e a mocinha, que, de modo geral, a imitava.⁶

É a contar da segunda metade da década de 1950, e, sobretudo, dos anos 1960, que os jovens se tornam, em grande parte do mundo ocidental, um importante grupo consumidor (rapidamente reconhecido por agências publicitárias e por agentes da indústria cultural – como o cinema e a música) e assim ganham cada vez mais espaço nos meios de comunicação e na moda (HOBSBAWM, 1995; PASSERINI, 1996; ZIMMERMANN, 2013). Esse fenômeno será uma decorrência da ampliação do período da juventude e da propagação desta como valor positivo, sobretudo no que diz respeito às aparências (SANT'ANNA, 2005). No entender de Debert:

A juventude perde conexão com um grupo etário específico e passa a significar um valor que deve ser conquistado e mantido em qualquer idade através da adoção de formas de consumo de bens e serviços apropriados. (DEBERT, 2010, p. 51).

Assim, ainda que a leitora da *Marie Claire* seja composta por mulheres jovens e por mulheres maduras, é a imagem das primeiras que predomina nas páginas da revista, o que nos sugere que independentemente da faixa

6 Segundo Gilles Lipovestky (1989), tal dinâmica será invertida a partir de meados da década de 1960, quando as mães passam a se vestir de modo a ficarem parecidas com suas filhas. Sobre o tema, ver também: RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *Moda e Revolução nas páginas do "Correio da Manhã"*: Rio de Janeiro 1960-1970. 2012. 290 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

etária, a leitora pode usar roupas e acessórios que lhe permitirão desfrutar de alguma jovialidade. Entretanto, embora a juventude seja desejada e possa ser “consumida”, as realidades cotidianas dessas mulheres, mesmo que com corpos e visual juvenil, são possivelmente bastante diversas daquelas representadas nas imagens. É aí que a *Marie Claire* volta a ser a amiga da leitora, pois muitas de suas reportagens se dirigem a esse público ou tratam de temas que interessam a esse grupo.

Se “*chic* é ser inteligente”, esse lema aparece mesmo é no conteúdo escrito da revista, dentre os quais o *Eu, leitora*, nome utilizado pela publicação para a tradicional seção de cartas, que tal como a moda, é um dos elementos que tradicionalmente compõe as revistas femininas. Ali, o público maduro pode escrever e, assim, compartilhar seus problemas com a “amiga” e também formar uma imagem de si e para si.

4 Análise dos textos selecionados

Para esta reflexão a respeito da representação ou do espaço disponibilizado para a mulher madura, foram selecionadas seis histórias publicadas na seção *Eu, Leitora* da revista *Marie Claire* e analisadas três delas, uma de cada categoria identificada. Para a análise dos textos, utilizou-se a análise temática, ou seja, buscou-se identificar núcleos de sentido frequentes e presentes nos textos analisados a fim de encontrar categorias que se repetissem nos materiais analisados. Para tanto, optou-se em trabalhar com a Análise de Conteúdo, de Bardin (2004), que obedece às seguintes etapas de pesquisa: 1) leitura dos textos para identificar as informações a serem analisadas e a codificação dos materiais; 2) definição das unidades de análise (tema) e de contexto (referência); 3) categorização (válidas, exaustivas, homogêneas, exclusivas, objetivas) construída ao longo do processo de análise; 4) descrição das categorias analisadas; e 5) interpretação a partir da produção de teoria com base nos materiais em análise.

A seguir, são mostradas algumas informações sobre os textos publicados, como o mês da edição da revista, o título do texto publicado, bem como a idade da autora (todos os textos foram publicados em 2013). Em janeiro, o título do texto é *Tenho HIV há 15 anos e sou feliz* (p. 75-77), e a idade da autora, 63 anos; em março, *Internei meu filho 14 vezes para livrá-lo do crack. E não consegui* (p. 119-121), idade, 57 anos; em maio, *Me liberei de uma relação doentia e encontrei um novo amor* (p. 139-142), idade, 50 anos; em agosto, *Sou gay e fui aceita por uma igreja evangélica* (p. 117-118), idade, 46 anos; em setembro, *Descobri que era bipolar, por isso tinha compulsão por sexo e compras* (p. 147-149), idade, 48 anos;

e, finalmente, em outubro, *Vivo há anos com o homem que enganei pela internet* (p.155-157), idade, 45 anos.

