



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos
Curso de Doutorado em Estudos Linguísticos



SARAH CARIME BRAGA SANTANA

DISPOSITIVO DE GÊNERO:
PADRÕES SOCIAIS DE FEMINILIDADE E MASCULINIDADE EM REVISTAS
BRASILEIRAS

Uberlândia (MG)

2024

SARAH CARIME BRAGA SANTANA

DISPOSITIVO DE GÊNERO:
PADRÕES SOCIAIS DE FEMINILIDADE E MASCULINIDADE EM REVISTAS
BRASILEIRAS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos – Curso de Doutorado em Estudos Linguísticos, do Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia – como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Estudos Linguísticos.

Área de concentração: Estudos em Linguística e Linguística Aplicada.

Linha de Pesquisa: Linguagem, sujeito e discurso.

Orientador: Prof. Dr. Cleudemar Alves Fernandes.

Apoio financeiro: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior – CAPES

Uberlândia (MG)

2024

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

S232 2024	<p>Santana, Sarah Carime Braga, 1994- Dispositivo de gênero [recurso eletrônico] : Padrões sociais de feminilidade e masculinidade em revistas brasileiras / Sarah Carime Braga Santana. - 2024.</p> <p>Orientador: Cleudemar Alves Fernandes. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Estudos Linguísticos. Modo de acesso: Internet. Disponível em: http://doi.org/10.14393/ufu.te.2024.377 Inclui bibliografia. Inclui ilustrações.</p> <p>1. Linguística. I. Fernandes, Cleudemar Alves, 1966-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós- graduação em Estudos Linguísticos. III. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU: 801</p>
--------------	--

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:

Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091
Nelson Marcos Ferreira - CRB6/3074



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Estudos
Linguísticos
Av. João Naves de Ávila, nº 2121, Bloco 1G, Sala 1G256 - Bairro Santa Mônica,
Uberlândia-MG, CEP 38400-902
Telefone: (34) 3239-4102/4355 - www.ileel.ufu.br/ppgel - secppgel@ileel.ufu.br



ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em:	Estudos Linguísticos				
Defesa de:	Tese de doutorado - PPGEL				
Data:	Vinte e sete de março de dois mil e vinte e quatro	Hora de início:	14:30	Hora de encerramento:	18:30
Matrícula do Discente:	11923ELI008				
Nome do Discente:	Sarah Carime Braga Santana				
Título do Trabalho:	Dispositivo de Gênero: padrões sociais de feminilidade e masculinidade em revistas brasileiras				
Área de concentração:	Estudos em Linguística e Linguística Aplicada				
Linha de pesquisa:	Linguagem, sujeito e discurso				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	Constituição de sujeitos e formação de corpos sociais por discursos na história do presente				

Reuniu-se, na sala 213, bloco U, *Campus* Santa Mônica, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, assim composta: Professores Doutores: Cleudemar Alves Fernandes - UFU, orientador da Tese; Israel de Sá - UFU; Denise Gabriel Wittez - Unicentro; Guilherme Figueira Borges - UEG; e Sandro Braga - UFSC.

Iniciando os trabalhos o Presidente da mesa, Dr. Cleudemar Alves Fernandes, apresentou a Comissão Examinadora e a candidata, agradeceu a presença do público, e concedeu à Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir, o Senhor Presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos examinadores, que passaram a arguir a candidata. Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando a candidata:

Aprovada.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação

interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar, foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que, após lida e achada conforme, foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Israel de Sá, Professor(a) do Magistério Superior**, em 27/03/2024, às 18:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cleudemar Alves Fernandes, Professor(a) do Magistério Superior**, em 27/03/2024, às 18:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Guilherme Figueira Borges, Usuário Externo**, em 28/03/2024, às 00:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Denise Gabriel Witzel, Usuário Externo**, em 28/03/2024, às 11:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Sandro Braga, Usuário Externo**, em 02/04/2024, às 09:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5271705** e o código CRC **A8D6D0BE**.

Aos meus pais, Ana e Edmar, que a todo o tempo, nos meus 29 anos de vida, foram meu esteio e motivação para seguir. Me ofereceram apoio e força suficientes para que eu fosse capaz de me entender como sujeito e assumir os lugares discursivos e espaços sociais que ocupo hoje. Espero e trabalho para que meus passos reflitam toda a dedicação empregada a mim e, principalmente, a minha formação acadêmica.

À Kamila, minha irmã, que só em existir me motiva em ser melhor a cada dia, e por ser, junto aos meus pais, quem mais se alegra e torce por cada realização minha.

AGRADECIMENTOS

Aos melhores amigos que eu poderia ter nessa vida, Jheny Iordany, Carol e Marcelo, pelos anos de amizade, por entenderem minhas ausências, por terem sempre sorrído e chorado comigo, por estarem, mesmo longe, sempre presentes e dispostos a tudo comigo, pelos momentos bons e ruins que passamos juntos, por estarem sempre presentes na minha vida, serem capazes de me repreender e criticar quando necessário, assim como de me acolher e confortar na necessidade. Pelas risadas proporcionadas, pelas cervejas tomadas, pelos festivais curtidos, pelas conversas, produtivas ou não, ou seja, por todas as experiências que vivemos juntos. E, principalmente, por me proporcionarem a certeza de que sou amada e a convicção de que sempre terei a quem recorrer nas adversidades e com quem festejar cada conquista, mesmo que ínfima. Amo vocês!

À Geise pelo companheirismo, por se fazer presente nos bons e maus momentos e por sempre me apoiar e por se ocupar em tornar meus dias melhores e os árduos caminhos mais leves.

A todos aqueles que passaram pela minha caminhada acadêmica, se fizeram força e impulso positivo para que eu não desistisse, estes que fizeram questão de me encorajar e me manter na certeza de ocupar, acadêmica e profissionalmente, lugares e espaços em que devo e preciso estar.

Aos colegas do Coletivo Dandaras, sobretudo Cícero, Dani, Eva e Wal, com quem trabalho diretamente na coordenação das atividades do Coletivo, que me proporcionam uma experiência ímpar na construção e efetivação de projetos que possibilitam um processo de enegrecimento das Universidades, em especial dos programas de pós-graduação a nível de mestrado e doutorado. A vivência experienciada no exercício da coordenação do Coletivo foi fundamental para que eu pudesse repensar meu lugar como mulher negra na academia e dar um novo sentido e novas possibilidades a uma necessidade, latente e instaurada em mim desde a graduação, em ser um sujeito facilitador da ocupação e manutenção efetivas de pessoas negras nos espaços socialmente entendidos como produtores do saber e que exprimem posições de poder capazes de viabilizar, visibilizar e legitimar a existência de pretas e pretos como produtivas e significativas no Brasil, um país tradicionalmente racista e deficiente no tratamento das questões de racialidade que são inerentemente constitutivas de sua história.

Ao Prof. Dr. Cleudemar Alves Fernandes, “Cleu”, por ter aceitado enfrentar essa jornada comigo, pela paciência, direcionamento e olhar cuidadoso tanto em relação à tese,

quanto de forma pessoal. Saiba que sempre direi com um belo sorriso no rosto que fui sua orientanda, pois sempre será, para mim, um motivo de orgulho ter tido essa experiência. Tenho, ainda, a certeza de que esse caminho teria sido muito mais árduo sem a sua presença! Agradeço imensamente pelas conversas formais e dos bares, pelos encontros em ambiente acadêmico e fora dele, todos foram cruciais para a minha caminhada e para minha formação como pessoa, professora e pesquisadora.

Ao Prof. Dr. Antônio Fernandes Junior, “Tony”, por todos os ensinamentos e acolhimento durante minha vida acadêmica, pela orientação realizada na IC ainda na graduação e todo o apoio e empenho dedicados a mim ainda no mestrado. Tony, você sempre será uma referência de professor, pesquisador e pessoa na minha vida. Farei sempre questão de afirmar que “não sei o que seria de mim” caso eu não tivesse sido agraciada com a sua presença nessa trajetória. Obrigada!

Ao Prof. Dr. Bruno Franceschini, pela paciência e disponibilidade em compartilhar conhecimento, me incentivar e apoiar durante toda a minha trajetória na pós-graduação.

Ao Prof. Dr. Pedro Navarro e ao Prof. Dr. Guilherme Figueira Borges por terem acompanhado o desenvolvimento deste trabalho, nos exames de qualificação e na defesa final da tese, tendo dedicado seu tempo em ler, apontar e discutir o texto desde sua fase inicial, contribuindo grandiosamente para o desenvolvimento da escrita, indicando caminhos e compartilhando conhecimentos que, sem dúvida, foram essenciais para a finalização da pesquisa.

À Maria Virgínia, secretária do PPGEL, pela competência, presteza e dedicação em, prontamente, facilitar todas as questões burocráticas durante a realização do curso de Doutorado.

À CAPES, pelo auxílio financeiro para a realização desta pesquisa.

RESUMO

Esta tese toma como objeto de estudo as práticas discursivas que estabelecem uma relação binária (feminilidades x masculinidades) que produzem e legitimam, através dos discursos, padrões sociais e econômicos definidores das formas de ser mulher ou homem em uma determinada sociedade, considerando como as relações saber-poder, operadas pelos e por meio dos discursos, tangem as relações entre os gêneros e estabelecem um padrão focalizado em uma matriz cis-heteronormativa, ou seja, um modelo social que tem como base sujeitos que se identificam com seu gênero biológico, atribuído ao nascer, e se afirmam como sujeitos heterossexuais. Assentes nesta questão, trataremos o dispositivo de gênero e pretendemos discutir como esse dispositivo se realiza quando o objeto de discurso abrange sujeitos heterossexuais e homossexuais, que correspondem, respectivamente, a um padrão hegemônico e não hegemônico de exercício das feminilidades e das masculinidades. A tratativa destas questões será realizada a partir das publicações veiculadas em revistas de circulação nacional que, constitutivamente, dedicam-se a assuntos relativos ao comportamento, estilo de vida, moda e cultura, ou seja, ocupam-se dos interesses cotidianos do público-alvo a ser alcançado. Para tanto, o *corpus* selecionado é composto por três revistas femininas e duas masculinas, e os recortes analíticos foram realizados a partir das publicações digitais das revistas Claudia, Marie Claire e Ana Maria, que apresentam conteúdo para o público feminino, e das revistas GQ Brasil e L'Officiel Hommes Brasil, voltadas para o público masculino, que foram publicizadas entre os anos de 2017 e 2023. Pautando-nos no estabelecimento de uma relação entre o sujeito, o objeto do conhecimento e a própria representação de conhecimento como verdade com que operamos o campo conceitual, este trabalho apresenta como norte teórico os Estudos Discursivos Foucaultianos, com foco no acontecimento discursivo e nas reflexões sobre subjetividade e as relações saber-poder. Além disso, recorreremos à teoria de gênero suscitada principalmente por Judith Butler, para que possamos, com Foucault, pensar a constituição de um dispositivo, e, com Butler, a forma como a teoria de gênero nos leva, por meio dos discursos e do exercício de poder pelo controle das condutas, à constituição do dispositivo de gênero. No que diz respeito à abordagem que versa sobre a questão de gênero, ela está composta por várias proposições de cunho filosófico, religioso e, principalmente, científico, mas que podem ser apresentadas em conjunto devido a suas similaridades. Nesse ínterim, as análises desenvolvidas procederam do recorte de séries enunciativas não lineares e que se encontram em uma dispersão discursiva, ao passo que apresentam uma regularidade entre os objetos de que falam, constituindo uma cadeia enunciativa acerca das posições sujeito e dos lugares possíveis a serem performados socialmente por homens e mulheres. Ao considerar os apontamentos realizados acima, o objetivo central desta pesquisa resume-se em investigar e analisar como as práticas discursivas que compõem o material analítico definem, a partir de um dispositivo de gênero, os papéis sociais masculinos e femininos, objetivam e subjetivam os sujeitos, cerceiam sua liberdade, regem seu corpo, promovem interdições e delimitam os campos de performatividade possíveis ao exercício das feminilidades e masculinidades dos sujeitos. Os resultados obtidos apontam que o Dispositivo de Gênero tem sua emergência pautada na produção de discursos mantenedores de uma hegemonia de gênero cis-heteronormativa, que pauta o exercício das feminilidades e masculinidades ao definir os papéis sociais possíveis aos sujeitos mulher e homem.

Palavras-chave: Sujeito; Dispositivo; Gênero; Práticas discursivas; Discurso midiático.

ABSTRACT

This thesis takes as its object of study the discourse practices that establish a binary relationship (femininities vs masculinities) that create and legitimate, through discourses, social and economic patterns that define ways of being a woman or a man in a given society, considering how the relationships of knowledge-power, operated by and by means of discourses, touch the relationships between genders and establish a pattern that focus on a cis-heteronormative matrix, that is, a social model that has, as its foundation, subjects that identify themselves with their biological gender, attributed to them when they were born, and who affirm themselves as heterosexual subjects. Based on this topic, we will discuss the gender device, and we will intend to discuss how this device is concretized when the discourse object encompasses heterosexual and homosexual subjects, who respectively correspond to a hegemonic and non-hegemonic pattern of exercise of femininities and masculinities. The discussion of such topics will be carried out referring to publications issued in magazines that circulate nationally, which, constitutively, dedicate themselves to topics regarding behavior, lifestyle, fashion and culture, that is, address daily life interests of their target public. For this, the selected corpus is comprised of three feminine magazines and two masculine magazines, the analytical excerpts were obtained from digital issues of the magazines Claudia, Marie Claire and Ana Maria, which present content for the feminine public, and the magazines GQ Brasil and L'Officiel Hommes Brasil, oriented to the masculine public, which were publicized between 2017 and 2023. Based on the establishment of a relationship between the subject, the object of knowledge and the representation itself of knowledge as a truth with which we operate the conceptual field, this work presents, as theoretical approach, the Foucauldian Discourse Studies, with focus on the discursive event and on reflections about subjectivity and knowledge-power relationships. In addition, we will resort to the gender theory brought about especially by Judith Butler, so that we may, with Foucault, think the constitution of a device, and with Butler, think the way the gender theory leads us, by means of discourses and the exercise of power, through behavior control, to the constitution of the gender device. Regarding the topic of gender that will be addressed, it comprises several propositions of a philosophic, religious, and mainly scientific nature, but which can be presented together due to their similarities. Meanwhile, the analyses developed from the clipping of non-linear enunciative series, which are found in a discursive dispersion, while at the same time they present a regularity in the objects they talk about, constituting an enunciative chain about the subject positions and the possible places to be socially performed by men and women. Upon considering the notes taken above, the central objective of this research may be summarized as the investigation and analysis of how the discursive practices that compose the analytical material define, from a gender device, the masculine and feminine social roles, objectify and subjectify subjects, limit their freedom, rule their bodies, promote interdictions and delimit the fields of performativity possible to the exercise of femininities and masculinities of the subjects. The results obtained indicate that the Gender Device has its emergence based on the production of discourses that maintain a cis-heteronormative gender hegemony, which rules the exercise of femininities and masculinities while defining the social roles possible to woman and man subjects.

Keywords: Subject; Device; Gender; Discursive practices; Media discourse.

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1: Capa Ana Maria, 21 de outubro de 2022.....	47
Imagem 2: Capa Claudia, abril de 2019	48
Imagem 3: Capa Claudia, abril de 2020	49
Imagem 4: Capa Marie Claire, fevereiro de 2023	50
Imagem 5: Capa GQ Brasil, dezembro de 2017	53
Imagem 6: Capa GQ Brasil, maio e junho de 2020.....	55
Imagem 7: Índice GQ Brasil, maio e junho de 2020	56
Imagem 8: Capa L'Officiel Hommes Brasil, setembro de 2019.....	59
Imagem 9: Sumário Marie Claire, setembro de 2021.....	60
Imagem 10: Sumário Marie Claire, setembro de 2021.....	61
Imagem 11: Sumário Claudia, junho de 2021	61
Imagem 12: Sumário GQ Brasil, setembro de 2020.....	62
Imagem 13: Sumário GQ Brasil, março de 2020	63
Imagem 14: Sumário GQ Brasil, setembro de 2021.....	64
Imagem 15: GQ Brasil, setembro de 2020.	64
Imagem 16: Sumário L'Officiel Hommes Brasil, dezembro de 2020.	65
Imagem 17: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022.....	70
Imagem 18: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022.....	72
Imagem 19: Marie Claire, novembro de 2021	73
Imagem 20: Ana Maria, setembro de 2020.	75
Imagem 21: Revista GQ Brasil, abril de 2020	76
Imagem 22: Revista GQ Brasil, abril de 2020 (modo leitura)	76
Imagem 23: Revista GQ Brasil, setembro de 2020.	80
Imagem 24: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022.....	82
Imagem 25: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022.....	83
Imagem 26: GQ Brasil, fevereiro de 2021	86
Imagem 27: Ana Maria, 04 de agosto de 2023.....	89
Imagem 28: Ana Maria, 04 de agosto de 2023.....	90
Imagem 29: Ana Maria, 11 de maio de 2023.	93
Imagem 30: Ana Maria, 11 de maio de 2023.	94

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CAMINHOS PARA UMA GENEALOGIA	22
1.1 As relações saber-poder na constituição dos sujeitos	24
1.2 O poder disciplinar	30
1.3 A emergência dos dispositivos	32
1.4 O corpo como superfície de inscrição para os acontecimentos.....	35
2 CORPOS QUE (R)EXISTEM: A REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES E FEMINILIDADES NAS REVISTAS	41
2.1 Da definição dos campos de possibilidade de exercício das feminilidades e das masculinidades	46
2.2 Da normalização e normatização dos corpos	69
2.3 As relações de gênero no Brasil	80
<i>2.3.1 – As relações entre gênero e carreira</i>	<i>82</i>
<i>2.3.2 – Um olhar sobre maternidade e a paternidade nas revistas.....</i>	<i>88</i>
3 CARTOGRAFANDO OS DISCURSOS	97
3.1 Da performatividade das feminilidades e masculinidades nas revistas	97
REFERÊNCIAS	103
ANEXOS	107

INTRODUÇÃO

Ao nos questionarmos sobre os fatores que acarretam uma definição dos papéis sociais de gênero na sociedade brasileira é que propomos, nesta pesquisa, tomar como objeto os discursos que, por meio de um regime binário, procuram determinar as possibilidades de existência social de mulheres e homens, para, então, refletir acerca de um dispositivo de gênero que, mediante leis e regras, designa posições sociais, econômicas e, discursivamente, implicam a construção desses sujeitos, tendo em vista os comportamentos, regras e direitos estabelecidos socialmente.

O *corpus* da pesquisa contempla revistas de ampla circulação no país, e os discursos midiáticos nos quais as revistas estão inseridas, considerando tal materialidade como capaz de abarcar discursos políticos, jurídicos, familiares, religiosos etc. que incidem na construção de padrões sociais, corroboram ou contrariam discursos acerca dos papéis inerentes às mulheres e aos homens na sociedade e, conseqüentemente, funcionam como práticas de subjetivação e objetivação dos sujeitos, imputando a eles regras e leis voltadas para a condução das condutas.

Isto posto, entendemos que as relações saber-poder operadas pelos discursos e por meio deles tangem as relações entre os gêneros e estabelecem um padrão focalizado em uma matriz cis-heteronormativa, ou seja, um modelo social que tem como base sujeitos que se identificam com seu gênero biológico – atribuído a eles ao nascer – e se afirmam como heterossexuais – se atraem, sexualmente, por pessoas do gênero oposto.

Desta feita, trataremos dos papéis de cada gênero na sociedade por meio da análise de enunciados presentes nas revistas de circulação nacional que configuram como *corpus* desta pesquisa. Tomamos como crucial, assim, a discussão que envolve as práticas discursivas que estabelecem uma relação binária (feminilidades x masculinidades), que produzem e legitimam, através dos discursos, padrões sociais e econômicos definidores das formas de ser mulher ou homem em uma determinada sociedade.

Os interesses, as atividades e a forma de se relacionar são critérios sociais para a definição do papel exercido na sociedade, e as revistas constituem-se como uma materialidade discursiva que trata destes aspectos sociais e, portanto, estão carregadas de enunciados que, em uma articulação saber/poder, abarcam processos de produção de gênero e traduzem a construção das feminilidades e masculinidades. Dessa forma, independente do sexo que é atribuído ao indivíduo no nascimento, a sociedade, por meio das relações de saber/poder, vale-se de outras formas de definição dos papéis de gênero que vão além das características biológicas, mas não as ignoram.

Sendo assim, tais critérios sociais pautam-se em uma necessidade de divisão dos papéis sociais em que os sujeitos encontram-se envolvidos em uma relação de poder, e mesmo quando ocorre uma fuga ao padrão, a estrutura precisa ser mantida; isto é, a resistência ao dispositivo é imediatamente respondida por meio de discursos que imputam a possibilidade de novas configurações sociais, mas que, ao mesmo tempo, reafirmam a manutenção das estruturas pré-definidas, suscitando, assim, a indispensabilidade da identificação de um sujeito que assuma o lugar inferido à mulher (espaço interno, de cuidado do lar) e ao homem (espaço externo de gerência do lar).

Então, considerando a materialidade discursiva focalizada nesta pesquisa, como funciona o dispositivo de gênero na atribuição dos papéis sociais definidores das masculinidades e feminilidades? Para que possamos responder a esta pergunta, devemos, primeiramente, levar em consideração que, no Brasil, há uma cultura patriarcal, baseada em um sistema binário para divisão das atividades sociais, em que temos rico/pobre, fora/dentro, homem/mulher, alto/baixo, etc. Esse sistema binário atrelado ao patriarcado firma-se em discursos cis-heteronormativos que, por sua vez, estruturam a relação entre sexos opostos, reforçando o binarismo como natural e aceito socialmente.

Diante disso, e assente nessas categorias de divisão social, visualizamos uma bifurcação das possibilidades de existência das feminilidades e das masculinidades que operam na construção de papéis sociais pautadas pelo gênero. Sendo assim, tal divisão prevê o meio social, o trabalho externo ao lar, o manejo das finanças e o sustento da casa como possíveis aos homens, enquanto, para as mulheres, designa-se as atividades ligadas ao interior da casa, o cuidado com os filhos e com o marido/pai, entre outros.

Para Butler (2019), na lógica da cis-heteronormatividade há uma economia que, além de inserir o feminino como termo subordinado ao masculino, considera uma forma de organização social baseada na relação homem e mulher. Para que essa economia funcione, é necessário que dentro das esferas sociais os papéis masculinos e femininos sejam respeitados, inserindo todos os sujeitos em uma lógica pautada na cis-heteronormatividade. Portanto, mesmo nas relações homossexuais, passa a existir uma divisão dos papéis sociais entre masculinos e femininos.