Observando-se os textos publicados, pode-se ver que o título da matéria é sempre uma frase que resume a história narrada. Essa estratégia cria maior aproximação entre a autora do relato e a leitora, que se tornam cúmplices dos fatos contados. As histórias narram situações ocorridas há mais de dez anos com as protagonistas, mas que somente agora, presentes da narrativa, são reveladas com distanciamento da situação, podendo a autora refletir a respeito do fato com mais experiência.

O texto é escrito em primeira pessoa, ou seja, a protagonista da história é a narradora. Composta por duas ou três páginas, a seção é constituída por apenas texto verbal, sem nenhuma imagem⁷. Entre o texto corrido, algumas frases são destacadas, dentro de retângulos de 5,5cm x 3,5cm, chamando a atenção para aspectos importantes na história contada por serem dramáticos. A linguagem é informal, ou seja, é escrita no nível coloquial da língua, mas evitando o uso de gírias ou expressões populares. A escolha desse estilo de escrita aproxima a leitora da escritora do texto, pois passa a ser uma conversa entre amigas.

Os enredos das histórias giram em torno de alguma situação séria, um desafio, um conflito que, com exceção da história do mês de março, foram superadas pelas escritoras, ou seja, as narrativas apresentam uma estrutura com início, desenvolvimento e final. O tom presente nas histórias não é o de aconselhamento, mas o testemunho de uma vivência e de uma experiência, pois são mulheres contando a respeito de suas existências e os fatos que foram marcantes. Vê-se, então, que há o compartilhamento de experiências, embora, indiretamente, tais textos aproximem-se do aconselhado, tanto para evitar determinadas situações como para ter certa experiência no fato narrado.

Observando os relatos publicados, pode-se agrupá-las, então, em três temáticas, a partir dos assuntos abordados. Dessa forma, têm-se: histórias de amor (maio, agosto e outubro), histórias sobre saúde (janeiro e setembro) e história de maternidade (março) nas edições do ano de 2013.

4.1 Categoria 1: As histórias de amor

1. Me livrei de uma relação doentia e encontrei um novo amor.
2. Sou gay e fui aceita por uma igreja evangélica.

7 O número de páginas da seção pode variar, pois há uma edição de bolso.

3. Vivo há anos com o homem que enganei pela internet.

As três leitoras que contam suas histórias têm 50, 46 e 45 anos, respectivamente. A primeira história aconteceu há quatorze anos, a segunda há, aproximadamente, dezoito anos e a terceira há dez anos. Apesar de tratarem do tema amor, as situações em que as protagonistas se encontram diferem muito entre si. No caso da primeira história, a leitora estava em um relacionamento que não lhe fazia bem, conseguiu sair dele e começar um novo. No presente da narrativa, indica saber o que é melhor para si, bem como um relacionamento saudável deve ser.

Na segunda história, a protagonista redescobre a sua sexualidade e enfrenta o preconceito e a humilhação dentro do lugar em que se sentia segura, sua igreja. Ao final do relato, ela conseguiu ser feliz com a sua companheira sem precisar abandonar a religião. Na terceira história, a leitora começa um relacionamento virtual, que é abalado quando os dois se conhecem pelo fato dela ter mentido sobre si mesma, contudo acabam juntos e felizes.

A análise será do texto *Me livre de uma relação doentia e encontrei um novo amor*. Nessa narrativa, é possível identificar uma mulher arrebatada pela vida, ou seja, inicialmente ela se coloca como vítima de circunstâncias que ocorreram ao longo de vários anos desde a sua primeira separação, pois o marido estava apaixonado por outra mulher, aos fatos ocorridos em seu segundo matrimônio.

O relato refere-se ao segundo relacionamento, o qual ela afirma que começou em virtude da insistência do homem que, inicialmente, observou ser pouco atrativo física e psicologicamente. Após várias investidas, a narradora diz ter cedido aos encantos românticos do homem. As abordagens, que eram de envio de flores, de presentes, viagens e jantares, ela relata como sendo quando: “[...] ele fez um jogo pesado de sedução” (p. 140). Então, o que se percebe na fala dessa mulher é que, ao receber certos presentes e de maneira intensa, não conseguia negar ao homem o que ele pedia. Aqui, é possível identificar, talvez, certa imaturidade da personagem que se encanta pelos mimos recebidos. A autora faz referência, adiante, ao “o príncipe que era sapo (p. 140)”, fazendo referência ao conto de fadas, talvez intencionando relacionar o romance com esse tipo de narrativa fantástica.

Na sequência do relato, observa-se a desestruturação da relação a partir do momento em que ele evidenciou a necessidade de ter outras mulheres. A partir desse momento, a autora demonstra situações que revelam a intenção de menosprezá-la, e ela não reagiu, ao menos no seu discurso, a tais situações: “Triste, comecei a engordar. [...] Disse que perderia o tesão por mim, pois odiava gente gorda” (p. 140). Isso pode ser visto como comportamentos com os quais uma mulher deva se conformar, ou seja, ações que podem ser realizadas por

homens e consideradas como aceitáveis na sociedade. Outro fato revelado foi a descoberta da traição do marido, e ela afirma: “A amante era mais velha, feia e estava desempregada” (p. 142).

Em um dos destaques presente no texto, a leitora-autora assevera: “Encontrei ajuda no grupo Mulheres que Amam Demais”, a fim de que pudesse resolver sua situação com o marido. Nessa afirmação, observa-se a necessidade de, em momentos trágicos, buscar ajuda com outras mulheres. Então, a mulher afirmou: “Meu novo foco: eu” (p. 142); o que revela a disposição de modificar aquilo que considerava inadequado para sua vida.

O discurso proferido é o de que a mulher tem condições de vencer as adversidades da vida, pois nos três discursos vemos indivíduos que sofreram muito, mas tal sofrimento não foi suficiente para desmotivar a mulher e fazê-la desistir. No entanto, essa mudança veio depois de um relacionamento que durou em torno de oito anos. Parece, então, que a mulher, ao obter mais experiência, mais maturidade e ter ido buscar ajuda com um grupo de apoio, o que remete à maturidade, foi que conseguiu se certificar da necessidade do término do relacionamento que vivia. Ao finalizar, ela diz que conseguiu “transformar” sua vida, indicando maturidade e uma percepção diferenciada da vida.

4.2 Categoria 2: As histórias de saúde

4. Tenho HIV há 15 anos e sou feliz.

5. Descobri que era bipolar, por isso tinha compulsão por sexo e compras.

As leitoras que contam suas histórias têm 63 e 48 anos, respectivamente. A primeira história aconteceu há quinze anos e a segunda, há doze anos. Nas duas histórias, as leitoras descobrem possuir uma doença sem cura, apenas tratamento e, em ambas, na época em que descobriram, sabiam pouco sobre suas doenças. A primeira enfrentou preconceitos e conceitos errôneos (inclusive dela mesma) sobre a doença e a contaminação, e a segunda, a falta de preparo dos médicos, que receitavam remédios inadequados.

No caso das histórias relacionadas à saúde, as etapas da narrativa diferem um pouco. A primeira começa com a autora contando rapidamente sobre a sua criação e seu primeiro casamento. Após, fala do segundo e da perda do seu marido, por quem foi contaminada, para, então, chegar ao momento em que descobre a sua doença, quando já estava se relacionando com outro homem aos 48 anos de idade. Mesmo depois de discussões com o atual namorado, resolvem entender juntos a doença e continuar o relacionamento. Ela conta a

sua luta e a evolução que viu no tratamento para a AIDS. No fim, apesar de perder seu amado, se diz feliz.

A segunda história inicia no fato principal, ou seja, o relato do surto que levou a protagonista a descobrir a sua doença. Após isso, ela fala sobre sua vida até aquele momento, os altos e baixos que vivia, sem nem imaginar que poderiam ser frutos de uma doença. Termina contando como é sua vida hoje em dia, com mudanças profissionais, mas com as pessoas que ama perto dela. Ela também se diz feliz. Por tratarem-se de doenças que atingem muitas pessoas ao redor do mundo, a possibilidade de leitoras identificarem-se é grande. Serve como motivação para quem passa ou passou pela mesma luta e inspiração para quem tem uma saúde boa.