É por meio dessa discussão que trataremos o dispositivo de gênero, e pretendemos discutir como esse dispositivo se realiza quando o objeto de discurso abrange sujeitos heterossexuais e homossexuais, que correspondem, respectivamente, a um padrão hegemônico e não hegemônico de exercício das feminilidades e das masculinidades. E, para além disso, analisar, através do corpo, como os sujeitos do sexo masculino e feminino são agenciados e se

fazem partícipes de práticas discursivas que operam a condução das condutas, legitimando e determinando papéis sociais de gênero.

Nesta pesquisa, realizaremos a tratativa destas questões recorrendo à análise de publicações veiculadas em revistas de circulação nacional que, constitutivamente, dedicam-se a assuntos relativos ao comportamento, estilo de vida, moda e cultura, ou seja, ocupam-se dos interesses cotidianos do público-alvo a ser alcançado – feminino ou masculino.

Ao considerar que a epistemologia define um campo e uma forma de produção do conhecimento, o campo conceitual a partir do qual operamos ao produzir o conhecimento científico, a maneira pela qual estabelece uma relação entre o sujeito e o objeto do conhecimento e a própria representação de conhecimento como verdade com que operamos, esta pesquisa será realizada à luz dos Estudos Discursivos Foucaultianos, com foco no acontecimento discursivo e nas reflexões sobre subjetividade e relações saber-poder. Além disso, recorreremos à teoria de gênero suscitada principalmente por Judith Butler, para que possamos, com Foucault, pensar a constituição de um dispositivo, e com Butler, a forma como a teoria de gênero leva-nos, por meio dos discursos e do exercício de poder pelo controle das condutas, à constituição do dispositivo de gênero.

No que diz respeito à questão de gênero abordada neste trabalho, ela está composta por várias proposições de cunho filosófico, religioso e, principalmente, científico, mas que podem ser apresentadas em conjunto devido a suas similaridades. Nesse ínterim, as análises a serem apresentadas procederem do recorte de séries enunciativas não lineares e que se encontram em uma dispersão discursiva, ao passo que apresentam uma regularidade entre os objetos de que falam, constituindo uma cadeia enunciativa acerca das posições sujeito e dos lugares possíveis a serem performados socialmente por homens e mulheres.

Algumas das perspectivas a serem observadas nos discursos filosóficos, religiosos ou médicos, por exemplo, segundo Roudinesco (2008), foram difundidas pelo catolicismo no Ocidente e se estabeleceram por meio de correntes teóricas científicas – em que podemos constar a neurobiologia, neuropsicologia, sociologia genética, entre outras – que empregam aos aspectos biológicos inatos o início das definições das características psicológicas e subjetivas dos sujeitos.

Assim, os corpos de homens e mulheres, por serem natural, biológica e anatomicamente diferentes, resultariam em características psicológicas, sociais e comportamentais diferenciadas. A diferença biológica dos sexos, por exemplo, definiria rígidos papéis de gênero e de vivência da sexualidade, o que implicaria lugares e formas de condutas específicas a cada um deles.

Contudo, as diferenças biológicas entre o corpo masculino e o feminino são dadas anatomicamente, principalmente, pelos órgãos sexuais. Tais diferenças, sozinhas, não seriam capazes de determinar divisões objetivas e subjetivas na relação entre os dois gêneros. Portanto, a divisão dos papéis masculinos e femininos constitui-se por meio de uma construção social que ocorre discursivamente, evidenciando uma oposição entre os dois gêneros.

Estes e outros apontamentos voltados para a questão dos gêneros vão de encontro a verdades determinadas e prescritivas de forma que se tornam inerentes aos gêneros, criticam a fixidez dos limites do sexo nas disposições de gênero, as quais geram corpos masculinos e femininos atrelados à subordinação de normatizações morais e sociais.

Para Santos (2014), dentre o conjunto das variantes epistemológicas acerca dos estudos de gênero, as práticas e experiências de vida dão lugar a novas apreciações valorativas das relações de poder constitutivas da produção de saberes dominantes que prescrevem normas de atuação e de restrição.

Nesse sentido, acionamos o conceito de performatividade de gênero pautado por Butler (2010), uma vez que a referida autora assevera que:

Como efeito de uma performatividade sutil e politicamente imposta, o gênero é um “ato”, por assim dizer, que está aberto a cisões, sujeito a paródias de si mesmo, a autocríticas e àquelas exibições hiperbólicas do “natural” que, em seu exagero, revelam seu status fundamentalmente fantasístico. (Butler, 2010, p. 211).

Butler (2010), em suas problematizações sobre gênero, aponta, ainda, a dificuldade da relação entre o eu, um sujeito da linguagem, e as estratégias de poder que regem e determinam a posição dos gêneros socialmente, uma vez que o corpo que se faz objeto na determinação dos papéis de gênero é o mesmo corpo que, para Foucault (2008, p. 267), configura-se como “superfície de inscrição dos acontecimentos, lugar de dissociação do eu, volume em perpétua pulverização”.

Desse modo, ao tratarmos do corpo, nesta pesquisa, não procuramos discutir as diferenças físicas, mas os discursos que, dentro de uma racionalidade binária, objetivam e subjetivam sujeitos de formas particulares, tendo o corpo como aspecto central para a determinação dos papéis de gênero no Brasil, discursos estes que seguem leis e normas de uma matriz cis-heteronormativa e permitem a concepção de um dispositivo de gênero.

Para tanto, consideramos que analisar os discursos que regem e/ou determinam as relações entre os gêneros, incluindo as relações de poder, implica nos situarmos social e historicamente para que os enunciados, compreendidos como acontecimentos discursivos,

possibilitem-nos abordar o objeto discursivamente para uma análise com vistas nessa relação de poder, para que possamos, então, discutir a constituição do dispositivo de gênero, pautado no binarismo e voltado para a construção dos sujeitos homem e mulher no Brasil.

No limiar dos objetos que circundam o dispositivo de sexualidade apresentado por Foucault, e interpelados pelo pensamento de Butler, reconhecemos que o sexo, no decorrer dos estudos que debatem esta categoria, alcançou socialmente o status de gênero, já que o sexo seria o que compreende a instância do natural, e o gênero a do social, portanto, as questões de gênero acumulam, reverberam e ocupam-se de práticas sociais.

Partindo desse apontamento, apresentamos como hipótese para esta pesquisa que os saberes e os modos de agir dos sujeitos na sociedade operam, discursivamente, a transmutação do dispositivo de sexualidade em um dispositivo de gênero que comporta as sexualidades.

Posto isso, procuramos, então, indícios dessa alteração, e é por meio desses indícios que objetivamos cartografar um dispositivo de gênero que, dentro desta hipótese, promove uma modificação e responde a uma urgência histórica que não abandona, definitivamente, o sexo, mas instrumentaliza o funcionamento da relação sexo-gênero.

Partindo desse ponto, ao olhar a história do corpo, observamos também a história dos sujeitos que o habitam e que são habitados por um corpo, tanto no pensamento foucaultiano, quanto na teoria de gênero. Desse modo, retomamos a questão norteadora e fomentadora das discussões aqui propostas: como se dá o funcionamento discursivo do dispositivo de gênero na concepção dos papéis sociais masculinos e femininos?

E, para responder a essa pergunta a contento, o material de análise será composto pelo recorte de séries enunciativas que possibilitam pensar o lugar das masculinidades e feminilidades, o agenciamento, a normalização e normatização dos corpos, o funcionamento das relações saber/poder no exercício da resistência, assim como na condução das condutas e na produção de contracondutas.

Como assinalamos, esse dispositivo funciona no sentido de determinar as condutas dos sujeitos em questão. Baseando-nos nesta afirmação, pretendemos mapear o dispositivo de gênero e analisar e explicitar os aspectos discursivos próprios à determinação dos papéis e à constituição desses sujeitos.

Assim, ao mapear esse dispositivo, buscamos discutir como os discursos, baseados no binarismo, determinam os papéis de gênero e produzem corpos úteis, legitimam condutas preconceituosas e deslegitimam os sujeitos que não atendem a uma lógica cis-heteronormativa permanente, que não pode ser contestada socialmente.

No intuito de alcançar e provar a hipótese norteadora da pesquisa que propomos,

importa-nos pensar a teoria para discutir a prática; para tanto, destacamos como *corpus* deste trabalho os enunciados presentes em cinco revistas comercializadas no Brasil, em formato físico e digital.

Para fazer a seleção dessas revistas, atemo-nos à importância da revista no país e no volume de suas vendas. Sendo assim, o material que apresentaremos figura como relevante no Brasil, tanto nos números, quanto na tradicionalidade e força de mercado dentro do seguimento publicitário e jornalístico ao qual se dedicam.

As revistas elencadas circulam em âmbito nacional e possuem como foco públicos distintos. Para que seja possível observar, analisar e discutir, a contento, os discursos presentes nesta materialidade, que delimitam e determinam os espaços possíveis dos sujeitos na sociedade a partir de padrões que focalizam feminilidades e masculinidades, foram selecionadas três revistas femininas e duas masculinas que tratam de assuntos como saúde, estilo de vida e sexualidade. Faremos, então, os recortes analíticos desta pesquisa nas publicações digitais e físicas das revistas *Claudia*, *Marie Claire* e *Ana Maria*, que apresentam conteúdo para o público feminino, e das revistas *GQ Brasil* e *L'Officiel Hommes Brasil*, voltadas para o público masculino.

Tendo selecionado as revistas, faremos, ainda, um recorte temporal das publicações que figurarão como *corpus* deste trabalho. À vista disso, a pesquisa se ocupará das publicações feitas principalmente entre janeiro de 2017 e outubro de 2023, considerando que, ao observar essa temporalidade, que abarca um período de 6 anos no qual mudanças políticas significativas ocorreram no país, seja possível refletir e discutir as relações de poder-saber, subjetivações e objetivações dos sujeitos permeadas pelos enunciados presentes nas revistas, de forma a alcançar os objetivos propostos para esta pesquisa.

O período selecionado, além de uma quantidade significativa de publicações das revistas, compreende momentos históricos, sociais e políticos bem específicos no Brasil, uma vez que, em 2017, o país era presidido por Michel Temer (PMDB), após o *impeachment* de Dilma Rousseff, efetivado em 31 de agosto de 2016, já em janeiro de 2019 Jair Bolsonaro (PSL) assume a presidência do país, sendo este considerado candidato de extrema-direita, e em janeiro de 2023 Lula (PT) é empossado como Presidente do Brasil.

Portanto, considerar os exemplares das revistas elencadas para compor o *corpus* analítico deste trabalho, publicizados entre 2017 e 2023, possibilita observar um campo de enunciados possíveis nesta temporalidade, partindo de um olhar mais abrangente acerca de aspectos que indiquem mudanças sociais e políticas que reverberam nas práticas discursivas referentes às determinações dos papéis de gênero no país. Esses apontamentos, então, validam

a escolha do período temporal especificado acima.

As revistas que compõem o *corpus* desta pesquisa possuem tiragem semanal ou mensal, sendo que apenas a revista Ana Maria tem publicações semanais, enquanto as demais apresentam novas edições mensalmente. Os títulos selecionados abordam assuntos relacionados a estilo de vida e comportamento, sendo compostas por reportagens, notícias, publicidades, propagandas, entrevistas, recomendações e matérias, de forma geral, direcionadas aos interesses dos públicos aos quais se destinam.

A revista Ana Maria é apresentada pela Editora Perfil (2020, s/p), responsável por sua publicação, como

[...] a marca popular feminina mais antiga do Brasil, pioneira ao falar com mulheres da que hoje é chamada de a nova classe média. A publicação impressa sempre foi tida pelas leitoras como a melhor amiga da dona de casa, tradição que se seguiu na vertente da marca no digital, especializando-se em temas como culinária, moda, beleza, saúde, bem-estar, casa, filhos e dinheiro.

Já a revista Claudia, com edições de responsabilidade da Editora Abril, apresenta como lema “A vida sob o ponto de vista da mulher”. Essa revista foi lançada pela primeira vez em 1961 e mantinha, inicialmente, seu foco na dona de casa, mas com o transcorrer dos anos sofreu alterações, passando a tratar de outros temas que se vinculam ao perfil do público-alvo da revista.

A revista Marie Claire, por sua vez, é uma revista lançada em 1937, na França, e que passou a ser comercializada no Brasil em 1991, pela Editora Globo, tendo em circulação uma média de 280 mil exemplares ao mês, e se destina, prioritariamente, ao público feminino das classes A e B, enquanto a revista Claudia mantém seu foco em mulheres que pertençam às classes B e C e a revista Ana Maria tenta alcançar o público da classe C.

No que tange à seleção de revistas voltadas ao público masculino, temos a L’Officiel Hommes Brasil, um produto da Editora Escala Jalou que traz matérias sobre esportes, moda, cultura, gastronomia, dentre outros assuntos, e que é distribuída para mais de 15 países. Também compõe a seleção de periódicos destinados ao grupo masculino as edições da revista GQ Brasil, que se encontra no catálogo da Editora Globo, têm suas publicações voltadas para o público da classe A e em seu site é descrita como “o guia definitivo para o homem moderno, com dicas de estilo, as últimas sobre cultura pop, ensaios das musas do momento, esportes, saúde do homem” (Globo, 2020, s/p).

Os enunciados que compõem o material analítico desta pesquisa foram organizados por meio do recorte de três séries enunciativas que produzem e legitimam o exercício das

feminilidades e masculinidades, permeadas pelas práticas discursivas, reverberando na objetivação e subjetivação dos sujeitos no que tange a comportamentos socialmente delineados, sendo elas: SE1 – Da definição dos campos de possibilidade de exercício das feminilidades e das masculinidades; SE2 – Da normalização e normatização dos corpos; SE3 – As relações de gênero no Brasil.

As séries enunciativas compostas para as análises não atendem a uma linearidade, mas a regularidades discursivas entre os objetos de que falamos. Nesse sentido, ao observar as edições das revistas elencadas como *corpus* da pesquisa, selecionamos 30 imagens, que contemplam as capas, sumários e matérias publicizadas nessas materialidades e, para assegurar maior legibilidade das imagens, exibiremos alguns enunciados de forma ampliada nos anexos, e ainda apresentaremos outras imagens que não são foco de análise a título de exemplificação e/ou ratificação de pontuações realizadas no âmbito das análises.

Interessa-nos discutir, também, como, dentro de uma sociedade cis-heteronormativa, indivíduos héteros, homossexuais, bissexuais e transexuais ocupam os espaços sociais, e de que forma seus corpos são objetivados e subjetivados nos enunciados, questionando, ainda, o aparecimento ou a ausência desses sujeitos como objeto das práticas discursivas presentes nas revistas que compõem o material analítico desta pesquisa.

Consideramos, portanto, as práticas discursivas promotoras de uma concepção binária dos gêneros, que delimitam condutas a serem exercidas por homens e mulheres e que reverberam discursos acerca de uma divisão social dos papéis masculinos e femininos na sociedade.

Tendo como objeto de estudo o corpo, este trabalho, de forma mais ampla, propõe discutir, por meio da análise discursiva do material selecionado, a maneira como o dispositivo de gênero é acionado e como as relações saber-poder são exercidas sobre os corpos que se tornam um objeto social.

Ao considerar os apontamentos realizados acima, o objetivo central desta pesquisa consiste em investigar e analisar como as práticas discursivas que compõem o material analítico desta pesquisa definem, a partir de um dispositivo de gênero, os papéis sociais masculinos e femininos, objetivam e subjetivam os sujeitos, cerceiam sua liberdade, regem seu corpo, promovem interdições e delimitam os campos de performatividade possíveis ao exercício das feminilidades e masculinidades dos sujeitos.

Desse modo, para que seja possível executar a contento tal proposição, elencamos quatro objetivos específicos, os quais almejamos alcançar durante o desenvolvimento deste trabalho, são eles: a) selecionar e observar os componentes dos enunciados presentes nas

revistas que representam o *corpus* desta pesquisa e que abordam feminilidades e masculinidades, para que possamos discutir os efeitos destes nos corpos dos sujeitos masculinos e femininos e mostrar quais corpos são afirmados e quais são deslegitimados por meio destes discursos; b) analisar as formas de subjetivação dos sujeitos homem e mulher para demonstrar de que maneira o dispositivo de gênero define os papéis sociais destes dois sujeitos; c) explicitar como se dá o exercício do poder disciplinar nos enunciados analisados e como se efetivam as relações de poder que regem os discursos sobre os gêneros para que possamos discutir como o poder disciplinar impõe regras e rege a condução de condutas desses sujeitos pelo corpo; d) mostrar como os discursos presentes nos enunciados em foco produzem saberes a respeito das feminilidades e masculinidades que incidem na definição do papel desses dois gêneros na sociedade.

Inicialmente, em seus textos, Foucault parece ter como objeto o discurso, contudo, no decorrer de seu trabalho, mais precisamente a partir da genealogia, Foucault deixa claro que o sujeito é o objeto central de seus estudos. Portanto, seguindo os pressupostos da Análise do Discurso Foucaultiana, não pretendemos estudar os discursos, mas sim como os sujeitos são construídos por meio dos discursos presentes nas revistas selecionadas como *corpus*, para que possamos, então, discutir o dispositivo de gênero que, por meio do corpo, determina socialmente qual o papel dos gêneros masculino e feminino dentro de uma sociedade que, além de sustentada pelo patriarcalismo, se assenta em um modelo binário. Assim sendo, é por meio destes destaques que pensamos os objetivos para esta pesquisa.

Este trabalho está estruturado em três capítulos, sendo que o primeiro deles tratará a discussão das teorias acerca de sujeito, discurso, relações de poder-saber e sobre os dispositivos no âmbito dos Estudos Discursivos Foucaultianos, além de tratar também do corpo, que aqui nos servirá como objeto de análise.

Este primeiro capítulo é composto por quatro subtópicos, sendo o primeiro dedicado à tratativa das relações poder-saber que constituem os sujeitos; enquanto o segundo observa as questões inerentes aos apontamentos teóricos que permeiam a definição do poder disciplinar; já o terceiro tópico aborda as questões teóricas pautadas nos Estudos Discursivos Foucaultianos que versam sobre a definição e formação dos dispositivos; e, por fim, o quarto e último tópico aborda teorias que concatenam ponderações relativas às discussões do corpo como superfície de inscrição das práticas discursivas.

Por conseguinte, o segundo capítulo encarrega-se das discussões e análises das séries enunciativas elencadas para tratar os papéis de gênero socialmente determinados, estando este dividido em três tópicos, intitulados: 1) Da definição dos campos de possibilidade de exercício

das feminilidades e das masculinidades; 2) Da normalização e normatização dos corpos; e 3) As relações de gênero no Brasil.

Finalmente, o terceiro capítulo ocupa-se em realizar a conclusão desta pesquisa, concatenando as questões teóricas ponderadas nos dois primeiros capítulos às análises realizadas, apontando as regularidades discursivas que possibilitam a existência de formações discursivas capazes de dar forma ao dispositivo de gênero.

Concernente à realização desta pesquisa, acreditamos que pensar o dispositivo de gênero, constituído por discursos que delimitam campos de possibilidade do exercício das feminilidades e masculinidades, favoreça a discussão sobre o conceito de dispositivo, operado pelos Estudos Discursivos Foucaultianos, assim como amplia os debates sobre a concepção do dispositivo de gênero, principalmente por este configurar-se como um campo ainda pouco explorado. As pesquisas já efetivadas acerca do dispositivo de gênero voltam-se para outras áreas de conhecimento, como, por exemplo, a psicanálise, educação, sociologia, dentre outros.

Nesse sentido, este trabalho constitui-se como mais uma contribuição aos estudos sobre o dispositivo de gênero, bem como aos estudos sobre gênero, por compreender também as questões concertes à teoria de gênero e aos estudos que focalizam pensar e discutir os espaços sociais ocupados pelos sujeitos homem e mulher. Esperamos que este texto possa suscitar discussões futuras pautadas nos Estudos Discursivos Foucaultianos e na teoria de gênero.

1 CAMINHOS PARA UMA GENEALOGIA

No que tange ao método arqueológico suscitado por Foucault em *A Arqueologia do Saber* (2012), o autor ocupa-se das categorias do discurso e descreve o procedimento arqueológico que, como aduz Bert (2013, p. 180), “é um modo de investigação histórica particular que se opõe à antiga prática do comentário e às interpretações psicológicas, privilegiando os conceitos de descontinuidade, de ruptura, de limiar, de limite, de série e de transformação”, que trata de perscrutar o que possibilita o enunciado, considerando que, como escreve Foucault (2012), o enunciado é tudo aquilo que foi efetivamente produzido, mas que

está fora de qualquer possibilidade de reaparecimento; e a relação que mantém com o que anuncia não é idêntica a um conjunto de regras de utilização. Trata-se de uma relação singular: se, nessas condições, uma formulação idêntica reaparece, [em que] as mesmas palavras são utilizadas, basicamente os mesmos nomes, em suma, a mesma frase, mas não forçosamente o mesmo enunciado. (Foucault, 2012, p. 108).

Doravante esta reflexão, entende-se que o discurso é uma construção determinada por regras específicas, estando entre elas a de ser sempre produzido sob condições de possibilidade, que tornam os enunciados únicos e que estabelecem as formações discursivas que constituem os sujeitos. Estes discursos atuam na produção da subjetividade e determinam as posições sujeito que aqui também serão analisadas.

A genealogia proposta por Foucault, pensando em um novo modo de análise dos enunciados, pode ser considerada como uma ontologia dos modos de subjetivação dentro do campo do poder/saber. Em se tratando do método genealógico suscitado por Foucault, este aponta que

O genealogista tem necessidade da história para conjurar a ilusão da origem. [...] É preciso saber reconhecer os acontecimentos da história, seus abalos, suas surpresas [...]. A genealogia não pretende recuar no tempo para estabelecer uma grande continuidade para além da dispersão do acontecimento; sua tarefa não é mostrar que o passado está bem ali [...]. (Foucault, 2008, p. 264-265).

Entretanto, nesta necessidade da ilusão da origem, não é tarefa do genealogista demarcar os inícios e os fins da história, mas desembaraçar os seus fios para tomá-los como acontecimento, acontecimento este que está impregnado de história, mas, ao se fazer um ponto nessa teia, traça sua própria trajetória. Desta forma, não está a cargo da genealogia empenhar-

se na história tradicional, mas “manter o que se passou na dispersão [...] é situar os acidentes, os ínfimos desvios, as falhas, os erros [...]” (Foucault, 2008, p. 265). No que diz respeito à discussão de qual seria ou não o papel do genealogista, Foucault (2008) assevera que essa investigação da origem não institui um ponto fixo, pelo contrário, agita o que parecia imóvel e deixa transparecer as incongruências no que aparentava convergir.

O método genealógico, então, sobleva um olhar para a produção de práticas discursivas e não discursivas operacionalizadas por meio das relações de poder. Essas práticas funcionam como condições de possibilidade para a emergência de discursos vários acerca dos sujeitos de que tratam.

Com essa premissa que procuramos fundamentar este projeto, uma vez que, observando os discursos que regem a sociedade e que estão presentes em várias esferas, o dispositivo de gênero pode ser acionado e os enunciados que os ligam nos servem como *corpus* para uma cartografia desses discursos e do poder disciplinar que se instaura dentro das relações entre os gêneros. Há uma infinidade de discursos que reverberam tal temática, de épocas diferentes, sujeitos diferentes, mas que, em sua totalidade, estão intrinsecamente ligados à constituição da subjetividade dos sujeitos discursivos masculinos e femininos.

Ao elaborar sobre os diversos discursos que permeiam os gêneros, discursos esses que partem de instituições variadas e ímpares, percebe-se a existência de linhas de articulação que colocam esses discursos em um rizoma. Como informam Deleuze e Guattari (2011), tais rizomas estabelecem uma conexão entre si, mas essa relação, considerando os discursos, é heterogênia, visto que qualquer ponto de um rizoma pode se conectar com seus próprios pontos, assim como encontrar outros e se unir a eles, formando uma nova cadeia de discursos, de subjetividades.

Ao conjecturar o discurso como uma cadeia rizomática em que há “linhas de segmentaridade, estratos, territorialidades, mas também linhas de fuga, movimentos de desterritorialização e desestratificação” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 18) é que se torna possível discutir as formas com que os papéis femininos e masculinos na sociedade foram se enraizando e estão presentes, atualmente, nos discursos midiáticos, políticos, escolares, religiosos, jurídicos, familiares, entre outros.

Isso posto, com vistas a fazer a delimitação de um dispositivo de gênero que permeia os sujeitos homem e mulher, aplicando sobre eles suas regras e leis, debruçaremos em explicitar como esses discursos cerceiam sua liberdade, regem seus corpos, promovem interdições, criando e reforçando uma hierarquia entre os gêneros que, por sua vez, só é possibilitada por meio das relações saber-poder e pela regência de um poder disciplinar.

Ademais, levaremos sempre em consideração que, dentro do método genealógico apresentado por Michel Foucault, a história é fundamental e indissociável dos discursos.

1.1 As relações saber-poder na constituição dos sujeitos

Os estudos teóricos da Análise do Discurso (AD) iniciam-se na década de 60 do século XX enquanto área de conhecimento científico que compreende o *discurso* como seu objeto de estudo. O discurso, tratado pela ótica da AD, é compreendido não como fala ou língua, como estudamos na Linguística, tampouco como texto. O discurso trabalhado na Análise do Discurso materializa-se na língua, porém, compõe-se de elementos exteriores a ela. Necessita, portanto, do componente social, pelo qual determinado sujeito é interpelado, e revela, assim, o lugar sócio-histórico de onde este sujeito enuncia. A esse respeito, Foucault (2014a) traz a seguinte definição de discurso:

O discurso nada mais é que do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si. (Foucault, 2014a, p. 46).

O discurso constitui-se, então, em um “já-dito”, “narrativas maiores que se contam, se repetem e se fazem variar; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que narram, conforme circunstâncias bem determinadas; coisas ditas uma vez e que se conservam, porque nelas se imagina haver algo como um segredo ou uma riqueza” (Foucault, 2014a, p. 21). Por meio destas narrativas o discurso insere-se também na categoria do “jamais-dito”, uma vez que, mesmo em sua repetição, é capaz de produzir sentidos outros e, por ser sempre passível de interpretação, torna-se um não dito. Foucault também defende que o discurso não trata simplesmente da tradução de lutas ou de sistemas vários, mas daquilo pelo que se luta, “o poder do qual queremos nos apoderar” (Foucault, 2014a, p. 10).

Os discursos, que são historicamente produzidos, são responsáveis pela constituição dos sujeitos. Para Foucault, conforme anuncia Fernandes (2012), “o discurso é uma categoria fundante do sujeito”. Dessa forma, trata-se de uma função estabelecida pela história e pelo discurso vigente, pois

não se trata de indivíduos compreendidos como seres que têm uma existência particular no mundo; isto é, sujeito, na perspectiva em discussão, não é um ser humano individualizado [...] mais especificadamente o sujeito discursivo, deve ser considerado sempre como um ser social, apreendido em um espaço coletivo; portanto, trata-se de um sujeito não fundamentado em uma individualidade, em um “eu” individualizado, e sim um sujeito que tem existência em um espaço social e ideológico, em um dado momento da história e não em outro. (Fernandes, 2007, p. 33).

Esse sujeito discursivo ao qual se refere Fernandes (2007) carrega, no corpo social, outras vozes, que o constituem no meio histórico e social em que vive e revela o lugar de onde fala. Muitos são os discursos que permeiam a sociedade no que tange à relação entre os gêneros, há aspectos religiosos, biológicos, culturais, dentre outros, que versam sobre as mais abrangentes características que diferenciam os gêneros masculino e feminino e, se de alguma forma os discursos pareçam não exercer grandes interferências sobre os sujeitos, pondera-se que as intervenções que deles partem estão diretamente ligadas às relações de poder.

Para Foucault (1995, p. 231), “o sujeito é dividido no seu interior e em relação aos outros. Este processo o objetiva”. A partir disso, utilizamos das noções de sujeito, objetivação, subjetivação e discurso para que seja possível a realização deste trabalho à luz da Análise do Discurso respaldada no pensamento de Michel Foucault. Assim, observaremos que as mulheres e os homens, dados aqui como sujeitos discursivos, são objetivados pelos discursos e se subjetivam através deles.

Para a constituição desses sujeitos, que, neste trabalho, serão tratados a partir da exterioridade, é necessária uma construção por meio do discurso, que se articula historicamente. Fernandes (2019), assim como o faz Milanez (2009), focaliza o corpo como materialidade discursiva e efeito de subjetividade discursivamente produzida e modificada. Nesses estudos, o corpo é tido como incompleto e necessita de algo exterior.

Para Fernandes (2012), a subjetividade é construída pela exterioridade social, na interação com outro em relação à produção do próprio corpo; é, portanto, de natureza coletiva. Os sujeitos masculinos e femininos são formados por discursos sociais e históricos, e esses discursos, que se figuram na exterioridade dos sujeitos, funcionam por meio das relações de poder e possibilitam a produção da subjetividade e, logo, atuam como prática de subjetivação. E é pelas práticas discursivas que a subjetivação e a objetivação efetivam-se.

A subjetivação que incide na objetivação dos sujeitos, para Navarro e Bazza (2017, p. 151), “consiste no processo por meio do qual os indivíduos são confrontados com um jogo de saberes que lhes afetam, uma rede de poderes que permite que esses saberes sejam construídos, validados, disseminados e que exerce coerção para que eles sejam assumidos”.

Para nós, a utilização tanto dos textos de Michel Foucault, como de seus estudiosos, em especial os analistas do discurso, reforça a premissa de que não são apenas os discursos acerca da diferença no aspecto biológico entre os gêneros que atuam na constituição dos sujeitos aqui focalizados; estes são atravessados também por outros discursos sociais, históricos, religiosos e pelas relações de poder inerentes a esses discursos.

Na Análise do Discurso, o sujeito sobre o qual se discute não se trata de um ser empírico, uma pessoa em sua individualidade, mas sim um sujeito discursivo, um ser apreendido em um espaço social e histórico, uma função ou uma posição estabelecida pelo discurso na sua historicidade. Como afirma Fernandes (2012, p. 59), “o sujeito passa a ser considerado como uma função, ou como uma posição a ser ocupada nos discursos”, sendo também socialmente constituído pelos discursos.

Michel Foucault, em muitos dos seus textos, deixa claro que o seu principal objeto de pesquisa é o sujeito, a forma como este é construído, objetivado e subjetivado pelos discursos que o perpassam e “diante desse confronto o indivíduo faz uma construção própria e singular de seu modo de vida, entrando na teia discursiva ou escapando dela, conforme suas necessidades e dentro do limite de mobilidade que a própria teia possibilita” (Navarro; Bazza, 2017, p. 151).

Os discursos que abarcam o exercício das feminilidades e das masculinidades são formados por inúmeros enunciados, que estão condicionados às formações discursivas. Para Foucault (2012, p. 142), “um enunciado pertence a uma formação discursiva, como uma frase pertence a um texto e uma preposição a um conjunto dedutivo”; portanto, os discursos podem ser descritos como um agrupamento de enunciados que se inserem na mesma formação discursiva, já esta funciona como um elo entre discurso e prática não discursiva e está ligada a questões históricas e sociais inerentes ao homem, à constituição dos sujeitos.

Os enunciados em si podem ser descritos como aquilo que foi efetivamente produzido, possui sentidos, e, para que seja dado como enunciado, necessita ter uma materialidade, um suporte, e uma posição-sujeito, que se inscreve na história, e é a partir dessa inscrição na história que devem ser analisados, mantendo-se fora de qualquer interpretação.

Destacamos ainda que, de acordo com Fernandes (2012, p. 20), “analisar o discurso implica interpretar os sujeitos falando, tendo a produção de sentidos como parte integrante de suas atividades sociais”. Como forma de analisar a conjuntura social em que viviam homens e mulheres e como vivem hoje, cabe a nós nos atentarmos que

As concepções acerca da subjetividade feminina e masculina também acompanham as modificações políticas, econômicas, históricas e socioculturais, pois, no período patriarcal, a mulher tinha funções voltadas, prioritariamente, para a reprodução e era intensamente submetida ao poder masculino. Com o surgimento do capitalismo, a mulher passou a ter não apenas funções reprodutoras, mas assumiu, também, tarefas produtoras de força de trabalho como resultado do maior espaço conquistado na sociedade. Desta forma, podemos perceber que a subjetividade é construída historicamente, ou seja, cada sociedade tem seu modelo [...] e tem seu modo particular de representá-la. (Boris; Cesídio, 2007, s/p).

Butler defende ainda que “[...] não há corpo fora do poder, pois a materialidade do corpo – aliás a própria materialidade – é produzida pelo investimento do poder e numa relação direta com ele” (Butler, 2017, p. 98). O corpo, portanto, está diretamente ligado a um campo político intrinsecamente atrelado às relações de poder, estas o investem, dirigem, cerceiam e supliciam, fazendo com que os corpos se tornem “corpos políticos” que, para Foucault, são “conjunto dos elementos materiais e das técnicas que servem de armas, de reforço, de vias de comunicação e de pontos de apoio para as relações de poder e de saber que investem os corpos humanos e os submetem fazendo deles objetos de saber” (Foucault, 2014b, p. 31).

Este investimento do corpo está ligado à sua utilização econômica, e o autor assevera ainda que é “como força de produção que o corpo é investido por relações de poder e de dominação; mas em compensação sua constituição como força de trabalho só é possível se ele está preso num sistema de sujeição [...]; o corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso (Foucault, 2014b, p. 29).

Essa sujeição explicitada por Foucault (2014b) não se exerce apenas por meio de instrumentos de violência, pelo contrário, apresenta-se de maneiras diversas, de forma direta, usando a força contra a força, agindo sobre uma materialidade de forma organizada ou não, pode ser escancarada ou sutil, e, mesmo não fazendo uso de armas nem do terror, continuar a ser físico.

Foucault (2014b), então, vê além do antiautoritarismo outras características comuns destas lutas: constituem-se como lutas transversais e rizomáticas, não se limitam a um local específico e ocorrem em toda a sociedade; os objetivos dessas lutas são os efeitos de poder e não o poder como força, repressão; e, por fim, são lutas imediatistas, estão localizadas nas relações mais próximas, não há busca por um inimigo maior e não se espera encontrar uma solução para aquilo que se encontra no futuro, mas para as relações imediatas.

O princípio de multiplicidade implicado por meio da categoria rizomática dos discursos e das relações de poder reverbera na existência de fibras que fazem com que não seja possível definir um ponto de partida das relações de poder, mas efetivam seu caráter não hierárquico e

produtivo que, ao mesmo tempo que gera resistência, também produz mais poder, e esse entrelaçamento entre as forças é que garante uma produtividade que se renova e cria outros pontos de combate constantemente.

O exercício do poder não pode ser em si mesmo apenas uma violência ou puramente passível de consentimento, ele se constitui como um conjunto amplo de ações sobre ações, não se opera sozinho, mas em razão de uma relação com outros sujeitos ativos; o poder, no campo da possibilidade, “incita, induz, desvia, facilita ou torna mais difícil, amplia ou limita, torna mais ou menos provável; no limite ele coage ou impede absolutamente, mas é sempre uma maneira de agir sobre um ou vários sujeitos ativos, e o quanto eles agem ou são suscetíveis de agir” (Foucault, 1995, p. 243). Para que se exerça o poder sobre outros sujeitos é fundamental, como aduz Foucault (2014b), que este seja pautado em uma estratégia, para que

seus efeitos de dominação não sejam atribuídos a uma “apropriação”, mas a disposições, a manobras, a táticas, a técnicas, a funcionamentos; que se desvende nele antes uma rede de relações sempre tensas, sempre em atividade, que um privilégio que se pudesse deter; que lhe seja dado como modelo antes a batalha perpétua que o contrato que faz uma cessão ou a conquista que se apodera de um domínio. (Foucault, 2014b, p. 30).

Ao considerar os micropoderes que se instauram nessas relações é necessário pensar que o aspecto negativo das relações de poder não é fundamental. É preciso refletir sempre sobre o lado produtivo do poder, o lado transformador, como infere Foucault: “o poder possui uma eficácia produtiva, uma riqueza estratégica, uma positividade. E é justamente esse aspecto que explica o fato de que tem como alvo o corpo humano, não para suplicá-lo, mutilá-lo, mas para aprimorá-lo, adestrá-lo” (Foucault, 1997, p. 16). Portanto,

o poder só se exerce sobre “sujeitos livres” enquanto “livres” – entendendo-se por isso sujeitos individuais ou coletivos que têm diante de si um campo de possibilidade onde diversas condutas, diversas reações e diversos modos de comportamento podem acontecer. (Foucault, 1995, p. 244).

Para Foucault (1997), e esta é uma apreciação com a qual concordamos, o poder não se possui, se exerce, dessa forma ele, por não ser empregado de forma hierárquica, não retém privilégios advindos da classe dominante, mas é efeito de um conjunto de posições estratégicas. Essas estratégias de poder são os meios operados pelos quais os dispositivos podem funcionar e se manter, e se constituem como mecanismos de poder para que este se exerça.

Dentro desse jogo há um agenciamento dos sujeitos que permite o crescimento das dimensões dos discursos e uma multiplicidade de produtos que tornam infinitas as conexões e

reverberações das relações exercidas socialmente. Em suma, “não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra em uma estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 24).

O poder somente pode agir sobre o sujeito se impuser à sua existência normas que o tornem reconhecível. Ademais, é preciso que o sujeito deseje o reconhecimento e que ele se vincule fundamentalmente às categorias que garantem a existência social. Este desejo de reconhecimento constitui uma vulnerabilidade particular, posto que o poder impõe uma ‘lei de verdade’ que o sujeito é obrigado a reconhecer. Isto significa que a vinculação fundamental a si, sem a qual não se pode existir, sofre desde o início a limitação das normas sociais, e que o fato de fracassar em se adaptar a essas normas põe em causa a possibilidade do indivíduo de perceber como durável o seu estatuto enquanto sujeito. (Butler, 2008/2009, p. 111-112, apud Duarte, 2017, p. 261).

O poder, contudo, também não pode ser aplicado como exigência a uma obrigação daqueles que sofrem seus efeitos, mas o poder os perpassa, se realiza através dos sujeitos, o poder se apoia nos sujeitos para que os sujeitos possam, por sua vez, se apoiar nos pontos que esse poder alcança, em sua resistência.

Nesse sentido, não há exercício de poder sem resistência, e é apenas porque há essa possibilidade irrevogável de resistência que o poder se mantém sempre mais inventivo e com muito mais força, na mesma medida em que se aumenta a resistência (Foucault, 1997). Portanto, “o poder é um feixe de relações mais ou menos organizado, mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado” (Foucault, 1997, p. 140).

Destarte, o poder produz saber e estes dois estão intrinsecamente implicados, não há formas de pensar uma relação de poder que, em maior ou menor grau, não esteja ligada a um campo do saber, assim como não podemos presumir um saber que não constitua, no seu exercício, uma relação de poder.

Logo, as relações poder-saber não podem se realizar por meio de um sujeito do conhecimento que não possa estar em um sistema de poder. Consideramos, assim, que os sujeitos do conhecimento também são efeitos tanto das implicações fundamentais entre poder e saber, quanto de suas transformações históricas e sociais, como menciona Foucault (2014b, p. 31): “[...] não é a atividade do sujeito de conhecimento que produziria um saber, útil ou arredio ao poder, mas o poder-saber, os processos e as lutas que o atravessam e que o constituem, que determinam as formas e os campos possíveis do conhecimento”.

Sendo assim, apesar de não haver uma explicação de quando o homem é dado como superior na hierarquia dos gêneros, é imperativo lembrar que não nos importa quando surgiu ou quem foi o fundante dessa relação, mas pensar que ela se inscreve nas relações de poder-

saber uma vez que se utiliza do saber biológico, pautado, principalmente, em discursos da neurobiologia, neuropsicologia e sociologia genética acerca de certas características físicas da mulher para sustentar um dispositivo de sexualidade que abarca o sexo para definir a relação de poder existente entre os gêneros. Cabe lembrar ainda que esta relação de poder não é fixa, ela se move e está sempre correlacionada às práticas de resistência.

Nesse ponto, Foucault (2014c) considera que as diferentes formas de performatividade da sexualidade constituem-se como um campo vastamente produtivo, já que as regras criadas socialmente sobre o exercício da sexualidade, através das práticas discursivas, produzem sujeitos, corpos assujeitados, linhas de fuga e técnicas disciplinares.

Nesse âmbito é que o rizoma se mostra ativo e responsável pela preservação e criação de enunciados que prezam pela manutenção de uma hierarquia dos gêneros, que preservam discursos vários e se evidenciam existentes em uma infinidade de instituições.

A multiplicidade desses discursos torna a questão abrangente, mas essa mesma questão permite que existam linhas de fuga, uma vez que, ao observar a existência do rizoma, é necessário que seja pontuado que uma das características centrais da noção de rizoma é que este “pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e retoma segundo uma ou outra de suas linhas e segundo outras linhas” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 25).

É imperativo, dessa forma, elencar que as linhas de fuga, que surgem a partir desse rompimento, funcionam como uma traição aos agenciamentos anteriores, como aquilo que modifica os rumos mais ou menos fixos em que as potências se encontravam.

As linhas de fuga, então, fazem parte do rizoma, mas realizam-se na descentralização do sujeito, estão na ordem da desterritorialização, visam encontrar novos caminhos, romper com o território em que os sujeitos se situam e trabalhar não com a formação de si, mas com a deformação, com a desubjetivação e criação de novas subjetividades no processo.

1.2 O poder disciplinar

O controle disciplinar que prima por corpos úteis, produtivos e dóceis, tendo como sua primordial função dar condições reais de eficácia e rapidez aos corpos, implica o bom emprego do corpo que permite que nada fique ocioso ou inútil, e é essa realização entre gesto e corpo que permite um corpo “bem-disciplinado” (Foucault, 2014b).

Nessa concepção foucaultiana de poder disciplinar, “o corpo, do qual se requer que seja dócil até em suas mínimas operações, opõe e mostra as condições de funcionamento próprias a

um organismo. O poder disciplinar tem por correlato uma individualidade não só analítica e ‘celular’, mas também natural e ‘orgânica’” (Foucault, 2014b, p. 153).

Dessa forma, os sistemas que se organizam pelo poder disciplinar funcionam como um mecanismo penal: possuem suas próprias leis, especificam seus delitos, privilegiam aqueles que estão na normalidade das disciplinas tendo uma maneira singular de punir. Essa punição tem como premissa reduzir os desvios sociais e tornar os corpos cada vez mais “normais”, tendo como principais objetivos marcar os desvios, conduzir a uma hierarquia das qualidades, assim como castigar e recompensar os sujeitos, com o intuito de fazer os desvios se extinguirem.

A ideia da punição tem sua existência pautada na condução de condutas e em fazer desaparecer existências que subvertam padrões socialmente e discursivamente determinados; ou seja, tornar inaceitável e contraproducente manifestações de resistência ao exercício de um poder soberano que rege e imputa aos sujeitos a prática de papéis sociais específicos ao gênero.

Tais aspectos operacionalizam uma normalização dos corpos, em que aqueles que vão sofrendo as punições acabam se adequando aos sistemas sociais para que se tornem também privilegiados por esse sistema disciplinar. A existência da penalidade atravessa os sujeitos e controla todas as instituições em todos os seus momentos; tem o poder de comparar, diferenciar, hierarquizar, homogeneizar e excluir, e, por esses mecanismos, acabam normalizando os sujeitos.

Essa questão constitui-se como uma das formas principais de formação do poder disciplinar que opera na normalização dos corpos. O domínio da norma refugia-se em um conjunto de dispositivos que carregam consigo a exibição do seu contrário, ou seja, exibem o anormal e apresentam as punições possíveis aos sujeitos que se enquadram como anormais (aqueles que escapam às normas). Esse modo de agir operacionaliza o controle das condutas, inventa dispositivos que, sem o auxílio da coerção, formam e moldam os sujeitos para que sejam interpelados pela norma e sejam cooptados pelos discursos que normatizam e normalizam as suas condutas.

É por meio do poder disciplinar e de sua característica normalizadora que a formação das sociedades se move no sentido de uma norma corporal que encontra, justamente, na anormalidade os seus limites e sua legitimação. Em contrapartida,

as sociedades democráticas de massa quiseram transformar o corpo anormal em corpo ordinário. Tornaram-se deste modo um campo de um *conflito entre razão política e visão singular*: a primeira requer que tratem de modo igual todos os indivíduos [...], enquanto a segunda registra a perturbação do olhar diante dos desvios do corpo. (Courtine, 2011, p. 335).