O texto *Tenho HIV há 15 anos e sou feliz* evidencia justamente uma superação, ou seja, apesar de ter uma doença, que segundo a própria doente era desconhecida e tida como uma sentença de morte, atualmente, ela consegue ser feliz. A autora diz “AIDS aos 48 anos”, revelando o momento em que foi contagiada pelo vírus, mostrando, de certa forma, ingenuidade ou uma profunda confiança no marido.

Ao longo de seu relato, a doença é nomeada por AIDS, indicando o nome mais usual da doença e talvez o que mais amedronte, por ser carregado de preconceitos sociais, pois, nos primeiros anos em que a doença tornou-se conhecida, estava associada a grupos sociais marginalizados como homossexuais e prostitutas. A autora enuncia: “Falava-se apenas em grupos de risco [...] eram homossexuais, usuários de drogas e profissionais de sexo” (p. 76). Então, quem adquiria a doença provavelmente pertenceria a esses grupos. Entretanto, ainda hoje, depois de ser observado que a doença não tem grupos de risco, a falta de conhecimento dos sintomas e das formas de contágio ainda geram preconceitos.

Ao longo do texto, são encontrados dois destaques: “Até os 50 anos, eu nunca tinha segurado uma camisinha” e “Ficamos juntos, porque o amor era maior que a Aids”. O primeiro destaque evidencia a pouca experiência sexual da mulher, algo muito comum, considerando-se o período no qual passou a maior parte de sua infância e juventude, década de 1950 e 1960, bem como as características que os casamentos tinham.

O segundo destaque enfatiza uma crença social, a de que o amor é um sentimento que pode vencer qualquer barreira, e, apesar da doença ser considerada “grande”, o amor era maior entre o casal. É como se a história dessa leitora mostrasse para as demais que independentemente das circunstâncias, é possível ser feliz no amor, indicando o fato de que em um determinado momento da vida a mulher encontrará seu par e, quem sabe, a felicidade. Por

outro lado, no discurso da autora, é enfatizada a falta de experiência feminina, a qual vem com a vivência.

4.3 Categoria 3: A história sobre maternidade:

6. Internei meu filho 14 vezes para livrá-lo do crack. E não consegui.

A leitora que conta essa história tem 57 anos. A história começou há treze anos. Esta é a única história das analisadas em que o problema não é diretamente da protagonista. Porém, por se tratar de uma relação de maternidade, o sofrimento é extremamente vivido pela leitora.

A narrativa segue a ordem cronológica, desde quando a protagonista adotou o seu filho, passando pelos primeiros problemas de comportamento, até o início do contato do rapaz com as drogas. Em seguida, conta diversos momentos tensos vividos, como resgates, internações, tentativas de achar soluções e momentos de esperança. Mas, no fim da narrativa, ela fala dos seus sentimentos. Essa é a única história que não possui um fim definitivo e, apesar disso, a narrativa também termina com a leitora se mostrando feliz com a situação atual, pois diz ver uma “luz no fim do túnel”.

O texto *Internei meu filho 14 vezes para livrá-lo do crack. E não consegui*, aponta, desde o início, para uma luta que a mulher vivencia contra o consumo de drogas por parte de seu filho. É interessante observar que o discurso dessa mãe demonstra uma grande tarefa realizada por ela, pressupondo que toda mãe tem essa obrigação, tentar livrar os filhos de uma situação “perigosa” para eles. Entretanto, neste caso, ela ainda não obteve êxito na tarefa, e tal desprendimento inicia com uma decisão: “Não tive dúvidas, pedi demissão para me dedicar integralmente a ele” (p. 120).

Outro aspecto que chama a atenção é o fato de a enunciatária, na maior parte do seu discurso, indicar que, apesar de casada, é ela quem toma para si a tarefa de ajudar o filho. Por exemplo, no destaque, é possível ler: “Quando ele recai, ele some. Já levei 15 dias para achá-lo” (p. 120). As duas colocações anteriores podem revelar que a mãe é a responsável pelo cuidado do filho, desde o momento em que adotou a criança, até hoje, 28 anos depois. Esse relato também é marcado pela dor de uma mãe que percebe não ter condições de combater a drogadição de seu filho: “Nada adiantava [...] Sem saída, resolvemos interná-lo” (p. 120).