Sendo assim, as relações de poder, que podem ser observadas nos discursos sobre o sujeito mulher que definem os lugares que esse sujeito discursivo pode ou não ocupar, são, para Fernandes (2012, p. 28),

preenchidas politicamente por ideologia e, em conformidade com as mudanças que sofrem, diferentes vozes ideológicas enunciam construindo diferentes rumos na História. [...] Novas direções políticas e ideológicas, resultam no surgimento de um novo cenário sociocultural, são aspectos inerentes à formação de novos discursos.

O modelo de sociedade em que vivemos, além de patriarcal e disciplinar, reforça as relações de poder. Para Kate Millet (1970, apud Alves; Pitanguy, 1991, p. 53), “o sistema patriarcal é um sistema universal de dominação prevalente em todas as culturas, e que penetra as religiões, leis, costumes de todas as civilizações.”

O ‘masculino’ e o feminino são criações culturais, e como tal, são comportamentos apreendidos através do processo de socialização que condiciona diferentemente os sexos para cumprirem funções sociais específicas e diversas. Essa aprendizagem é um processo social. Aprendemos a ser homem e mulher e a aceitar como ‘naturais’ as relações de poder entre os sexos. (Alves; Pitanguy, 1991, p. 55, grifo do autor).

Dessa forma, para Fernandes (2012, p. 62), “o poder disciplinar visa a conduzir a conduta dos sujeitos; intervém, ou procura intervir, em todas as ações do sujeito, [...] não deixando escapar nem um gesto, nem um instante, antes mesmo que a ação se realize”. Essas relações de poder “abrem a possibilidade a uma resistência, e é porque há possibilidade de resistência real que o poder daquele que domina tenta se manter com tanto mais força, tanto mais astúcia quanto maior for a resistência” (Foucault, 2003, p. 232).

1.3 A emergência dos dispositivos

Tendo como um dos principais focos deste trabalho cartografar um dispositivo de gênero construindo como norte os conceitos já abordados na Análise do Discurso Foucaultiana quanto à noção de dispositivo, admitimos o conceito de Foucault (1997) que define dispositivo como

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos. (Foucault, 1997, p. 137).

Podemos estabelecê-lo, ainda, como uma formação histórica que tem como objetivo principal responder a uma urgência, tendo uma função estratégica dentro de uma determinada racionalidade. Essa formação histórica funciona como “um jogo da vida e da morte [que] prossegue no calmo desdobramento de um relato, ressurgência e denegação da origem, desvelamento de um passado morto e resultado de uma prática presente” (Certeau, 2020, p. 42).

Pensar nesse discurso histórico que compõe a produção dos dispositivos por meio da percepção de resposta a uma urgência desvela a necessidade de estar atento às mudanças históricas e aos discursos que moldam uma determinada sociedade, em uma determinada época, e em como as mudanças desses discursos também vão demarcando a formação dos sujeitos, na sua subjetivação e objetivação. Nesse sentido, Certeau (2020) entende que o discurso histórico é

Espelho do fazer que hoje define uma sociedade, o discurso histórico é ao mesmo tempo sua representação e seu reverso. Ele não é o todo – como se o saber fornecesse a realidade ou a fizesse aceder ao seu grau mais elevado! [...] O discurso histórico não é senão uma cédula a mais numa moeda que se desvaloriza. (Certeau, 2020, p. 43)

Portanto, “o discurso histórico explica uma *identidade social*, não como dada ou estável, mas enquanto se *diferencia* de uma época anterior ou de uma outra sociedade” (Certeau, 2020, p. 40, grifo do autor).

A história está, pois, em jogo nessas fronteiras que articulam uma sociedade com seu passado e o ato de distinguir-se dele: nessas linhas que traçam a imagem de uma atualidade, demarcando-a de seu outro, mas que atenua ou modifica, continuamente, o retorno do “passado”. (Certeau, 2020, p. 28).

O dispositivo, entretanto, não está ancorado apenas na sua relação com o discurso histórico, mas se firma nas instituições, sendo elas religiosa, familiar, escolar e midiática, entre outras. Nesse aspecto, para Courtine (2013), o dispositivo não se origina em uma única instituição ou de uma das ramificações destas, mas sim de um jogo que este estabelece entre as instituições que o formam.

O dispositivo, portanto, está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem, mas que igualmente o condicionam. É isto, o dispositivo: estratégias de relações de força sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles. (Foucault, 1997, p. 139).

Ademais, os dispositivos funcionam na produção de corpos e em prol de fabricar a identificação de indivíduos e, por isso, estão sempre alinhados, funcionando de maneira conjunta com formas de normalização. Tais dispositivos, segundo Prado Filho e Teti (2013), atuam na normalização e normatização dos corpos dentro das relações de poder, agindo, ainda, como um conjunto movente que envolve jogos singulares entre práticas de poder e saber.

Dentro da dimensão dos dispositivos, conforme indicado pelos autores, há linhas de visibilidade, processos que envolvem a enunciação e regimes de produção de verdades; a construção dos dispositivos conduz, então, “jogos entre visível x invisível, visível x dizível” (Prado Filho; Teti, 2013, p. 50) e compreende também a dimensão do saber e da criação de saberes.

Dentro do que definem Prado Filho e Teti (2013), os dispositivos se realizam também dentro de uma produção de poder que se compõe por meio de linhas de força, de ruptura e de fratura que agem na objetivação e subjetivação dos sujeitos, implicam a produção de subjetividades e de sujeitos e movimentam os discursos e formações discursivas em processos de “mutação, renovação e atualização” (Prado Filho; Teti, 2013, p. 50).

Assim, entendemos os dispositivos não como modos de classificação dos objetos de saber, ou reduzidos a um mecanismo do exercício de um poder, mas como ferramenta de produção dos sujeitos. Desse modo, são os discursos que objetivam e subjetivam os sujeitos por intermédio das relações de poder.

Nesse jogo, forma-se um emaranhado de construções discursivas que nos permitem, por meio dos discursos que reforçam o binarismo e a cis-heteronormatividade presentes na nossa sociedade, pensar em um dispositivo de gênero.

Assentado na descrição do dispositivo, o *corpus* desta pesquisa será analisado considerando o poder disciplinar, pensando que um dispositivo é uma forma estratégica de atender a determinada urgência histórica.

As disciplinas produzem não apenas corpos, mas também subjetividades; não somente corpos serializados, mas, ainda, individualizados e devidamente identificados. A sociedade moderna é uma sociedade formada por indivíduos e a individualidade é uma forma de existência moderna, correlativa do moderno estatuto do indivíduo, que desenha esta figura, enuncia seus privilégios e regula limites ao exercício da individualidade. Ser sujeito

moderno implica existir concretamente como indivíduo, o que quer dizer que a objetivação de sujeitos em nossa cultura se faz a partir da aplicação de técnicas de individualização. (Prado Filho, 2017, p. 316)

Essa disciplina que é integrada ao corpo compreende “espaços que realizam a fixação e permitem a circulação, recortam segmentos individuais e estabelecem ligações operatórias; marcam lugares e indicam valores; garantem a obediência dos indivíduos, mas também uma melhor economia do tempo e dos gestos” (Foucault, 2014b, p. 145).

Por sua vez, o dispositivo de sexualidade é investigado por Foucault (2019b) a partir do século XVIII, e, juntamente com a prática de um poder disciplinar, constitui uma estratégia que tem por finalidade o exercício do poder que disciplina os corpos, com intuito de torná-los úteis e dóceis, o que permite um controle do corpo, produzindo, assim, corpos submissos que têm sua força aumentada na relação econômica para que sejam produtivos conforme o que lhes é exigido.

Debruçando-nos na estrutura do dispositivo de sexualidade, apresentado por Foucault, é que objetivamos cartografar um dispositivo de gênero. Portanto, é pensando em como operam o poder disciplinar e o dispositivo de sexualidade já descritos por Michel Foucault que propomos refletir sobre um dispositivo de gênero para tratar de como a relação poder-saber impera sobre a relação entre os gêneros masculino e feminino no Brasil.

1.4 O corpo como superfície de inscrição para os acontecimentos

Judith Butler, em seu livro *Corpos que importam: os limites discursivos do sexo*, discute sobre a relação gênero/sexo e pondera que o gênero é “o significado social do sexo”. Dessa forma, assim que identificado, dentro das regras sociais já estabelecidas em determinada cultura, deixa de ser sexo e passa a ser gênero; nessa nomenclatura, inclui-se as regras e normas descritas à sua respectiva denominação, e é neste ponto que um dispositivo de gênero pode ser acionado. A autora ainda assevera que não é possível desvincular o corpo do sexo e do gênero, sendo que tais concepções estariam, então, imbricadas.

Concebida originalmente para questionar a formulação de que a biologia é o destino, a distinção entre sexo e gênero atende à tese de que, por mais que o sexo pareça intratável em termos biológicos, o gênero é culturalmente construído: conseqüentemente, não é nem o resultado causal do sexo, nem tampouco tão aparentemente fixo quanto o sexo. Assim, a unidade do sujeito

já é potencialmente contestada pela distinção que abre espaço ao gênero como interpretação múltipla do sexo. (Butler, 2010, p. 24).

Desta forma, ao tratarmos discursivamente de gênero, a materialidade torna-se o corpo. A discussão fomentada por Butler (2019) nos é essencial no ponto em que, à luz dos Estudos Discursivos Foucaultianos, “o corpo [é a] superfície de inscrição dos acontecimentos, [...] lugar de dissociação do Eu [...]. A genealogia, como análise da proveniência, está, portanto, na articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado pela história” (Foucault, 2008, p. 266).

Não se data nem se motiva o início da diferenciação dos papéis femininos e masculinos na sociedade, porém, há discursos religiosos, filosóficos, biológicos e psicológicos que, se atendo a uma vontade de verdade, servem para legitimar a inferioridade “natural” das mulheres. Para Tedeschi (2008, p. 123):

Esses discursos recorrentes exerceram influência decisiva na elaboração de códigos, leis e normas de conduta, justificando a situação de inferioridade em que o sexo feminino foi colocado [...] assim, a desigualdade de gênero passa a ter um caráter universal, construído e reconstruído numa teia de significados produzidos por vários discursos, como a filosofia, a religião, a educação, o direito etc. perpetuando-se através da história, e legitimando-se sob seu tempo.

Dentro de uma economia em que prevalece o “modelo de dois gêneros”, Sohn (2011, p. 120) entende que a sociedade raciocina “através do binômio masculino/feminino e seus complementos implícitos: passivo/ativo, iniciada/iniciador, conquistada/conquistador [e] a sexualidade feminina é a principal vítima desta leitura distorcida”.

Ainda nesse sentido, Wittig (apud Butler, 2010, p. 57) aponta

que aquilo que tomamos por causa ou origem da opressão é na verdade a *marca* imposta pelo opressor; o “mito da mulher”, somado a seus efeitos e manifestações materiais na consciência e nos corpos apropriados das mulheres. Assim, essa marca não preexiste à opressão[...] o sexo é tomado como um “dado imediato”, um “dado sensível”, como “características físicas” pertencentes a uma ordem natural. Mas o que acreditamos ser uma percepção física e direta é somente uma construção sofisticada e mítica, uma “formação imaginária”.

Considerando este modelo, ao gênero feminino foram designadas as posições “inferiores” (baixo, dentro, mulher) e convencionou-se, assim, que caberia às mulheres o espaço privado, o lar, a maternidade, a incumbência da criação e educação dos filhos, e, ao homem, o

espaço público, prover o alimento da família por meio do trabalho e decidir os rumos da humanidade.

A história nos ensina que as diferenças entre homens e mulheres dentro da sociedade são sinônimas de desigualdades. Contudo, essa

diferenciação entre os sexos pressupõe a definição do que são as características que formam a identidade do masculino e do feminino. Não apenas as mulheres aprendem a ser femininas e submissas, e são controladas nisto, mas também os homens são vigiados na manutenção de sua masculinidade. Esta visão binária do mundo e das relações de gênero identifica o masculino e o feminino como termos opostos, ainda que complementares: eles podem conviver um com o outro, mas nunca um no outro. Os atributos considerados femininos são positivos se encontrados em mulheres, mas desqualificam os homens que os possuem, o mesmo se dando com a masculinidade em relação às mulheres. Neste caso, a natureza explica a essência de cada sexo, e perverter esta distribuição de atributos é perverter a própria natureza, sempre sábia em suas “decisões”. (Torrão Filho, 2005, p. 144).

Como afirma Perrot (2017a, p. 16), “as mulheres são menos vistas no espaço público, o único que, por muito tempo, merecia interesse de relato. Elas atuam em família, confinadas em casa, ou no que serve de casa. São invisíveis. Em muitas sociedades, a invisibilidade e o silêncio das mulheres fazem parte da ‘ordem das coisas’”. No entanto, estes mesmos discursos que invisibilizam a mulher em alguns dos campos sociais também imputam aos homens lugares de destaque na sociedade, fazendo com que homens e mulheres assumam posições predeterminadas e hierarquizadas e concretizam uma estrutura cis-heteronormativa, definindo, por meio de normas, leis e códigos de conduta, quais espaços pertencem a um e ao outro.

Assim, como assevera Butler (2019, p. 16), “as normas regulatórias do ‘sexo’ trabalham de forma performativa para constituir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual”. Dessa forma, são delimitados os papéis sociais que estes sujeitos devem assumir.

Para Perrot (2005, p. 459):

A distinção do público e do privado é, ao mesmo tempo, uma forma de governabilidade e de racionalização da sociedade no século XIX. Em linhas gerais, as “esferas” são pensadas como equivalentes dos sexos e jamais a divisão sexual dos papéis, das tarefas e dos espaços foi levada tão longe. Aos homens, o público, cujo centro é a política. Às mulheres, o privado, cujo coração é formado pelo doméstico e a casa.

As proibições lançadas para cada sexo dentro de uma matriz cis-heterossexual reforçam a criação das identidades de gênero dentro de um sistema binário por meio da diferença. Um é exatamente o que o outro não é. À vista disso, em uma sociedade cis-heteronormativa, o gênero atribuído a cada um dos sujeitos determina os papéis sociais, masculinos ou femininos, que eles devem assumir. Dentro desse modelo, tanto as crianças como casais homossexuais também são regulados. Como afirma Sohn (2011, p. 118), desde o século XIX a “vontade de saber e de controle dos corpos havia definido uma biopolítica do sexo que tinha como intuito normalizar os comportamentos privados pelo controle das mulheres, das crianças e da sexualidade não reprodutiva”.

Em detrimento dos discursos de saberes vários que instituem o feminino como inferior ao masculino e supõem uma diferença entre os gêneros que deve ser mantida, então, estando fortemente inserida no que tange o gênero feminino, o sujeito mulher vem, no decorrer dos anos, lutando para que esses discursos não façam mais parte da sua objetivação. A partir disso,

O feminino incorpora outras frentes de luta, pois, além das reivindicações voltadas para a desigualdade no exercício de direitos – políticos, trabalhistas, civis, questiona também raízes culturais destas desigualdades. Denuncia, desta forma, a mística de um “eterno feminino”, ou seja, a crença na inferioridade “natural” da mulher, calcada em fatores biológicos. Questiona assim a ideia de que homens e mulheres estariam predeterminados, por sua própria natureza, a cumprir papéis opostos na sociedade: ao homem, o mundo externo; à mulher, por sua função procriadora, o mundo interno. Essa diferenciação de papéis na verdade mascara uma hierarquia, que delega, ao homem, posição de mando. (Alves; Pitanguy, 1991, p. 54-55).

Logo, a divisão entre os gêneros parece estar “na ordem das coisas”, encontra justificativa natural e se fixa na diferenciação dos órgãos genitais em que é fundamentada, de acordo com Bourdieu (2019), por princípios de divisão da razão androcêntrica, que se constitui socialmente.

Para Bourdieu (2019), a ordem social possui um funcionamento maquinário que sempre tende a ratificar uma dominação masculina, que se alicerça, justamente, na diferença das atividades atribuídas a cada um dos gêneros, por isso há a necessidade de uma inserção objetiva e subjetiva de um sistema de oposições homólogas. Desse modo, “a invocação performativa de um ‘antes’ não histórico torna-se a premissa básica a garantir uma ontologia pré-social de pessoas que consentem livremente em ser governadas, constituindo assim a legitimidade do contrato social” (Butler, 2010, p. 20).

Por conseguinte, para Sohn (2011), no que tange à relação de diferenciação de homens e mulheres através da sexualidade:

Os corpos são portadores de valores, inculcados pelos gestos, mas também pelos discursos [...]. São igualmente lugar de poder e muito especialmente o corpo das mulheres que é “um forte trunfo de gestão e de controle coletivo”. [...] Apesar de uma indiferenciação, os comportamentos masculinos e femininos, todavia, não ficaram totalmente alinhados. As mulheres concederiam maior espaço à dimensão afetiva do seu envolvimento sexual que os homens. A maternidade as levaria a uma certa reticência sexual que as induziria a responder aos avanços masculinos, muito mais que solicitá-los. (Sohn, 2011, p. 153).

Mesmo com essa “liberação” de alguns costumes, principalmente no século XX, não podemos confundir esta abertura sexual, que permite mais liberdade sexual às mulheres, com a libertação delas. Ainda é exigido da mulher, assim como do homem, comportamentos distintos e que acompanhem seu gênero, mesmo após o matrimônio, uma vez que os homens ainda estão incumbidos de ter uma vida pública e social, e, para as mulheres, a prescrição se mantém em cuidar da casa e dos filhos.

Dentro desta concepção cis-heteronormativa, o sexo masculino é o ponto de referência, já que ele é a razão, e todos os outros são apenas aquilo que lhes resta. Sendo assim, mulheres e crianças, por exemplo, não possuem corporeidade própria. O feminino, então, se torna o “outro lugar”. Como afirma Butler (2019, p. 25):

A construção do gênero opera apelando para meios de exclusão, de forma tal que o humano não só é produzido sobre e contra o inumano, mas por meio de um conjunto de forclusões, supressões radicais às quais se nega, estritamente falando, a possibilidade de articulação cultural.

Para Butler (2019), não dá para se livrar do sujeito ao afirmar que o mesmo é produzido em uma matriz cis-heteronormativa, tal afirmação apenas nos leva a questionar as condições de sua emergência, da mesma forma que afirmar que há uma relação e uma matriz de gênero que constituem um sujeito não significa que há uma única matriz responsável pela produção dos sujeitos. São vários os discursos que os constituem, assim como são várias as relações saber-poder que agem sobre os sujeitos para que sejam constituídos.

Butler (2010) aponta, ainda, que o gênero não é constitutivo do sujeito, uma vez que essa categoria não é capaz de definir o que uma pessoa é. Posto isso, para a autora, o gênero constitui o sujeito assim como é constituído por ele nas práticas sociais e discursivas, sendo uma construção social moldada por normas que variam de acordo com o momento histórico.

Sendo assim, as questões e a definição dos papéis de gênero estão pautados em uma dimensão performática.

A postura de que o gênero é performativo tentava pôr a manifesto que o que consideramos como uma essência interna do gênero se constrói através de um conjunto sustentado de atos postulados por meio da estilização do corpo baseada no gênero. Desta forma se demonstra que aquilo que tomamos como um traço 'interno' de nós mesmos é algo que antecipamos e produzimos através de certos atos corporais e, no extremo, é um efeito alucinatório de gestos naturalizados. (Butler, 2007, p. 17).

Desse modo, os papéis sociais imputados aos gêneros masculino e feminino são cooptados e constituídos socialmente, sendo organizados e definidos dentro das relações de poder e, assim, normatizados e normalizados para que o exercício das feminilidades e das masculinidades compactue com uma hegemonia cis-heteronormativa de gênero.

Operando, assim, a manutenção de uma sociedade patriarcal na qual os espaços externos, de prestígio e os cargos mais altos profissionalmente são reservados ao masculino e os internos, subalternos, de menos prestígio e inferiores, imputados ao feminino.

Fundamentados nas considerações teórico-metodológicas realizadas neste primeiro capítulo, partimos para a apresentação e análise efetiva dos enunciados presentes nas revistas que constituem o *corpus* desta pesquisa.

2 CORPOS QUE (R)EXISTEM: A REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES E FEMINILIDADES NAS REVISTAS

A tratativa dos enunciados presentes nas revistas que compõem o nosso *corpus*, atendo-nos aos preceitos do método arquegenealógico, não se fixa em apenas realizar a descrição de elementos verbais (morfológicos e sintáticos) ou imagéticos, também não parte da premissa de buscar em determinado contexto possíveis significações, mas tomá-los como acontecimento, sendo possível, assim, evocar um campo de memória, compreender as condições de possibilidade que emergem de um dado enunciado e, por fim, determinar as posições sujeito que residem em determinado enunciado e suas vinculações com a história, para, através dessa história, cartografarmos um dispositivo de gênero.

Para o desenvolvimento deste trabalho, baseamo-nos em aportes teóricos que estão relacionados aos Estudos Discursivos Foucaultianos e que, portanto, encontram-se ligados aos aspectos históricos e sociais que permeiam e possibilitam uma determinada produção de enunciados sobre os sujeitos masculinos e femininos.

Os Estudos Discursivos Foucaultianos que fundamentam esta pesquisa e que nos ajudam a pensar como os discursos presentes na sociedade perpassam esses sujeitos, os objetivam, subjetivam e definem os papéis sociais a serem exercidos por eles, são determinantes para este trabalho para a análise efetiva do material tomado como *corpus*.

Assim sendo, no intuito de contemplar essas questões tão determinantes para a tese proposta, o *corpus* desta pesquisa compreende as publicações das revistas, previamente descritas, entre os anos de 2017 e 2023, considerando, principalmente, que durante esses anos o Brasil vivenciou três governos distintos e mudanças sociais significativas que influenciaram mídias e publicações em geral, como as das revistas que aqui elencamos.

As revistas, de modo geral, encontram-se no campo dos discursos midiáticos e apresentam um sistema semiótico multimodal, já que são compostas por vários gêneros textuais. Atentamo-nos mais especificamente às revistas destinadas a tratar da performatividade das feminilidades e masculinidades no âmbito social, tendo os assuntos voltados para o cotidiano de seu público-alvo.

Alguns gêneros textuais são comuns nas publicações destinadas às mulheres ou aos homens, como propagandas, entrevistas e reportagens, assim como é possível perceber que as revistas voltadas ao público feminino também apresentam alguns gêneros textuais que não são usuais nas publicações reservadas ao público masculino, como, por exemplo, horóscopo, receita culinária e carta de leitoras.

Ao conceber que a escolha dos temas e assuntos que compõem o conteúdo publicado em cada uma das revistas visa produzir identificação e representar práticas sociais comuns aos sujeitos a que se destinam, é possível inferir que os gêneros textuais apresentados em cada uma das revistas é de extrema importância para pensar a forma como tais publicações subjetivam os sujeitos e contribuem para normalizar e normatizar as práticas sociais.

Os enunciados presentes em cada uma das páginas desse material estão em um campo de possibilidade discursiva, considerando sempre o que pode ou não ser dito acerca de determinados assuntos. Nesse aspecto, Guedes e Pereira (2017, s/p) consideram que

o discurso publicitário é um dos mais eficazes instrumentos de sublimação do controle social. Por meio da linguagem, a publicidade convoca o leitor a construir os sentidos presentes nas mensagens/imagens, o que implica na transferência de valores sociais para as estruturas existentes dentro do texto publicitário.

Para além dos gêneros textuais já mencionados que integram as revistas, este material possui uma característica bem particular: as capas, consideradas, nesta pesquisa, como um gênero textual próprio desse tipo de publicação, uma vez que apresentam regras de composição textual/imagética e função comunicativa específicas, que não são encontradas em outros gêneros textuais.

Nesse sentido, Heberle (2004, p. 91) indica que o gênero capa de revista “funciona como uma das mais importantes propagandas da revista”, já que é responsável por gerar interesse e identificação no leitor, ou seja, é a partir dos enunciados presentes nas capas das revistas que o público-alvo se torna consumidor ou não de uma revista, são os hipertextos (títulos e subtítulos) presentes nas capas e/ou os sujeitos que aparecem, e também como são apresentados por meio da imagem, que geram no público o interesse ou não em consumir os conteúdos veiculados em cada periódico.

As capas de revistas são constituídas por enunciados verbais e imagéticos que sintetizam os discursos que serão materializados no decorrer das páginas das revistas, assim como sinalizam, de forma implícita ou explícita, posicionamentos discursivos que operam na produção de saberes e adentram as relações de poder, que possibilitam, inicialmente, a identificação dos indivíduos e, posteriormente, incidem na objetivação dos sujeitos, na produção de subjetividades e de corpos mais ou menos disciplinarizados, e na condução de condutas.

É necessário ressaltar ainda que, nos discursos presentes nas revistas, seguindo o padrão geral dos discursos midiáticos, os enunciados exibidos nas capas são efetivados e destrinchados

nas entrevistas e reportagens e se utilizam da referência a sujeitos socialmente legitimados como detentores de certo saber, especialistas no assunto abordado. Em outras palavras, uma matéria sobre saúde será pautada em falas e citações de um médico, os conteúdos sobre moda indicam nomes que são expoentes nessa esfera; sendo assim, há uma validação dos discursos que compõem cada sessão dos exemplares.

Considerando os apontamentos acima, para este capítulo, que será composto pela análise do *corpus* proposto, selecionamos enunciados verbais e imagéticos a partir da definição de três séries enunciativas (SE).

A primeira delas (SE1) se ocupa em analisar as capas e os sumários das revistas femininas e masculinas. Desse modo, as análises iniciais focalizaram os enunciados presentes nas capas, assim como a estrutura composicional do gênero em cada uma das revistas, contemplando também os sumários, com vistas a pensar quais discursos são apresentados em cada material em relação ao público-alvo que se deseja alcançar para discutir os campos de possibilidade reservados a cada um dos sujeitos nas revistas.

Na SE1, apresentaremos a construção do gênero textual capas de revista em cada um dos veículos que constituem o *corpus* deste trabalho. Assim, daremos início às discussões sobre as práticas discursivas presentes em cada revista, visando tanto observar como e quais as práticas cotidianas dos sujeitos mulher e homem são mencionadas quanto refletir sobre as condições de possibilidade que permitem a emergência de certos enunciados e o apagamento/exclusão de outros.

Logo, os discursos presentes em cada página desse suporte se encarregam de expor, descrever, validar e determinar os papéis sociais de cada um dos sujeitos de que tratam, dentro de uma acepção que se estrutura nas condições de possibilidade dos enunciados apresentados.

Nesse íterim, para que realizemos uma apreciação efetiva das práticas discursivas presentes nas publicações em estudo, também serão apresentados e analisados os sumários das revistas, sempre considerando as formas de subjetivação e objetivação do público ao qual se destinam as edições que compõem o *corpus* analítico desta pesquisa.

O segundo tópico é composto por discursos que integram a segunda série enunciativa (SE2) a ser apresentada, em que serão tratadas questões concernentes à normatização e normalização dos corpos postos em destaque nos enunciados das revistas ditas femininas e das masculinas. Para tanto, os enunciados apresentados para as análises executadas neste capítulo tomarão como tema as normas, leis e regras impostas, discursivamente, aos indivíduos e a toda uma sociedade com vistas a problematizar os espaços ocupados pelos sujeitos aqui enfatizados

e, para além disso, observar e analisar as formas de resistência impetradas à relação saber-poder em que estão inseridos os corpos destes sujeitos e os papéis de gênero no Brasil.

Por sua vez, o tópico 3.3, que compreende a terceira série enunciativa (SE3) selecionada para a discussão e análise da materialidade discursiva desta pesquisa, dará continuidade à investigação de como são produzidas, a partir do corpo, as relações de gênero no Brasil. No que tange à SE3, ela está subdividida em duas partes: a primeira aponta de forma mais específica os discursos que têm como enfoque enunciados acerca da carreira, aptidão profissional, ocupação de cargos, lugares e espaços possíveis aos sujeitos, e a segunda abrange discursos familiares, que focalizam o exercício da maternidade e da paternidade.

Ao ponderar que a materialidade analisada é composta discursivamente por enunciados verbais e imagéticos, sendo os imagéticos realizados, majoritariamente, por meio de fotografias, torna-se necessário empreender alguns apontamentos sobre a fotografia.

Para isso, partimos das considerações de Entler (2007), uma vez que este considera que

A fotografia é um recorte de tempo e espaço. Assim usualmente a definimos, mas tempo e espaço são variáveis que têm merecido níveis desiguais de atenção em nossas reflexões. Como todas as artes visuais, a fotografia suscita muitas questões sobre o espaço, porque diz respeito àquilo que é efetivamente visível: a imagem fotográfica é ela própria um espaço, uma superfície que oferece a representação de um outro espaço, aquele que faz parte do que chamamos de realidade. (Entler, 2007, p. 29).

O referido autor considera ainda que “o recorte espacial é claramente uma operação de seleção e transformação da realidade” (Entler, 2007, p. 31). Dessa forma, discursivamente, as escolhas editoriais quanto à composição fotográfica realizada em cada publicação podem ser observadas como enunciados imagéticos que referenciam os sujeitos que as modelam, sua ocupação profissional, espaço social que ocupam, denotando subjetividades, assim como fazem alusão aos discursos e práticas discursivas que irão compor as páginas de cada uma das edições.

As composições fotográficas operam, então, na ordem dos discursos possíveis, do dito e do não dito, organizam-se por meio do visível e do não visível, e, enquanto trazem a emergência de certos enunciados, operam o apagamento de outros.

Isto posto, Fernandes (2015, p. 227), pautado nos apontamentos de Foucault (1995), infere que “a imagem se inscreve na história, tem um eco, integra uma memória e atesta a produção e o funcionamento de discursos, ao mesmo tempo em que os materializa”. Nesse sentido, faz-se necessário, nas revistas, analisar os enunciados imagéticos produzidos por meio da fotografia, uma vez que, assim como nos enunciados verbais que compõem a materialidade

focalizada nas análises desta pesquisa, as imagens não estão apresentadas de forma aleatória, elas são componentes próprios ao gênero revista; seu aparecimento está no campo das condições de possibilidade dos discursos, que só são possíveis em determinados momentos históricos-sociais, operam as condições de existência e de materialidade dos enunciados e coadunam práticas discursivas que buscam objetivar os sujeitos leitores, conduzir suas condutas e subjetivá-los.

Pensar os papéis discursivos agenciados por meio da fotografia nas revistas assevera a construção de análises, sobretudo quando pautadas nas teorias concernentes aos Estudos Discursivos Foucaultianos, como é o caso desta pesquisa, visto que as materialidades que constituem o *corpus* analítico, como um todo, implicam considerar a emergência das várias formas de enunciação dos discursos que este material possa apresentar. Fundamentalmente, ao considerarmos que, conforme aduz Fernandes (2015, p. 231), “o olhar para a imagem fotográfica vislumbrando discursos coloca em pauta aspectos humanos, comportamentos ligados à sociedade da qual os sujeitos fazem parte”, e, ainda, nesse mesmo sentido, observarmos que

Ser fotografado é, portanto, ser apreendido por categorias estéticas e epistemológicas. Não obstante podemos lembrar que há ali uma história singular, a interpretação efetiva da imagem não nos conduz a alguém, mas a um papel: um aniversariante, uma noiva, um criminoso; ou uma família, um quadro de funcionários, uma multidão; ou um modelo de comportamento, de sensualidade, de poder, de subversão... [...]. (Entler, 2007, p. 31).

Dessa forma, dar vistas às composições imagéticas inerentes ao gênero revista, sendo estas executadas por meio da fotografia, possibilita mapear as condições de existência dos discursos, dada a materialidade e os sujeitos – público-alvo – objetivados pelos discursos midiáticos veiculados nas revistas Ana Maria, Marie Claire, Claudia, GQ Brasil e L’Officiel Hommes Brasil.

Sendo assim, a escolha realizada por cada editora acerca da utilização ou não de plano de fundo, ou de uma ambientação, por fotografias coloridas, em preto e branco ou em tons mais claros ou mais escuros, da iluminação, em focalizar apenas o rosto ou a forma de apresentação dos corpos, vestidos, nus ou seminus, assim como o posicionamento das e dos modelos reverbera práticas discursivas que permeiam o exercício das feminilidades e das masculinidades a partir de determinações que consideram os papéis e espaços sociais possíveis a cada sujeito, sendo ele mulher, homem, pertencente à classe social A, B, C ou D.

Nesse ínterim, SE1, SE2 e SE3 ocupam-se da apresentação e análise dos enunciados verbais e imagéticos presentes nas revistas e que compreendem determinações sociais das feminilidades e das masculinidades, e engendram o funcionamento de um dispositivo de gênero cis-heteronormativo hegemônico operacionalizado por meio das práticas discursivas.

2.1 Da definição dos campos de possibilidade de exercício das feminilidades e das masculinidades

O gênero capa de revista tem como função despertar o interesse do público-alvo e persuadi-lo a ler o material publicizado, seja pela aquisição de edições físicas disponíveis nas bancas ou pela assinatura para acesso ao conteúdo online de forma contínua. É concebível assinalar que as estratégias enunciativas empregadas por cada editora buscam a identificação do seu público-alvo e, assim, incorrem em processos de objetivação e subjetivação que, permeados pela produção de saberes, regem a condução das condutas desses sujeitos.

Para além das práticas discursivas, ao tomarmos as capas das revistas como gênero textual, interessa-nos analisar a composição estrutural e imagética desses materiais. Para tanto, selecionamos capas e sumários das revistas Ana Maria, Claudia e Marie Claire, que possuem como público-alvo mulheres, e das revistas GQ Brasil e L'Officiel Hommes Brasil, destinadas ao público masculino, publicizadas entre os anos de 2017 e 2023.

Desta feita, iniciamos as análises do *corpus* desta pesquisa apresentando uma seleção de capas das revistas voltadas ao público feminino, dando ênfase aos enunciados verbais e imagéticos que se destacam nas publicações, assim como os sumários/índices das cinco revistas que compõem o *corpus* da pesquisa.

Imagem 1: Capa Ana Maria, 21 de outubro de 2022

Edição 1351 - 21 de outubro de 2022 anamaria.uol.com.br

ANAMARIA

CASA
organizada
Personal organizer ensina jeitos simples de colocar a arrumação em dia

OUTUBRO
ROSA
Dor nas mamas pode ser sinal de câncer? Mastologista esclarece

LUCRE com
decoração
DE FESTAS
Invista no ramo e fature alto! Nós damos os passos

ATIVOS
capilares poderosos
Extrato de acerola, ginseng, carité... Ingredientes naturais que deixam o cabelo tratado e bonito

CLAUDIA
RAIA
“Quero viver os 55 anos sem ter que corresponder à expectativa de ninguém. Até porque corresponder a anseio alheio é estar fadada à frustração”

A atriz é porta-voz do movimento ageless, conceito de longevidade cuja ideia é mostrar que, para se sentir bem e feliz, a autoaceitação é fundamental

Negocie
as dívidas sem
JUROS abusivos

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamaria/claudia-raia-quero-viver-os-55-anos/>

Imagem 2: Capa Claudia, abril de 2019

#EUTENHODIREITO

CLAUDIA

CLAUDIA.COM.BR

Abril

PÁSCOA
REINVENTE O MENU
COM RECEITAS DE
DALTON RANGEL

Maju Coutinho
ELA ENFRENTA
MEDOS E ABRE
CAMINHOS
COM LEVEZA
E SERENIDADE

MAJU COUTINHO

Fora da ESCOLA
A POLÊMICA
DO ENSINO
EM CASA

VIDA VIRTUAL

ESTAMOS PRONTAS?

- SITE REÚNE PESSOAS QUE QUEREM TER FILHOS SEM RELACIONAMENTO AMOROSO
- COMO A TECNOLOGIA VAI MUDAR SEU JEITO DE CUIDAR DA SAÚDE

4

[ANO 58 ABRIL DE 2019]

US 10

0000000000000

Fonte: <https://claudia.abril.com.br/edicoes/691/>

Imagem 3: Capa Claudia, abril de 2020



Fonte: <https://claudia.abril.com.br/edicoes/703/>

Imagem 4: Capa Marie Claire, fevereiro de 2023



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20230131>

No que diz respeito ao gênero capa de revista, quanto à sua constituição e apresentação das produções, é possível visualizar diferenças estéticas e organizacionais. Nesse aspecto, a revista Ana Maria exibe uma fotografia sem a utilização de elementos no plano de fundo e dando destaque ao rosto da personagem focalizada em cada edição¹.

A revista Ana Maria, conforme já mencionado, está voltada para os públicos da classe C, enquanto a revista Claudia direciona sua atenção para os públicos da classe B e C. Estas revistas trazem materiais que perpassam a moda, mas, ao mesmo tempo, refletem o sujeito mulher, trazida pelo discurso matriarcal, sempre com referência aos filhos, à escola e a assuntos internos, orientados para o lar e para os afazeres domésticos. Já a revista Marie Claire, assim como observa a própria editora, compreende mulheres da classe A e B do país.

Nas publicações da revista Ana Maria sempre são discriminadas mais de uma página dedicadas a receitas e a discussões sobre maternidade, que parecem ser algo compulsório ao gênero. Há pouca menção a negócios, hobbies e vida social externa, a casa ainda é o local de representação desse sujeito.

Discursivamente, a revista Ana Maria apresenta enunciados referentes à saúde/beleza (“Ativos capilares poderosos; Outubro Rosa”) e aos cuidados com a casa (“Casa organizada: *personal organizer* ensina jeitos simples de colocar a arrumação em dia”), sendo que tais enunciados, postos em destaque na capa das edições desta revista, configuram-se como enunciados possíveis de realização desta materialidade, uma vez que buscam atingir e fabricar uma identificação dos sujeitos pertencentes ao grupo-alvo da revista.

As manchetes que compõem as capas, então, objetivam, para além de trazer informação, persuadir determinado público, e, para isso, lançam mão de recursos de construção textual para enfatizar temas atuais e de amplo interesse do público leitor.

Assim, a escolha de visibilizar ou ocultar determinados assuntos que serão pautados nas páginas internas de cada edição está intrinsecamente ligada a estratégias discursivas de *marketing* na busca do atingimento de múltiplas identidades que, mesmo em sua heterogeneidade, são construídas no e pelo discurso, e produzem a objetivação e subjetivação dos sujeitos que alcançam.

Em relação às capas da revista Claudia – as *Imagens 2 e 3* –, o gênero capa de revista apresenta composições diferentes. Enquanto a *Imagem 2*, publicada em 2019, possui uma quantidade mais significativa de enunciados na capa, na *Imagem 3*, que apresenta uma capa da mesma revista, são incluídas poucas manchetes e subtítulos, sendo mais objetiva. Esse padrão

¹ Outros exemplos de capas da Revista Ana Maria são apresentados nos Anexos 1 e 2.

de capas mais sintetizado quanto ao conteúdo da revista pode ser notado nas publicações da revista Claudia realizadas a partir de 2020, sendo que nos anos anteriores o padrão se manteve conforme o que está apresentado na *Imagem 2*.

Uma questão comum às revistas Ana Maria, Claudia e Marie Claire quanto à fotografia, é que o uso deste recurso não se configura como um enunciado que abarque inerentemente uma posição sujeito. Não apresentam elementos suficientemente capazes de referenciar as modelos apresentadas, não indicam a profissão, ocupação ou qualquer que seja um fator que torne possível, apenas por meio dos enunciados verbais que acompanham a fotografia, inferir o espaço social/midiático ocupado por estes sujeitos.

A escolha por não vincular as modelos às suas carreiras aciona uma memória discursiva sobre os sujeitos apresentados, e tais efeitos de memória organizam as relações saber-poder, objetificadas pelas revistas, que visam a constituição identitária de seus leitores e operacionalizam a condução de suas condutas, seja através de enunciados que rememorem um acontecimento, reforçando certas subjetividades, ou de enunciados que sejam capazes de dessubjetivar os sujeitos e inferir outros modos de olhar, incorrendo em outros modos de objetivação e subjetivação, tanto do sujeito posto como objeto central de um produto midiático, quanto dos sujeitos leitores que a publicação busca alcançar.

Podemos considerar, primeiramente, o público-alvo destes materiais, uma vez que, diferentemente das outras duas revistas, a Marie Claire, em seu conteúdo, faz referência à moda, beleza e estilo de vida que compreendem as classes mais ricas do país. Os sujeitos nelas representados são mulheres de negócios ou que buscam saber mais sobre o assunto e se inspirar, que se interessam por moda e grifes diversas, além de estilos de decoração e profissionais renomadas que são destaque nessas edições.

Os sujeitos que dela podem desfrutar são diversos, mas os sujeitos que reconhecem sua subjetividade no que é representado nas páginas desta revista são seletos, há uma categórica representatividade de um grupo específico de mulheres, enquanto há o apagamento de outras.

Imagem 5: Capa GQ Brasil, dezembro de 2017

O HOMEM COM ESTILO VIVE MELHOR

G **Q**

BRASIL

GENTLEMEN'S QUARTERLY

GUIA DE RELÓGIOS 2017

+ DE **50**

LANÇAMENTOS COM O MELHOR DA ALTA RELOJOARIA

MODA
DEU MATCH!
AS 5 COMBINAÇÕES DE CORES INFALÍVEIS QUE VOCÊ PRECISA EXPERIMENTAR NESTE INVERNO

JOGO DE PODER
COMO CONSEGUIR RESERVA
NOS MAIS CONCORRIDOS RESTAURANTES DE NOVA YORK

TRINCADO AOS 80
QUEM SÃO OS GURUS DA INVEJÁVEL BOA FORMA DE ABILIO DINIZ

ALTA PERFORMANCE NO ESPORTE, NO ESTILO E NOS NEGÓCIOS COM O MAIS BEM-SUCEDIDO ATLETA BRASILEIRO DO SURFE MUNDIAL

GABRIEL MEDINA

+ ROGER FEDERER, O REI DOS GRAND SLAMS + STEPH CURRY, O JOGADOR MAIS VALIOSO DA NBA

Fonte: <http://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20171203>

As práticas discursivas que permeiam a produção da capa de revista representada na *Imagem 5* trazem como personagem a figura do surfista Gabriel Medina, e a fotografia que compõe a capa desta publicação apresenta o surfista como modelo editorial, ou seja, trabalha a imagem visual do atleta com indumentárias que visam refletir e apresentar tendências da moda atual.

Para além disso, a ambientação da fotografia faz menção à profissão do modelo em questão, rememora o mar, em clara alusão à atividade profissional exercida pelo sujeito posto em destaque na publicação, já a vestimenta utilizada, um terno no estilo “esporte fino”, extrapola o espaço profissional ocupado por Medina, uma vez que, ao acionar uma memória discursiva social da definição de surfista, o leitor não alcançaria o que é apresentado na revista.

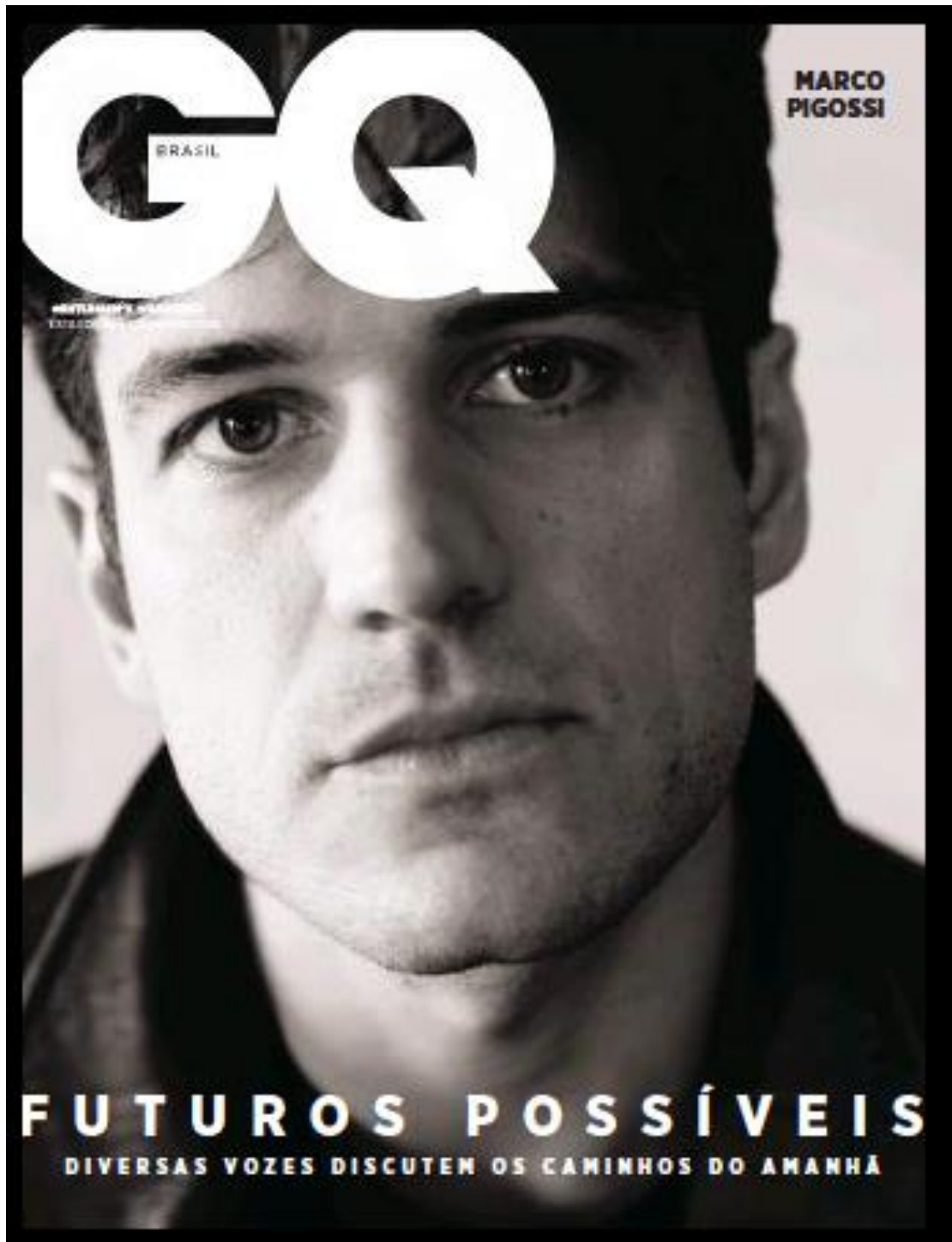
Dessa maneira, ao utilizar-se de tais recursos alusivos, a imagem estampada na capa da revista GQ Brasil, de dezembro de 2017, movimenta efeitos de memória que, através do enunciado imagético, coadunam na produção de uma associação entre o modelo e sua profissão (por meio da ambientação) e o status de “homem de negócios” (através do vestuário), reforçando a ocupação de um espaço de destaque como homem bem-sucedido.