A autora do texto reflete a respeito da sobrevivência do rapaz e da família: “Se for para a rua, ele morre. Se ficar em casa, nos mata” (p. 121). A mulher vê nitidamente que a convivência entre os indivíduos é conflituosa e que pode

acarretar em um desfecho trágico caso o rapaz volte à convivência dos pais, entretanto tem a consciência de que se ele estiver sozinho, na rua, pode morrer.

Na sua exposição, a mulher expõe sua incompetência para livrar o filho de um grande mal, o consumo de drogas, mas mostra, por outro lado, que não se deixa abater por esse fato. Ou seja, apesar de saber que o vício é algo muito presente na vida do filho, ela luta com as forças que tem para ajudar esse filho. Essa é uma luta que já dura treze anos e que a mãe deixa claro para as outras leitoras que, provavelmente, não terá descanso ou um final definitivo. Entretanto, ela finaliza indicando haver esperança porque o filho tem se mostrado mais aberto ao tratamento que recebe na clínica na qual está internado no momento do relato.

5 Considerações finais

A relação entre as mulheres e as revistas femininas, apesar de todas as mudanças ocorridas nas sociedades, ainda se revela muito intensa. As mulheres, muitas vezes, se valem do espaço que é oferecido para expor seus pensamentos, opiniões, desejos, vivências. Vê-se que, há muitos anos, as revistas femininas são consideradas amigas das mulheres e, segundo Bassanezi (1999), as revistas, já na década de 1950, eram qualificadas como importantes conselheiras, fonte de informação e companheiras, influenciando, assim, a realidade das leitoras, principalmente aquelas da classe média.

A seção escolhida para esta análise revelou um espaço destinado às mulheres maduras, que decidiram compartilhar com a revista e suas leitoras uma história pessoal vivenciada por elas, dividindo, assim, com as leitoras suas experiências. Nesse momento, tornariam-se, de certa forma, conselheiras que, expondo suas vivências, indicam caminhos a serem seguidos se outra mulher vivenciar o fato narrado.

Então, nesses textos, a idade surge como um elemento que ratifica a experiência e a possibilidade dessa mulher se tornar alguém capaz de, a partir de sua experiência, aconselhar as leitoras. É importante salientar que esse aconselhamento não é de maneira objetiva, mas, a partir do relato da vivência, a leitora poderá tomar para si a situação, refletir a respeito dela e talvez usá-la como se fosse sua própria experiência.

Um detalhe comum em todas as histórias é o tempo longo entre o acontecimento e o relato, pois no mínimo dez anos separam as duas situações. Isso pode ter vários motivos. Em alguns casos, como na história de janeiro e na de agosto, existia na época um preconceito mais forte, o que ocasionou a

vergonha por parte dessas mulheres. Com o tempo, o preconceito diminuiu e a vergonha se transformou no orgulho de contar a sua história de superação. Outro possível motivo é que, com o passar dos anos e uma maior sabedoria, essas mulheres maduras perceberam o quanto aquela experiência foi importante nas suas vidas.

O papel de conselheira da revista feminina existe há muito tempo. Os assuntos e conselhos mudam conforme a sociedade, e a própria mulher muda. Porém, viu-se que não apenas a revista pode conversar com as leitoras. No caso da *Marie Claire*, a revista proporciona às suas leitoras a possibilidade de conversarem entre si, possibilitando um espaço de relato pessoal para as mulheres maduras.

FROM READER TO READER: THE EXPERIENCE OF AGING IN *MARIE CLAIRE*

abstract

This paper aims to analyze some textual production on "Me, the reader", section from *Marie Claire* magazine written by female readers between 45 and 65 years old. It is also intending to check what issues are approached in these texts, as well as the way they are developed. In this way, the purpose is to characterize the mature woman and the space she takes up in *Marie Claire*. The methodology, used initially is Analysis of Content (BARDIN, 2004), with the intention of verifying which issues are present in the analyzed texts. Afterwards, the Speech Analysis is used (CHARAUDEAU, 2006) to understand the meanings present in the readers' verbal production. At the end of the analysis, it is proved that women prepare their texts considering three themes: love stories, health care stories and motherhood stories. It is also observed that the mentioned session from the magazine proves to be an important space for these mature female readers to share their experience with other readers.