Tanto a manchete principal quanto as secundárias que compõem a capa da revista, como, por exemplo, “Como conseguir reserva nos mais concorridos restaurantes de Nova York”, “Alta performance no esporte, no estilo e nos negócios [...]” e “Moda, deu match!”, reforçam, validam e legitimam discursos inerentes ao espaço reservado aos homens socialmente.

Outro ponto de atenção é a mudança estética das capas desta revista. Em 2017, a manchete “O homem com estilo vive melhor” divide a capa com um conglomerado de outros subtítulos e informações acerca do conteúdo da revista, já as publicações realizadas a partir de março de 2020 são compostas por uma quantidade menor de enunciados verbais, apresentando, então, poucas manchetes, ou apenas uma como destaque principal das edições, deixando na ordem do invisível quais outras temáticas e assuntos serão tratados nas edições, como podemos ver em seguida.

Como pode ser observado na *Imagem 6*, a capa é composta imageticamente pelo uso da técnica fotográfica do close, no qual o olhar do ator Marco Pigossi, que modela a capa, está fixo no leitor, mas de maneira complacente e convidativa, e, pela ausência de cor, toda a capa está em preto e branco, enquanto, verbalmente, apresenta apenas a manchete: “Futuros possíveis: diversas vozes discutem os caminhos do amanhã”.

Imagem 6: Capa GQ Brasil, maio e junho de 2020



Fonte: <http://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200511>

O aparecimento de um único enunciado verbal é permeado pelo apagamento dos sujeitos que figuram essas “vozes”, sendo que tal proposição enunciativa deixa em suspenso quais são as práticas discursivas que constituem a publicação referente a maio e junho de 2020 da GQ Brasil, assim como quais são os sujeitos enunciadorees que operacionalizam a discussão central proposta sobre os “caminhos do amanhã”.

Nesse sentido, e atravessando uma linearidade de apresentação do *corpus*, para concatenar os apontamentos referentes à análise da *Imagem 6*, apresentamos abaixo o índice da edição de número 105 da GQ Brasil².

Imagem 7: Índice GQ Brasil, maio e junho de 2020

Índice	
OUT OF AFRICA O legado de Peter Beard para a fotografia mundial	O MUNDO PÓS-CORONA Matthias Horx pede que olhemos para o futuro
BARBA: VILÃ OU ALIADA Especialistas destacam os cuidados com a face	TEMPERO CAIPIRA Conheça os bastidores da Casa do Porco
STAY HOME Ideias essenciais para seus looks de isolamento	TEMPO PRESENTE Marco Pigossi: confinado em Hollywood
PERSONALIDADE TRANSGRESSORA A nova coleção de joias da Bvlgari	COMEÇAR DE NOVO Ostentação digital parece estar com os dias contados
SOBREVIVA A 6 MESES NO APERTO Nathalia Arcuri explica como salvar nossas finanças	DOM NATURAL Francisco Gil busca suas raízes no primeiro disco solo
O BEM NO MEIO DO CAOS Daniel Castanho, o empresário criador do Não Demita	SEU MÉDICO ESTÁ ON-LINE A telemedicina vai revolucionar o sistema de saúde?

² A Imagem 7 corresponde à versão textual do índice da revista, tendo sido editada por nós para possibilitar a melhor visualização dos enunciados apresentados nesta seção da revista. A versão original, idêntica à publicação em formato físico, está exposta no Anexo 3.

O SHOW TEM QUE CONTINUAR Djonga e Emanuel Jacobina: o novo entretenimento	A VEZ DE JAY BOGGO Estilista defende moda sem gênero e sem rótulos
O FUTURO CHEGOU A SUA CASA Gadgets, apps e assistentes virtuais para o dia a dia	CONEXÃO BRASIL-HOLLYWOOD Marcelo Valente e as lições do Vale do Silício
REGRAS DA BATALHA Experts e nosso manual (in)formal do home office	COMO SERÁ O PRÓXIMO JOGO A difícil vida do torcedor sem estádio
ESPELHO MEU Fotógrafos e seus autorretratos em isolamento	INDÚSTRIA DE MEMES Banca Digital transforma humor em negócio
QUESTÃO DE GARRA A luta de Roched Seba pelos animais silvestres	TRIO TERNURA Mateus Verdelho defende adoção de pets
DIÁRIOS DE ISOLAMENTO O vintage e o comfy invadem o guarda-roupa	PRECISAMOS DE FÔLEGO Exercícios de respiração para novos ares
CORRIDA MALUCA A inteligência artificial assume o cock pit	CLUBE GQ Os heróis do Brasil durante a pandemia
CAVE PARTICULAR Dicas infalíveis para montar a sua adega	VOLTAR A SONHAR? Rodrigo Teixeira foca no novo cinema
VIAGENS DO AMANHÃ Novos voos estão por vir. Veja previsões	FREE SPIRIT Bolsa Lola da Burberry: peça-desejo

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200511>

Nele, podemos observar várias matérias fazendo referência ao período de pandemia da COVID19. O índice da revista, então, remonta a manchete posta em destaque na capa, “Futuros possíveis: diversas vozes discutem os caminhos do amanhã”, a partir de enunciados que trazem em destaque, principalmente, “FUTURO”, “NOVO” e “PANDEMIA”, como “O mundo pós-corona: Mathias Horx pede que olhemos para o futuro”, “O futuro chegou na sua casa”, “Começar de novo”, “Viagens do amanhã: novos voos...”, “Exercícios de respiração para novos ares”, “Rodrigo Teixeira foca no novo cinema”.

Estes enunciados trazem consigo significações diferentes acerca das práticas discursivas que permeiam o momento histórico no qual a publicação desta edição da revista é realizada, e induzem a novas formas de objetivação e subjetivação dos sujeitos a partir de novos moldes sociais. Há então a emergência de enunciados que reverberam os Futuros Possíveis diante de um período de isolamento social: os corpos dos sujeitos alcançados pelas práticas discursivas presentes nesse exemplar da revista QG são conduzidos à experimentação de novos caminhos pautados pelas mudanças das formas de viver em sociedade.

Considerando um cenário pandêmico (COVID – 19) que instaurou práticas discursivas na ordem do isolamento social e que se referiam sempre ao enunciado “Fique em casa”, o índice da revista abarca essa nova realidade construindo discursos que indicam campos possíveis de exercício das masculinidades voltados aos negócios e de como geri-los de uma nova maneira.

As condições de existência, determinadas pelo momento histórico, que possibilitam a emergência de enunciados que dizem respeito a uma mudança do espaço físico a ser ocupado pelos sujeitos não alteram as formações discursivas hegemônicas acerca do exercício das masculinidades.

Desse modo, mesmo que esses sujeitos estejam reservados no espaço interno da casa, as formações discursivas que permeiam as masculinidades não se alteram. Logo, o espaço interno é reconfigurado para abarcar práticas discursivas e modos de subjetivação que operem a manutenção dos campos de possibilidade que, permeados pelos discursos, regulam o exercício das masculinidades e, assim, possibilitam a constituição de um dispositivo de gênero.

Imagem 8: Capa L'Officiel Hommes Brasil, setembro de 2019



Fonte: <https://www.mapbrasil.ag/en/news-social/portugues-do-brasil-renato-goes-e-capa-da-revista-lofficiel-hommes/>

Por sua vez, a capa da L'Officiel Hommes Brasil de setembro de 2019, que representa a segunda revista voltada ao público masculino que será utilizada como materialidade para as discussões propostas neste trabalho, destaca, nesta edição, uma fotografia com plano de fundo em cor neutra, com elementos minimalistas e que retomam o subtítulo da manchete principal “[...] Flower Power [...]”. Em contraponto ao material apresentado anteriormente, é notável o uso do enunciado, apresentado em destaque nesta capa: “Que venha o novo”.

Nesse sentido, e ao considerar o momento histórico no qual essa publicação é realizada, engloba práticas discursivas outras, o enunciado em questão indica a existência de novidades no mundo do entretenimento e da moda; sendo assim, as práticas discursivas que compõem este material estão na ordem da informação, buscam atualizar os seus leitores das tendências nacionais e mundiais que estão surgindo. Assim, a utilização do termo “NOVO” considera discursos que não se propõem a categorizar novas formas de exercer as masculinidades, mas de fazer com o que exercício delas esteja pautado nas tendências e, com isso, subjetiva os sujeitos indicando a eles novos modos de olhar para campos específicos da vida cotidiana, como música, moda, artes, negócios, e não em pautar novos modos de existir.

Trazemos, em seguida, alguns recortes dos sumários das revistas Marie Claire, Claudia, GQ Brasil e L’Officiel Hommes Brasil.

Imagem 9: Sumário Marie Claire, setembro de 2021

SUMÁRIO
setembro 2021
14 EDITORIAL

NA CAPA

16 NA VANGUARDA DA MODA Peças de grandes estilistas para usar no dia a dia

24 SOPHIE CHARLOTTE A estrela da atriz em uma série internacional sobre a Segunda Guerra

TENDÊNCIAS

29 GLAMOUR DE HOLLYWOOD Gucci lança coleção caleidoscópica de alta joalheria no ano de seu centenário

30 ROMÂNTICO E PUNK Círculos marcantes voltam em looks cheios de estilo e atitude

31 FAZENDO HISTÓRIA A bolsa Capucines, da Louis Vuitton, surge em color blocking

32 NOVOS CONTORNOS Peças ultrarecortadas chegam com olhar completamente novo

33 CLÁSSICO OUSADO O Inigualável estilo italiano nas sandálias Bijoux, de Gianvito Rossi

34 DIGNOS DA REALEZA Um refresh para os looks inspirados em uniformes

35 NOSTALGIA MODERNA Dolce & Gabbana se inspira nos anos de 1990, referência querida da Gen Z

44 ARMÁRIO DA VOVÓ O vintage nunca foi tão moderno

REPORTAGEM

12 FORA DE MODA Giovanna Nader reflete sobre o impacto da indústria têxtil no meio ambiente

48 O ANO EM QUE NÃO DORMI Reunimos especialistas do sono e histórias que falam de um ano (e muito) em que se manter dormindo é luxo, especialmente se você é mulher

54 KAREN JONZ A tetracampeã do skate fala sobre xereca, depressão e bulimia

62 VACINA PARA O HIV? Um estudo para vacina contra o vírus é o mais promissor em 40 anos e pode mudar o futuro, principalmente o de populações como as LGBTQIAP+

87 EU, LEITORA “Depois de descobrir lúpus e passar por nove cirurgias, encontrei meu lugar na moda”

CULTURA

20 JENNIFER ANISTON Em entrevista exclusiva, atriz fala da 2ª temporada de *The Morning Show* numa Hollywood pós-Me Too

24 OUTRAS POÉTICAS Pela primeira vez, a Bienal de São Paulo tem grande representação de Arte Indígena Contemporânea

@WORK

84 LUCIANA WODZIK Diretora executiva do grupo Arca&Co investe na proximidade com franqueados para driblar desafios

Imagem 10: Sumário Marie Claire, setembro de 2021



Fonte: <http://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20210830>

Imagem 11: Sumário Claudia, junho de 2021

CLAUDIA

JUNHO 2021

NA CAPA

18 EM BUSCA DA DELICADEZA
Na pandemia, Renata Vasconcelos se apegou a pequenos gestos de afeto e mergulhou num profundo processo de autoconhecimento

60 NA PEGADA DA SELVA
Elas são um clássico, mas agora estão mais em alta do que nunca. Veja como usar a tendência das *animal prints* nos looks do dia a dia

86 UM BRINDE AO CLÁSSICO
O cardápio italiano preparado por Silvia Percussi, da Vinheria Percussi, é moderno e tão acolhedor quanto um abraço

ARTE & CULTURA

10 OLHE POR ONDE VAI
Com apelo pessoal, fotógrafo registra ângulos diferentes da cidade de São Paulo

11 O TRABALHO DE UMA VIDA
Livro celebra os 35 anos de carreira dos Irmãos Campana

12 POETINHA DIGITAL
Julia Moraes, neta de Vinícius de Moraes, coordenou a digitalização do acervo com mais de 11 mil documentos, como rascunhos e cartas, do poeta e cantor

14 SEM MEDO DE AMAR Pela primeira vez, Kika Seixas escreve sobre sua relação com o músico Raul Seixas

16 PARA A ROTINA Uma seleção de livros para repensar hábitos e tornar os dias mais leves

COMPORTAMENTO

26 ALÉM DO ESPELHO
Os surpreendentes talentos e interesses do cantor Diogo Nogueira

30 MÃE DE PET EXISTE? O termo polêmico, quando não usado em tom de brincadeira, pode invisibilizar a sobrecarga das mulheres com filhos

34 ENCONTROS E DESENCONTROS
Os desafios das famílias inter-raciais podem começar em casa e dificultar a criação dos filhos

40 VOCÊ DECIDE
Os minipúblicos, metodologia de participação política diversa, podem mudar a forma como nos organizamos socialmente

46 A VIDA CORRIDA
Áudios acelerados são apenas mais um indício de como o ritmo das redes sociais está atrapalhando o cotidiano

50 POR TRÁS DO ALGORITMO
Reduzida a um perfil específico de pessoas, a programação e estratégia da internet a torna machista e racista

56 IMPÉRIO DAS FINANÇAS
Como Nathália Rodrigues, a Nath Finanças, se tornou um fenômeno do YouTube e criou um negócio admirado

MODA & BELEZA

74 O INVERNO CHEGOU
As seis grandes tendências de moda da estação

80 BEM-ESTAR INTEGRADO
Lançamentos de produtos de beleza que vão fazer você se sentir plena

CASA & COZINHA

98 A NOVA CARA DA CERVEJA
A trajetória da Japas Cervejaria, criada por três mulheres de origem nipo-brasileira

100 QUAL É A SUA MENSAGEM?
A história das silhuetas mais famosas dos vestidos de noiva e o que significa usar cada uma delas

104 SINTA-SE EM CASA
Um apartamento reformado em Florianópolis virou o lar de recém-casados

SEMPRE EM CLAUDIA

6 EU E VOCÊ

110 HORÓSCOPO

CAPA
Renata Vasconcelos fotografada por Leca Novo

Foto: Renata Vasconcelos

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/claudia/renata-vasconcelos/>

Os sujeitos que se estabelecem nessas duas revistas, Marie Claire e Claudia, ocupam posições sociais diferentes, mas possuem interesses semelhantes: que podem se resumir à moda, casa, decoração e um estilo de vida pouco voltado para o externo, para a sociedade e para o trabalho extra doméstico.

Mesmo tratando de negócios e falando sobre mulheres bem-sucedidas, o foco das matérias acaba se voltando para uma subjetividade que remontam os discursos patriarcais e que destinam esses sujeitos aos espaços internos. Nessas publicações, ao contrário do que se verifica nas masculinas, as crianças e a casa ganham espaço e aparecem como intrinsecamente ligadas ao estilo de vida das mulheres. A revista Ana Maria, no que lhe diz respeito, não apresenta sumário em nenhuma das suas edições.

Imagem 12: Sumário GQ Brasil, setembro de 2020



ESSENCIAL

16 EU QUERO UMA CASA NO CAMPO
As belezas e os segredos da Serra da Mantiqueira

20 VOLTA À TERRA
A chance de viver uma experiência rural real

22 FOME DE NOVOS MERCADOS
As Startups que estão inovando a forma de comer

24 HOME SWEET... CINEMA
Assista a filmes em casa como na telona

26 SIMPLEMENTE UM LUXO
A moda atual de que é possível viver com menos

27 AMOR DE ESTIMAÇÃO
Flego do Borel apresenta a sua família (de pets)

MANUAL

31 AVANTE AO ROMANTISMO
Têxteis em tons pastel se unem à robustez do denim

36 NO MAPA DA MODA
As pinceladas do artista ganês Amoako Boafo na Dior

38 UMA TARDE EM CAPRI
Por dentro da Alta Sartoria da Dolce & Gabbana

40 FORA DA CAIXA
Conheça o mestre relojoeiro da Louis Vuitton

42 POLE POSITION
Acelere com o cronógrafo TAG Heuer Carrera

43 DA HORA
UBB Aluminium da Bvulgari chega ao século 21

45 MISSIONÁRIO DO JEANS
Ester Hajji e os planos para a 7 for All Mankind

46 SEGUNDA CHANCE
Um objetos de desejo oriundos do upcycling

ESPECIAL

58 E AGORA, CAUÃ?
As angústias, vitórias e o futuro do maior astro do Brasil

68 O FILHO PERDIDO
A história do suposto herdeiro de Pablo Escobar

72 O LIVESTREAMING É UMA FESTA
Por que as arenas gamers são a nova balada

76 ÀS MARGENS DO RIO
A malataria suave reflete inquietude da nova década

84 LIKES, VIEWS E HITS
Seis vezes necessárias da Geração Z

Fonte: <http://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200703>

Imagem 13: Sumário GQ Brasil, março de 2020

ESSENCIAL

27 VITRINE PARTICULAR

Roberto Paz, da Gucci, abre seu apartamento no Rio

32 QUEM QUER SER UM MILIONÁRIO?

Pablo Rico ensina como ganhar (mais) dinheiro

34 A LEI DOS ENCONTROS

Perché Adman e seu novo livro *Me Encontre*

36 FASES DA LUA

Robert Luna canta sobre o amor que vence o ódio

38 MESTRE DA PROVOCAÇÃO

Arturo Escobar, do mexicano Gabriel Rico

40 NOÉ DAS PLANTAS

Alexandre Antonelli quer salvar o Reino Vegetal

42 QUE COMECEM OS JOGOS!

Atenção: dos games já existe. Saiba mais.

43 DIAS DE REIS

Reminiscências da suíte presidencial do Tivoli

44 MUDANÇA DE ROTA

Yaya um tour pela Patagônia sustentável

MANUAL

47 EM BUSCA DO TERNO PERFEITO

Clayton experts apontam os rumos da nova alfaiataria

52 TODAS AS CORES

Delia se com a coleção psicodélica da Gucci

53 FORA DA CAIXA

Modigos com tons coloridos: tem que ter!

54 O COLECIONADOR

John Mayer: cantor e influenciador de relógios

56 CAUBÓI PARA TODOS

Prevalência western invade a moda (e as ruas)

58 CHECK-IN NO HYPE

Alexandre Arnault conta as novidades da Rimowa

60 DENOMINADOR COMUM

Crabi-sabi e o elogio à imitação. Inspire-se!

GOSTO

63 É DOSE

Emilia a febre dos adoradores de uisqui japonês

66 LAPIDANDO DIAMANTES

Chel usa a gastronomia como transformação social

68 NOVA YORK DOS INSIDERS

Seis homens: GQ e seus points na Big Apple

70 ROOM SERVICE

De Cinq: clássico parisiense mantém sua majestade

MOTOR

75 SOCIEDADE (QUASE) SECRETA

Rebelle nos clubes de carros e motos



78 VENTO NOS CABELOS

Emilio conversíveis que estão chegando no BR

ESPECIAL

80 PAPEL, CANETA E CORAÇÃO

Emicida em nova fase: mais sereno

88 ARTE NO DNA

Expos dos OSGEMEOS e dos irmãos Campana

92 FANTÁSTICA FÁBRICA

Veja *Cacau Show* agora quer conquistar os EUA

96 RICH PAUL

Regatta da NBA está mudando o game todo

100 JEANS SUR JEANS

Crabtree retorna mais elegante do que nunca

112 POESIA UTILITÁRIA

Prata-costura street de Virgil Abloh na LV

VIVER BEM

119 DE ONDE VIEMOS?

Crabtree que mostra seu passado familiar

124 A CANETA MÁGICA

Crabtree emagrece mesmo?

130 CLUBE GQ

Crabtree quadrinistas que você precisa conhecer



Capas EMICIDA

Fotos **CAROLINE LIMA**

Styling **MARINA SANTA HELENA**

Emicida veste look **TOMMY HILFINGER**,

tênis **NEW BALANCE** e colares **CHANEL**.

Capa 2: Tricot (rosa) **TOMMY HILFINGER**,

broches **CHANEL** e **ACERVO**

Compensamos a emissão de GQ, desta edição por meio de recomposição florestal. Uma iniciativa em parceria com o Laces e a Carbon Limited.

LACES



Imagem 14: Sumário GQ Brasil, setembro de 2021



Fonte <http://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200303>

Imagem 15: GQ Brasil, setembro de 2020



Mudar é bom:
as 21 edições de GQ ao redor do mundo unem forças para uma colaboração global focada no futuro

Masculinidade é uma obra em progresso – e a mudança é o caminho. A GQ vem mudando desde 1957. Para 50 milhões de leitores globais, ela é uma amiga confiável, que encoraja a transformação na forma como vivemos, encaramos o dia e influenciamos o mundo ao redor. Com ênfase renovada em diversidade, igualdade de gênero, sustentabilidade e saúde mental, a GQ continuará a perseverar. Porque mudar é bom.



Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200903>

Imagem 16: Sumário L'Officiel Hommes Brasil, dezembro de 2020

07	CARTA	<i>por Patrícia Favalle</i>
08	NEWS	<i>Um select do melhor do design, moda e arte</i>
18	PERFIL	<i>Novas Conexões</i>
20	URBANO	<i>Museu verticalizado</i>
22	HANDMADE	<i>Arte em costura</i>
26	FEATURE	<i>Voo Solo</i>
36	POP	<i>Ícone atemporal</i>
38	ARTE	<i>Muita gente insiste em ficar presa no século 20</i>
44	DESIGN	<i>Cubo mágico</i>
46	MODA	<i>O avesso do avesso</i>
62	MODA	<i>Muito além da elegância</i>
78	MODA	<i>Clássico revisitado</i>
88	HORACERTA	<i>Relojoaria</i>
90	SAYHELLO!	<i>Mente brilhante</i>
96	MODA	<i>Let's Dance</i>
106	GASTRONOMIA	<i>Joia da culinária</i>
108	DRINQUE	<i>Voltou para ficar</i>
110	LIFESTYLE	<i>O rei não está nu</i>
118	ARTIGO	<i>Advocacy</i>
120	ESCAPE	<i>Rota de fuga</i>
124	TENDÊNCIA	<i>As novidades da estação</i>
128	FREESTYLE	<i>O que nos faz rir?</i>
130	GRAN FINALE	<i>Assim caminha a humanidade</i>



Foto THAIS VANDANEZI

Foto RAQUEL ESPIRITO SANTO

CAPAS DIGITAIS:



Fonte: <https://goread.com.br/viewer/hommes/e-agora-a-luta-por-uma-moda-mais-inclusiva-democratica-e-politizada/>

Uma observação importante que versa sobre as revistas femininas é que estas apresentam muito mais páginas que as masculinas, mais matérias e um conteúdo mais diversificado, o que não faz com que algumas delas sejam mais abrangentes e tragam muitas novidades sobre o “mundo feminino”.

Assim como o público-alvo, as revistas Marie Claire, Claudia e Ana Maria apresentam grandes diferenças nos discursos que figuram suas páginas, enquanto que tais diferenças não se fazem tão presentes nas revistas que buscam alcançar o público masculino, diante disso, os discursos presentes nas publicações da GQ Brasil e na L'Officiel Hommes Brasil exibem mais

regularidades discursivas do que as que podem ser observadas nas revistas destinadas ao público feminino.

Um fato sobre as revistas masculinas é que nestas, diferentemente do que ocorre com as revistas femininas, não há categorização acerca do nível financeiro do público que as revistas desejam alcançar, mas o que podemos ver quanto ao conteúdo é que, em quase sua totalidade, o material das revistas resume-se à tratativa de lançamentos da moda, grifes, acessórios, *hobbys*. Portanto, as revistas trazem matérias voltadas para homens de negócios e que possuem interesse, assim como poder financeiro, em adquirir e saber sobre grifes e os mais novos lançamentos da alta moda.

Partindo deste apontamento, torna-se possível observar que os sujeitos estabelecidos como público-alvo destas revistas estão estritamente nas classes mais altas existentes no país, já que tratam de assuntos de interesse deste público, retratam seu cotidiano e definem um local para este leitor, e é possível também notar uma exclusão e o apagamento de sujeitos outros, que fogem à essa norma.

Um dos aspectos percebidos das capas e sumários das revistas masculinas é a forma como os homens são apresentados: são sujeitos bem-sucedidos e, em sua maioria, ocupam o espaço social externo, não há quase nenhuma referência que coloque esse sujeito atrelado, de alguma forma, à família, filhos ou a uma mulher; ou seja, são sujeitos bem-sucedidos por si só, não dependem de ninguém para que alcancem esse *status*.

Dessa forma, há um padrão de beleza e personalidade exigidos dos sujeitos a quem se deseja alcançar, homens com corpos esculpidos, bem-sucedidos e bem-vestidos, até porque, como diz o *slogan* da GQ Brasil, “Homens com estilo vivem melhor”, como apresentado na *Imagem 5*.

Há, em geral, um padrão em todas as revistas: homens cis-heterossexuais estão constantemente representados nas capas e no conteúdo apresentado no interior das publicações, já os sujeitos que se distanciam desse padrão não encontram espaço, ou, se encontram, estão em alguma edição especial da revista. Com exceção dessas edições especiais, como exemplificado na *Imagem 14*, há, então, um silenciamento de sujeitos outros, daqueles que não se enquadram no padrão cis-heteronormativo e cujo “estilo de vida” não cabe nas páginas das revistas.

São objetos recorrentes de discursos dessas revistas os sujeitos que performam masculinidades pautadas socialmente na cis-heteronormatividade, ou seja, aqueles que estão compreendidos em uma racionalidade que valida a existência do homem de negócios, que vai à academia, tem estilo e uma vida social agitada.

Nesse ínterim, até mesmo os sujeitos cis-homossexuais não são objetos de discurso nas revistas, e quando o são, a representação dada a eles é diferencial. Partindo dessa questão, colocamos foco na fotografia do ator Cauã Reymond, tido como ícone social de masculinidade (*Imagem 12*), na qual é destacado com uma vestimenta de tom azul, enquanto a publicação que apresenta o cantor Emicida o mostra fotografado com um blusão na cor rosa e com flores nas mãos. As relações discursivas que permeiam o aparecimento destes dois sujeitos nas revistas são distintas, pois enquanto um veste azul e performa uma masculinidade hegemônica, o outro veste rosa e carrega flores, como uma gentileza, e enuncia, imagetivamente, uma cortesia para se pôr em lugar de destaque.

A emergência desse enunciado pode ser relacionada a um discurso político de extrema direita, disseminado pela então Ministra da pasta da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damara Alves: “Menino veste azul e menina veste rosa. Atenção, atenção: é uma nova era no Brasil” foi a fala proferida pela ministra no dia dois de janeiro de 2019, na cerimônia de posse dos ministros do governo de Jair Bolsonaro³.

Dessa forma, o ícone nacional considerado como referência de masculinidade veste azul, enquanto o sujeito que representa a diversidade na revista utiliza o rosa como figurino, mesmo que a publicação na qual o referido cantor aparece em destaque tenha como foco questões raciais e não de gênero.

O que incide em uma contradição discursiva, uma vez que, assumidamente, essas revistas informam tratar de assuntos relativos a estilo, moda, esportes, saúde do homem, dentre outros, contudo desconsideram certas existências e produzem o apagamento daquelas que compreendem sujeitos LGBTQIAPN+, assim como sujeitos negros. A publicação refere-se aos desafios enfrentados por pessoas negras e se torna destaque em uma publicação que trata das práticas discursivas representativas da diversidade da editora da revista GQ Brasil, ao enunciar “Mudar é bom: as 21 edições de GQ ao redor do mundo unem forças para uma colaboração global focada no futuro⁴”.

Os discursos possíveis e passíveis de validação e legitimação nas esferas de saber/poder constituintes dos enunciados realizados nessas publicações operacionalizam um dispositivo hegemônico de gênero, pautado em uma determinação de papéis sociais a serem seguidos, e buscam o apagamento de práticas discursivas que abarquem o surgimento de novas

³ Ver em: <https://exame.com/brasil/menino-veste-azul-e-menina-veste-rosa-diz-damara-em-video/>. Acesso em 20 jan. 2021.

⁴ Ver Anexos 4 e 5.

configurações sociais, mantendo, assim, a efetividade do exercício do poder imediatamente responsivo às formas de resistência.

Um exemplo dessa aparição do “anormal” na revista GQ está representado acima, e corresponde à sessão “*Chang is Good*” (*Imagem 15*). O enunciado em destaque assevera que a “Masculinidade é uma obra em progresso – e a mudança é o caminho”, com vistas em pautar que a revista vem mudando e busca acompanhar as mudanças sociais; como complemento, infere que a GQ se configura como “uma amiga confiável” para 50 milhões de leitores globais.

Para representar estes enunciados verbais, a editora expõe uma série de capas de várias edições da revista pelo mundo. Um adendo acerca disso é que a capa da revista brasileira evidenciada para representar esse discurso é de março de 2020, enquanto a edição que traz a matéria é de setembro de 2020, e, com exceção destas duas edições, não há capas ou sumários que tragam conteúdos diferentes dos moldes já utilizados há anos, de um padrão de sujeitos cis-heterossexuais, bem-sucedidos, brancos e que nada têm a ver com o discurso apresentado na *Imagem 7*.

Sendo assim, apenas as edições de março de 2020 e a de setembro deste mesmo ano fazem menção à diversidade, igualdade de gênero e aos demais temas citados. Há, portanto, uma presença de preceitos que fogem ao padrão apenas em edições específicas e esporádicas.

Os sujeitos subjetivados pelos discursos materializados nessas revistas devem, então, apresentar um padrão físico e comportamental que não é novo na sociedade e remonta uma história, representando discursivamente sujeitos que cuidam dos seus corpos.

O que, por sua vez, pode ser considerado uma invenção dos últimos séculos e que se tornou instrumento de ascensão e demonstração de poder social, sendo também a externalização de uma masculinidade que está ancorada nos discursos de uma sociedade patriarcal, em que o homem mais forte e mais bem sucedido é superior, e as mulheres e crianças não encontram espaço nesse ambiente masculino, que é externo e circundado por relações de poder, que integram a essa masculinidade a capacidade de ser líder, a posição social e financeira e o porte físico.

Por conseguinte, as edições da revista Ana Maria dedicam uma boa parte de seu conteúdo a receitas, assim como as revistas Claudia e Marie Claire, que incorporam nas suas publicações algumas páginas (mais de uma) a essa categoria. Já a revista L’Officiel Hommes Brasil (*Imagem 16*) tem uma seção denominada “gastronomia”, mas que, diferente das revistas femininas, apresenta conteúdos voltados às tendências gastronômicas, restaurantes renomados ou não e chefs, trazendo enfoque a visitar esses restaurantes como uma atividade possível para seu público.

É válido supor que as revistas femininas também poderiam apresentar conteúdo parecido que atendesse ao público-alvo, mas referem-se a cozinhar como uma atividade atrelada à feminilidade, e, com isso, apresentam discursos vários que recomendam “surpreender” o marido e os filhos cozinhando, desde receitas mais simples até as mais sofisticadas.

Considera-se assim, que, nestes discursos, há uma delimitação do espaço da mulher, novamente voltado aos afazeres domésticos. Matérias como “comidas rápidas para surpreender” são comuns, não havendo menção a restaurantes para surpreender, ou, que sejam, “restaurantes para agradar a família”.

Nesse âmbito, apesar de estarmos, inicialmente, olhando em direção apenas às capas e sumários das revistas, seu conteúdo também revela a cultura e a história de um povo, tudo que foi construído historicamente através dos discursos de um padrão de “homem ideal”. Esta reprodução não está apenas nas revistas, que simbolizam entretenimento, mas justamente por serem discursos presentes em tantas outras instituições é que chegam às revistas com tanta força e, por meio da subjetivação, reforçam estereótipos e padrões que são disseminados nas instituições escolares, religiosas e familiares, dentre outras.

Dessa maneira, as matérias presentes nas revistas também agregam o poder de subjetivação que tais discursos possuem, já que têm por função disseminar discursos presentes na infância, adolescência e vida adulta dos sujeitos. Não há a emergência de novos discursos ou de uma nova história, as mídias servem como reforço da masculinidade ideal e padronizada, que molda os sujeitos e seus corpos.

2.2 Da normalização e normatização dos corpos

O corpo, em Foucault, é materialidade, ou seja, para pensar os Estudos Discursivos Foucaultianos devemos olhar o corpo como inerente às práticas discursivas que competem à subjetividade dos sujeitos. Da mesma forma, cabe-nos observar como os corpos físicos ocupam espaço e são focos de vários discursos que normalizam e normatizam o exercício das feminilidades e masculinidades, corpos estes postos como objetos discursivos, efetivados e agenciados nas relações de saber/poder inerentes às determinações sociais que regem os papéis de gênero, operacionalizando o dispositivo de gênero.

Pensando nisso é que se faz necessário, neste trabalho, observarmos como a normalização e normatização dos corpos são efetivadas nas revistas que nos servem como *corpus* e, principalmente, analisarmos como se dá, a partir do corpo, a construção dos papéis

sociais. Para tanto, os enunciados selecionados para as análises executadas neste tópico tomarão como tema as normas, leis e regras impostas, discursivamente, aos indivíduos e a toda uma sociedade. Além disso, este tópico tem como objetivo discutir as formas de resistência impetradas à relação saber-poder em que estão inseridos os corpos destes sujeitos, para que, no último tópico deste capítulo, seja possível discutir os papéis de gênero no Brasil, finalizando, assim, as análises propostas para esta tese.

Imagem 17: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

Na *Imagem 17*⁵, o sujeito mulher aparece com o corpo totalmente à mostra, estando nua e utilizando seu próprio corpo para cobrir as partes íntimas. Analisando a imagem e a legenda presentes na capa da revista Marie Claire é possível indicar que a “subversão” da mulher na

⁵ A imagem corresponde à capa e contracapa da revista, tendo sido editada pela autora para ser visualizada em sua completude. A imagem original, conforme apresentada na revista, corresponde ao Anexo 6 desse trabalho.

sociedade está ligada a seu corpo. Para subverter⁶, a mulher se apresenta nua na contracapa de uma revista que não abarca nenhum tipo de pornografia. Dessa forma, a contracapa da revista modifica os estereótipos acerca do que é possível ou não, socialmente, ser apresentado e estar em destaque em uma revista conceituada e que tem como público-alvo mulheres das classes A e B. É possível, então, observar que ao mesmo tempo em que a revista se coloca em lugar de valorização, expõe o corpo da mulher para afirmar questões estabelecidas socialmente em relação ao que pode ou não ser exibido na capa de uma revista “popular”, com circulação expressiva entre mulheres que se dedicam exclusivamente ao lar e também àquelas que são ativas no ambiente externo ao lar.

Nesse aspecto, tumultuar a ordem social para colocar a revista em destaque é efetivo. Em acréscimo, a publicação utiliza uma imagem em destaque, além do título: “Subversiva, sim!”, com o subtítulo “Duda Beat⁷: a voz de uma geração que dribla os padrões”. Esses discursos, que estão na ordem do verbal e do não verbal, colocam o corpo da mulher em voga e traz uma exposição desse sujeito para tratar da subversão feminina na atualidade. Ainda na mesma edição, a página seguinte exhibe outra mulher com o corpo à mostra e lança mão do mesmo título e subtítulo contidos na capa.

Ao servir-se desses recursos, esse veículo midiático assevera que a subversão das regras sociais executada pelas mulheres é realizada por meio do corpo físico, pela sua exibição, tanto quanto relaciona o sucesso e crescimento profissional da mulher a questões estéticas que compreendem o padrão social exigido para esse sujeito. O subtítulo menciona a voz, apelando para a representatividade que essas mulheres engajam, mas o foco está sempre no fato de não se encaixar nos padrões sociais vigentes, de acordo com a revista.

⁶ As definições para tal palavra no dicionário “Michaelis” são: Realizar transformações radicais ou destruir algo já estabelecido; alvoroçar, revolucionar; eliminar o bom comportamento ou valores de natureza moral; corromper. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?id=MdaRM>. Acesso em 8 nov. 2022.

⁷ Duda Beat é uma artista brasileira, cantora, influenciadora e que tem um destaque na mídia por discursos como “Toda mulher tem obrigação de ser feminista”, além de músicas que denotam seu engajamento contra o feminicídio. Para além disso, Duda Beat é formada em Ciências Políticas pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

Imagem 18: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

Desta feita, a mulher colocar seu corpo à mostra em um lugar (materialidade) não usual representa a subversão, a fuga dos padrões, corromper os valores sociais e não se condicionar ao que é considerado um “bom comportamento” para as mulheres.

É certo que o foco dessas edições é enaltecer e colocar em evidência as mulheres, mas, para isso, a revista é categórica em utilizar, de forma explícita, a nudez e o corpo para atingir o objetivo editorial do exemplar. Outra publicação que faz uso deste artifício, mas se adequando ao implícito, é o texto presente na matéria que se segue (*Imagem 19*).

Imagem 19: Marie Claire, novembro de 2021



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211031>

A publicação acima está veiculada no exemplar da revista Marie Claire de novembro de 2021, edição anterior às imagens e análises previamente realizadas (*Imagens 17 e 18*), entretanto, é imperativo discutir essa publicação, uma vez que a revista se utiliza novamente do corpo social e físico da mulher para pautar suas reportagens.

A matéria expressa na *Imagem 19* destaca o título “O corpo em evidência” e ressalta que, após a pandemia, as mulheres deixaram de lado as roupas largas e moletoms para novamente se colocarem em destaque, mas o discurso presente na revista promove uma associação da feminilidade à exposição do corpo feminino, já que exalta como ponto de perceptibilidade a exibição do corpo desse sujeito.

Dessa forma, a leitora – público-alvo da revista – facilmente relaciona o lugar de destaque da mulher ao corpo, à nudez e em como a moda também está ligada e é favorável a

um “despir político” – assim como mencionado na matéria em questão –, vez que o material exibido, especialmente nas edições de novembro e dezembro de 2021 nessa revista, explora o corpo da mulher.

Primeiro, há um discurso que evidencia esse corpo físico e desnudo, instiga a fugir das regras pandêmicas, incentivando as mulheres a deixarem o conforto dos moletons e usarem roupas que “valorizem” seus corpos. No mês seguinte, logo na capa, figura uma mulher nua, e o seu sucesso e enfrentamento perante a sociedade são atribuídos ao corpo, ao físico e à beleza externa. É ignorada a intelectualidade do sujeito, seu viés militante, ativo socialmente e que subverte os discursos machistas e patriarcais para dar vez à exposição do corpo. Dessa maneira, ter a liberdade de se mostrar em qualquer ambiente aparentemente é mais subversivo que o pensamento ou a crítica social realizada através de movimentos culturais – como a música –, ou seja, para justificar a insubmissão feminina a revista utiliza de artifícios de exposição e de submissão do corpo e do sujeito mulher.

É certo que os discursos presentes nas revistas influenciam no comportamento de seus leitores, logo, a exibição de um corpo padrão como referência de subversão social incute um condicionamento dos sujeitos a olharem esse corpo como uma meta a ser alcançada.

Consequentemente, tais discursos objetivam e subjetivam os sujeitos, assim como promovem uma normalização dos corpos. Os discursos presentes nessas publicações indicam que, para estarem dentro das normas e se fazerem vistas, as mulheres necessitam se adequar a um padrão, pois até para subverter e “burlar as regras” é necessário se submeter a essas mesmas regras. Trata-se de uma subversão que, na verdade, ao observar a construção dos discursos, está totalmente adequada às regras sociais que utilizam da representatividade das mulheres escolhidas para figurarem despidas na edição aqui referenciada.

As formas de resistência a esses discursos, no que se refere à edição da revista Marie Claire de dezembro/janeiro de 2021/2022, adequam-se ao poder impetrado a esse sujeito. A subversão anunciada nesse exemplar da revista, juntamente com discursos que incentivam a liberdade das mulheres, maquam, deliberadamente, o uso explícito do corpo e da nudez dessas mulheres como artifício que reforça a normalização dos corpos.

Imagem 20: Ana Maria, setembro de 2020

Dieta

Transforme sua casa em um ambiente emagrecedor!

Nutricionista mostra em sete passos como perder peso com medidas simples e eficientes Karla Precioso

Emagrecer rapidamente e controlar o peso sem sofrer com efeito sanfona é, de fato, uma tarefa difícil. De acordo com a nutricionista Karla Pelosi, sua experiência em consultório sempre mostra que: “algo mais” precisava ser feito para que o processo de eliminação de quilos extras fosse duradouro. Foi assim que ela lançou o livro *Magra Para Sempre* (Buzz Editora), onde ensina uma estratégia baseada em sete módulos para você iniciar seu processo de emagrecimento sem penitenciar o corpo. Veja só!

- 1. TRANSFORME SUA CASA EM AMBIENTES QUE AJUDEM A EMAGRECER**

“A primeira coisa é retirar os alimentos sobre os quais você não tem muito controle. O exemplo mais comum são os doces. Diga-me qual finalidade ficar ‘brigando’ com essas guloseimas? É muito mais fácil não ter essas tentações em casa. Não compre o quando as pessoas oferecerem a você, não aceite. Eu brinco: se a pessoa lhe der um doce, se vingue e devolva para ela. É imprescindível que você não tenha à mão, pelo menos no início, comidas que não atrapalhem seu processo de emagrecimento”, orienta a especialista.
- 2. ESCAPE DAS ARMADILHAS NO TRABALHO**

“Se na gaveta do trabalho você tem biscoitos, chocolates, biscoitos, alimentos que você sabe que não vão ajudar no processo de emagrecimento, é hora de fazer um limpa nesse gavetas. Deixe de participar também daquelas vaquinhas de fim de tarde para comprar salgadinhos e refrigerante. Para isso, leve seus lanchinhos e não caia mais em tentação”, ensina.
- 3. NEGOCIE COM AS PESSOAS QUE MORAM COM VOCÊ**

“Seus filhos gostam de bolachas, chocolates, salgadinhos, doces em geral? É importante entender que, se esses produtos não são saudáveis para você, eles também não deveriam fazer parte da rotina alimentar das crianças. Mas elas gostam... Então, nesse caso, negocie com os filhos sobre a quantidade de produtos industrializados que serão comprados e a frequência com que eles poderão ser consumidos. Combinem que esses alimentos deverão ficar num lugar onde você não tenha acesso”, fala Karla.
- 4. FAÇA AS ESCOLHAS CERTAS**

“Pegue papel e caneta, abra seu armário e anote os alimentos que você sabe que podem gerar compulsão ou lhe façam perder a mão (aqueles que não são saudáveis, sabe?). Você pode decidir que, quando eles acabarem, você não irá comprar mais ou, então, doar esses produtos”, indica a nutricionista.
- 5. TENHA ALIMENTOS SAUDÁVEIS**

“Ao ir ao supermercado, à feira ou ao hortifrúti, você deverá optar por alimentos saudáveis. É preciso ter a consciência de que você terá de cozinhar, porque emagrecer não é difícil, é trabalhoso. Para facilitar, é possível fazer um planejamento para a semana, preparando as refeições para cada dia.”
- 6. NÃO SE IMPORTE COM O QUE OS OUTROS VÃO FALAR**

“Você está em um processo de mudança, ao sair a passar não. Pense sempre nisso: quem está mudando os hábitos alimentares e quem está em processo de emagrecimento é você. E não adianta ficar frustrada, porque elas não estão nessa contigo. As pessoas vão lhe criticar e até boicotar seu processo a fim de testar para saber até onde você vai”, afirma a profissional.
- 7. TENHA UMA CONVERSÁ SÉRIA E DECIDIDA**

“Tenha um papo definitivo com aqueles que são importantes em sua vida, mostrando que você está falando muito sério, e explique como se sente por estar acima do peso. Fazendo isso, você tira essa pessoa da posição de sabotadora do seu processo de emagrecimento para trazê-la como auxiliar”, finaliza Karla.