key words

Mature Woman. Marie Claire Magazine. Content Analysis. Spaces.

referências

- ALI, Fatima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ANTUNES, Priscila de Cesaro; SILVA, Ana Márcia. Elementos sobre a concepção de Meia-Idade no processo de envelhecimento humano. *Revista Kairós Gerontologia*, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 123-140, set. 2013.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2004.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, Mary Del (Org.). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1999.
- BITTONI, Dulcília Schroeder. *Imprensa feminina*. São Paulo: Editora Ática, 1990.
- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.
- DEBERT, Guita Grin. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 16, n. 34, p. 49-70, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832010000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 2 jul. 2014.
- _____. *O Idoso na Mídia*. ComCiência: 2002. Reportagens sobre o envelhecimento. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/envelhecimento/texto/env12.htm>> Acesso em: 22 jul. 2015.
- _____. *A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: EDUSP, 1999.
- _____. Velho, terceira idade, idoso ou aposentado? Sobre diversos entendimentos acerca da velhice. *Coletiva*, Recife, n. 5, jul./ago./set. 2011. Disponível em: <http://www.coletiva.org/site/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=56&Itemid=76&idrev=8> Acesso em: 5 dez. 2013.
- GOLDENBERG, Mirian. *A bela velhice*. Rio de Janeiro: Record, 2013.
- _____. *Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- _____. *Corpo, envelhecimento e felicidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.
- GRADIM, Clícia Valim Côrtes; SOUSA, Ana Maria Magalhães; LOBO, Juliana Magalhães. A prática sexual e o envelhecimento. *Cogitare Enfermagem*, Curitiba, v. 12, n. 2, p. 204-2013, abr./jun. 2007.
- HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: PERROT, Michelle; THÉBAUD, Françoise; DUBY, Georges (Coord.). *História das mulheres no Ocidente*. Porto; São Paulo: Afrontamento; Ebradil, 1991. 5 v. p. 403-434.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LUCA, Tania Regina de. Imprensa feminina: mulher em revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. p. 447-468.
- MIGUEL, Raquel de Barros; RIAL, Carmen. Lazer: "Programa de Mulher". In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. p. 148-168.
- MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/FAPESP, 2001.
- MORI, Maria Elizabeth; COELHO, Vera Lucia Decnop. A vida ouvida: a escuta psicológica e a saúde da mulher de meia-idade. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro,

v. 3, n. 2, p. 36-78, jul. 2003. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S180842812003000200005&script=sci_arttext2003>. Acesso em: 4 jul. 2014.

MOTTA, Alda Britto da. As dimensões de gênero e classe social na análise do envelhecimento. *Cadernos Pagu*, Campinas, v. 13, n. 1, p. 191-221, 1999.

_____. Mulheres velhas: elas começam a aparecer... In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. p. 84-104.

PASSERINI, Luisa. A juventude, metáfora de mudança social. Dois debates sobre os jovens: a Itália fascista e os Estados Unidos da década de 1950. In: LEVI, Giovanni; SCHMITT, Jean Claude (Org.). *História dos jovens 2: a época contemporânea*. Traduzido por Claudio Marcondes, Paulo Neves e Nilson Moulin. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 319-382.

RODRIGUES, Aretusa de Paula; JUSTO, José Sterza. A ressignificação da feminilidade na terceira idade. *Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento*, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 169-186, dez. 2009.

SANT'ANNA; Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: SANT'ANNA; Denise Bernuzzi de (Org.). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. Tradução dos textos em francês por Mariluce Moura. 2. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 121-140.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul./dez. 1995.

_____. História das Mulheres. In: BURKE, Peter (Org.). *A escrita da História: novas perspectivas*. São Paulo: Editora UNESP, 1992. p. 63-95.

SOIHET, Raquel. Enfoques feministas e a história: desafios e perspectivas. In: MATOS, Maria Izilda S. de; SAMARA, Eni de Mesquita; SOIHET, Rachel (Org.). *Gênero em debate: trajetória e perspectivas na historiografia contemporânea*. São Paulo: EDUC, 1997.

ZIMMERMANN, Maira. *Jovem Guarda: moda, música e juventude*. Ilustração por Douglas K. do Amaral. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2013.

Recebido: 17/10/2014
Aceite Final: 16/11/2015