Antes de iniciar qualquer dieta, faça exames médicos e consulte profissionais de saúde e nutricionista. O especialista poderá ajudar a descobrir quantos quilos você realmente precisa perder e oferecer orientações e cardápios seguros e eficientes, de acordo com seu perfil, rotina e objetivos.

Livro Magra Para Sempre
Buzz Editora, R\$ 24,90.

Fonte: <https://a.co/d/32EcjxM>

Partindo para outras referências que se adequam às mesmas questões, temos a publicação da revista Ana Maria, *Imagem 20*, que se empenha em dar dicas de como a mulher, que dentro desse escopo que tem a casa (ambiente interno) como referência e, principalmente por abranger um contingente de mulheres que representam, economicamente, as classes C e D, pode realizar exercícios e, no dia a dia, emagrecer e/ou manter uma forma física que se encaixe, mesmo que minimamente, nas normas.

A revista Ana Maria, mesmo tendo um alcance e público-alvo diferente da revista Marie Claire, utiliza dos mesmos discursos normatizadores, contudo fazendo uso de estratégias adequadas ao seu público, para garantir a normalização dos corpos e induzir as leitoras a se adequarem, através de uma rotina e passos simplificados, a um padrão universal, no Brasil, de comportamento que interfere especificamente no corpo. É por meio desses discursos, que aparecem nas mídias das mais variadas formas, que o sujeito mulher é objetivado “sutilmente” às normas sociais que vão normatizar, normalizar e reger seu corpo físico e trabalhar para que esse sujeito seja subjetivado dentro e adepto a essas normas e leis sociais que se instauram socialmente em relação ao corpo social e, no caso das mulheres, físico.

Imagem 21: Revista GQ Brasil, abril de 2020



Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200402>

Imagem 22: Revista GQ Brasil, abril de 2020 (modo leitura)



Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200402>

É oportuno observar a publicação de abril de 2020 da revista GQ Brasil, uma vez que o exemplar apresenta um apagamento de figuras femininas até a página 72. No que lhe dizem respeito, as páginas anteriores exaltam a masculinidade com títulos como “O mundo de Jerry”, “O chefão fica em casa”, “Emoção na ponta dos dedos”, “O mundo aos seus pés”, para tratar de negócios, carreira, status e carros, por exemplo, e, até esse ponto, todas as referências são masculinas (como pode ser visto no sumário que figura o Anexo 7). E, na matéria intitulada

“Você está cancelado”, a versão digital⁸, lida página por página, destaca a imagem do apresentador Silvio Santos como “capa” da matéria (*Imagem 21*). Já na versão específica de visualização horizontal – modo leitura –, o destaque incide na imagem da cantora Anitta. Todas as fotografias apresentadas estão em preto e branco e com manchas vermelhas em seus rostos para representar o cancelamento digital que é pauta da matéria⁹.

Na versão digital, a fotografia da Anitta é destacada na página seguinte à apresentação da matéria, neste momento o nome de enfoque é ainda o de Silvio Santos, mas a imagem da mulher é posta como referência do texto apresentado, o nome da cantora só é mencionado na página seguinte. Diversos outros sujeitos figuram a lista de “cancelados” como referência da matéria, sendo eles, em sua maioria, homens e correspondendo a celebridades reconhecidas nacionalmente ou subcelebridades, mesmo assim a imagem da cantora Anitta é destaque na matéria.

Mesmo na versão de visualização horizontal, apesar da “capa” apresentar uma figura masculina, a página seguinte traz três personagens femininas. O que representa 42% das fotos relacionadas a essa reportagem. Ainda, é importante observar que no formato digital da revista, na exibição que corresponde à versão impressa, a fotografia em maior destaque nesta matéria apresenta uma mulher (*Imagem 21*). Já na opção de visualização do texto indicada pela revista como “horizontal, mais fácil de ler”, a única representação imagética que ilustra esta matéria apresenta uma figura feminina (*Imagem 22*).

Sendo assim, observando as *Imagens 21 e 22*, é nítido que a figura feminina é tomada como referência da matéria “Você está cancelado”; mesmo que o conteúdo apresentado refira-se majoritariamente a figuras masculinas, a imagem feminina é obviamente utilizada para atrair a atenção do público leitor. O corpo da mulher e o exercício da feminilidade são, então, postos em destaque em uma pauta referente a aspectos negativos dos sujeitos que a figuram.

[Isto posto, o espaço de representação das feminilidades, nesta revista, não é inerente a um olhar discursivamente positivo de seus corpos, pelo contrário, a imagem apresentada no âmbito de sua representação social é negativa e questionadora das posições sociais que assumem em referência ao que é esperado das mulheres enquanto ao papel que devem desempenhar, definido socialmente.

⁸ A assinatura das revistas Marie Claire e GQ Brasil, ambas sob responsabilidade da Editora Globo, possibilitam tanto a visualização de seu conteúdo de forma idêntica à versão impressa, quanto em uma versão indicada como “um fluxo horizontal fácil de ler”, portanto, tendo acesso a estes dois formatos, cabendo a observação das discrepâncias entre um e outro, lançaremos mão da observação dos dois formatos. Cabe ressaltar que, de modo geral, o material de análise faz jus às versões impressas ou digitais idênticas ao material impresso.

⁹ A matéria pode ser visualizada na íntegra, na versão digital da revista, por meio dos Anexos 8, 9 e 10.

Por outro lado, os corpos masculinos são preservados ao terem sua imagem exposta de forma minimizada. O uso de fotografias em menor escala e ocupando um espaço diminuído na matéria, em relação às mulheres, traz efeitos discursivos que estão também na ordem de minimizar os enunciados, o que é dito sobre eles.

No decorrer da matéria, considera-se que o “cancelamento não tem uma eficácia”; de toda forma, a performatividade discursiva operada pela cultura do cancelamento social produz e agencia sujeitos mais preocupados com sua imagem e produtores de discursos que, mesmo fugindo ao que é intrínseco das formas de objetivação e subjetivação às quais correspondem, irão recorrer a uma equipe de promoção midiática que modalize seus discursos e os adaptem ao público, pois esse processo garante a eles visibilidade e renda, por meio de marcas que os patrocinem.

Esse movimento pautado na mídia e em uma sociedade capitalista e patriarcal gera lucros e promove sujeitos que estejam vinculados aos discursos preconizados socialmente. O exercício das masculinidades e das feminilidades possíveis a estes sujeitos são pautados, então, em determinações sociais do aceitável e do não aceitável, sendo eles veículo de influência na subjetivação de outros sujeitos, visto que seus corpos são cooptados, regulados e postos a serviço da manutenção dos lugares sociais a eles determinados.

As contracondutas, nesse ponto, geram o cancelamento, e o dispositivo de gênero, pautado nas normas sociais, opera na regulação, normalização e normatização dos corpos desses sujeitos. O poder disciplinar, então, busca o controle dos corpos, procura mitigar as formas de resistência; assim, o cancelamento social funciona como punição aos sujeitos que subvertem a norma.

Uma questão observável também é que em nenhuma das revistas, masculinas ou femininas, há matérias que tragam o corpo masculino completamente nu – o máximo de exibição é o de modelos com a camisa aberta ou, muito raramente, sem a camisa. Já ao observar as matérias que focalizam a mulher, é perceptível a recorrência, no campo dos enunciados imagéticos, de corpos completamente nus.

Essa estratégia midiática de objetificação do corpo que performa feminilidade busca tanto alcançar um público e gerar interesse dos leitores/consumidores na publicação, garantindo lucro para os veículos de informação, quanto a normalização e normatização dos corpos, uma vez que estes enunciados encontram um campo de possibilidade por, em meio à dispersão, convergirem para um mesmo objeto discursivo e compreenderem uma formação discursiva.

Assim como os casos apresentados nesta pesquisa, observáveis nas *Imagens 17* e *18*, geram um interesse do público em saber mais sobre as personagens que são apresentadas nuas

ou seminuas. Ressaltamos que a matéria em si objetiva tratar a vida profissional e apresenta a artista como quem está “com a carreira em ascensão”; mesmo assim, a publicação faz questão de utilizar o corpo como forma de produzir interesse. Será que uma foto de rosto ou de corpo inteiro vestida não é considerada como suficiente para gerar lucro?

Os veículos midiáticos tratados como *corpus* desta pesquisa colocam o corpo feminino como objeto de interesse e impetram a esses corpos uma forma de chamar atenção e de garantirem as metas mensais de suas publicações. Por sua vez, as revistas destinadas ao público masculino, de uma mesma editora, não apresentam imagens nuas dos sujeitos que figuram nas matérias apresentadas, o nível máximo de nudez é uma camisa aberta, e nenhuma outra revista exhibe o corpo masculino integralmente, além de não apresentarem nenhum material que mencione “o corpo perfeito”, “como estar em sua melhor forma”, alimentos para emagrecer” ou “como conquistar o corpo do verão em 30 dias”. Ou seja, o corpo masculino natural é aceito socialmente sem restrições.

Dentro de uma determinação do que defina a masculinidade, não está incluída a necessidade de fazer dietas, se manter magro etc. O cuidado com a saúde está, portanto, realmente atrelado à saúde de forma integral e não à aparência física, visto que nenhuma das revistas masculinas apresenta dietas mirabolantes que podem prejudicar a saúde de forma geral. Diferentemente do observável nas revistas femininas, pois o objetivo estabelecido quanto ao tema saúde é apresentar formas para que as mulheres sejam magras, sem que haja consideração suficiente à saúde de modo geral, estando as práticas discursivas voltadas para uma exigência socialmente definida.

Isso pode ser observado na relação do material da revista Ana Maria, de setembro de 2020 (*Imagem 20*), que pauta o enunciado “Transforme sua casa em um ambiente emagrecedor”, e a publicação da revista GQ Brasil do mesmo mês e ano (*Imagem 23*), que, ao explorar o exercício da masculinidade, põe como foco a matéria “O que o confinamento fez ao seu corpo”, na qual apresenta dicas e formas de manutenção da saúde física e mental do homem para voltar “ao normal”.

Imagem 23: Revista GQ Brasil, setembro de 2020

02 | VIVER BEM | CORPO

O QUE O CONFINAMENTO FEZ AO SEU CORPO?

A pandemia não atingiu apenas os contaminados pela covid-19. Especialistas apontam as consequências físicas e mentais de seis meses de uma rotina restritiva e o que podemos fazer para voltar ao "normal".
Por Ernesto Xavier
Ilustrações Davi Augusto

Quem poderia imaginar o que aconteceria em 2020? Após o anúncio da pandemia pela OMS em 11 de março, já se passaram quase seis meses. Hábito do ano em confinamento, distanciamento social, trabalho remoto, máscara, medo, videocamêra, horas sentadas, menos espaços, alimentação desregulada, excesso de solidão ou de convivência, fica difícil contabilizar as dores, o peso a mais, as apatias.

Sua saúde está em dia? Aposto que você notou diferenças: na pele, no sono, no humor ou na balança. Mesmo com a rede social gratuita e a aguardada vacina cada dia mais próxima, é importante levar em consideração os problemas que trabalhar, socializar e viver em uma sala de pequenos espaços está causando – e tomar medidas para resolvê-los.

ALIMENTAÇÃO Se a ansiedade faz você comer mais e pior, não se sinta sozinho: "Houve um aumento importante da compulsão alimentar. As consequências têm sido o aumento de peso, insônia, queda de cabelo e oscilação de humor. A longo prazo pode se tratar no formato de doença. Alimentos ricos em açúcares e gorduras geram uma sensação de saciedade mais rápida, levando o organismo a querer consumir cada vez mais alimentos desse tipo", alerta a Dra. Estelha Oliveira, médica nutróloga.

SAÚDE MENTAL Como vai a saúde mental? Alguns problemas podem até não ter surgido (ainda), então é importante preveni-los. "Sintomas tipicamente relacionados a transtornos de ansiedade e transtornos depressivos atingiram os níveis mais significativos durante a pandemia", aponta a psicóloga Beatriz Gusmão. Segundo ela, o isolamento retirou das pessoas a possibilidade de lidar com os problemas: "Esgotou-se a alternativa de deslocar-se no trabalho, ir saída com os amigos e em outros escapes", destaca Gusmão.

Muitos problemas começam na mente e acabam refletindo no corpo. A educadora física Cau Saad diz que somos um todo indivisível: "Existem muitos estudos que afirmam que todas as doenças são de origem do desequilíbrio das emoções e dos sentimentos", diz Saad.

"Procurar psicoterapia pode ser fundamental", alerta Beatriz Gusmão. A pandemia, portanto, fez um galpão para questões já existentes que vinham sendo atizadas.

EXISTE SOLUÇÃO? Para praticamente todos os problemas relacionados à saúde física, terapia e a boa alimentação vão ajudar a solucionar. "Estudos comparativos mostram que uma caminhada de 30 minutos, três vezes por semana e ao longo da 16 semanas tem o mesmo efeito da sertralina (antidepressivo), tanto para altos níveis de ansiedade quanto para o rebalçamento de humor causado pela depressão, e atividade física aeróbica se mostra uma forte aliada", indica a psicóloga Beatriz Gusmão.

Cau Saad completa dizendo que a atividade física é a melhor solução: "Quem não achar um meio de cuidar da saúde será obrigado a arrancar um meio de cuidar da doença, a escolha é sua", finaliza.

HIPOTROFIA MUSCULAR A falta ou diminuição severa de atividades físicas contribuiu para a perda de fibras musculares. Mesmo quem mantém uma rotina de exercícios, a partir de três meses parou de começar a perder tecido muscular de forma significativa. Voltar a malhar é doloroso, não é mesmo? Uma das propostas da dermatologista Dra. Giovanna Moraes é uma série de quatro a seis sessões em um aparelho chamado Erescupid, que faz o equivalente a 20 mil abdominais por sessão, sem que você se mexa. A busca tem sido frequente para quem parou de malhar durante a quarentena e quer recuperar a forma física. "Você faz uma hipotrofia e hipertrofia de células musculares pelas contrações. É ideal para quem já pratica atividade física", diz a dermatologista. Nada substitui os exercícios físicos, mas o Erescupid promete ajudar (e muito).

QUEDA DE CABELO A queda de cabelo causada pelo estresse, chamada de efêvera telôgena, aparece como diagnóstico de pacientes que sofreram com o distanciamento social. "Em uma média de três meses depois cessação de estresse, a pessoa começa a perceber queda de cabelo. Quando você sai em ambiente fechado, vê o rio caindo no banheiro e na escova, sai cal com aquela bolinha branca. Aquilo não é a raiz do cabelo, então deve-se entender a causa. Esta acaba sendo descoberta em uma consulta médica, exames laboratoriais e um anamnese bem feita", aponta a Dra. Maria Angélica, da Clínica Muriel.

PELE Achamos que a pele ficará linda com menos exposição ao sol e à poluição. Ledo engano. Voto o cortisol, hormônio do estresse, e estragou tudo. Isso significa mais inflamação e produção de óleo: "As alterações na pele durante o confinamento foram causadas por dois motivos: hormonal e comportamental. No confinamento, as pessoas ficaram mais tensas e tal estresse influencia a produção do cortisol. Ele pode causar o ressecamento, a secura e a queda precoce de fibras de colágeno", diz o Dr. Alberto Cordeiro, dermatologista à frente da Clínica Horálio.

02 | DE 11 | GQ BRASIL

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200903/page/14>

Enquanto a mulher precisa adaptar sua rotina interna para emagrecer e para a manutenção da sua forma física – um olhar voltado para o atingimento da forma física do corpo das mulheres –, as práticas discursivas acerca do masculino destacam tanto a saúde física quanto a mental, considerando o retorno ao “normal” de forma tranquila. Com esse normal é possível apontar a retomada das atividades externas ao lar, a necessidade de se apresentar bem socialmente, prezando pela imagem de um “homem de sucesso”, visto que a matéria sugere cuidados com o rosto, corpo e mente.

2.3 As relações de gênero no Brasil

Em uma breve contextualização histórica, e tomando como base as problematizações e colocações de Alves e Pitanguy (1991), entendemos que a participação da mulher na sociedade com atividades extra domésticas, em um contexto mundial, é permitida inicialmente apenas para suprir e garantir o sustento e sobrevivência de seus filhos durante os períodos de guerra,

uma vez que os homens, por estarem cumprindo com suas obrigações relacionadas ao militarismo, não se faziam presentes para garantir o sustento da casa e, portanto, nesses momentos, as mulheres precisavam assumir o trabalho extra doméstico para garantir a manutenção do lar. Desde essas incorrências, as mulheres começam a ter uma participação nas forças de trabalho.

Existe um esforço das mulheres na busca de seus direitos, no entanto, sempre houve uma determinação social das diferenças entre homens e mulheres que se justificavam pelos discursos religiosos, filosóficos, médicos etc., que serviam para legitimar a inferioridade “natural” das mulheres. Para Tedeschi (2012, p. 123):

Esses discursos recorrentes exerceram influência decisiva na elaboração de códigos, leis e normas de conduta, justificando a situação de inferioridade em que o sexo feminino foi colocado [...] assim, a desigualdade de gênero passa a ter um caráter universal, construído e reconstruído numa teia de significados produzidos por vários discursos, como a filosofia, a religião, a educação, o direito etc. Perpetuando-se através da história, e legitimando-se sob seu tempo.

Convencionou-se que caberia às mulheres o espaço privado, o lar, a maternidade, a incumbência da criação e educação dos filhos, e, aos homens, o espaço público e tudo que se correlaciona a esse espaço. Com isso, as diferenças entre homens e mulheres na sociedade são sinônimas de desigualdades.

Ao considerar essas questões, fica evidente que a relação entre os gêneros está para além da atualidade e vem se firmando e se reafirmando discursivamente por séculos. Dessa forma, as imagens que servirão como *corpus* de análise desse tópico fazem jus a pensar, refletir e analisar como as relações de gênero estão postas nas revistas que constituem o material analítico desta pesquisa, sendo assim, os enunciados reunidos que contemplam a temática explorada nesse tópico são apresentados e discutidos abaixo.

2.3.1 – As relações entre gênero e carreira

Imagem 24: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022

APRESENTAÇÃO vivo

Mulheres e carreira: o equilíbrio é possível

Conheça as iniciativas promovidas pela Vivo para que suas colaboradoras se sintam seguras e confiantes em todos os momentos da jornada profissional

Nunca se falou tanto em empoderamento feminino, um movimento que vem dando mais força e voz para as mulheres dessa e das próximas gerações.

Nos relacionamentos, no gestão das finanças, na construção da carreira e em diversas outras áreas elas hoje contam com mais liberdade e oportunidade para fazer suas próprias escolhas. Sim, as conquistas são muitas e bastante expressivas, mas ainda há um longo caminho pela frente até que finalmente a equidade de gênero seja alcançada.

Se de um lado as mulheres estão mais desestruturadas a compreenderem seus espaços, de outro a sociedade vem se conscientizando sobre a importância de dar destaque a esses temas e, mais ainda, de estimular os vários setores para que juntos promovam essa transformação.

Nesse sentido, muitas empresas têm se preocupado em oferecer mais oportunidades para que as mulheres se realizem profissionalmente. A Vivo, por exemplo, tem promovido uma série de ações para apoiar e incentivar suas colaboradoras na construção de suas carreias, seja ampliando a representatividade feminina em cargos de liderança e promovendo a equidade de gênero dentro da companhia, seja apoiando-as durante a gestação e no retorno da licença parental ou até mesmo ajudando-as a se sentirem mais autogeridas e seguras na vida profissional.

"Somos uma empresa diversa, inclusiva e estimulamos um ambiente livre de preconceitos, para que as colaboradoras desenvolvam o máximo de seu potencial e vivam suas propostas pessoais dentro da organização", conta Marina Danz, diretora de Marca e Comunicação da Vivo e também speaker do Pilar de Gênero do Programa de Diversidade da companhia. Ela salienta que, além das campanhas e ações internas, a empresa tem estimulado a discussão junto com a sociedade, convidando as pessoas a pensarem sobre o espaço das mulheres em diferentes contextos.

OLHAR AMPLIO PARA A IGUALDADE DE GÊNERO

Neste ano a Vivo se dedicou às campanhas que valorizam a autonomia das mulheres nas suas escolhas e, durante os jogos olímpicos, por exemplo, lançou um movimento para destacar a diferença de espaço entre homens e mulheres na cobertura esportiva (veja na foto). "Também seguimos investindo no patrocínio da seleção brasileira feminina de futebol, assim como lançamos o patrocínio de um espaço dedicado às mulheres para a prática de esportes. Tudo isso para dar continuidade ao compromisso que a Vivo tem, como um todo, com a promoção da equidade de gênero e com a valorização das mulheres", explica Marina.

"Entendemos que carreira e maternidade não são conflitantes e sim podem coexistir de forma positiva na jornada de uma mulher"

MARINA DANZ, DIRETORA DE MARCA E COMUNICAÇÃO DA VIVO

UM PARADIGMA DA EQUIDADE DE GÊNERO DA VIVO:

- 42% do quadro de liderança da empresa é ocupado por mulheres.
- 30% de líderes mulheres em nível geral, sendo 26% diretoras e 34% em nível gerencial.
- o meta global é de chegar 30% de mulheres em cargos diretos até final de 2021.
- 25% do quadro do Conselho de Administração da Vivo é ocupado por mulheres.

Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

Imagem 25: Marie Claire, dezembro/janeiro de 2021/2022

ANALISANDO POR **vivo** ✨

Profissão de mulher é a que ela quiser

Através do Programa Mulheres em Áreas Técnicas, Vivo amplia o acesso de mulheres a funções tradicionalmente exercidas pelos homens

Na cultura do empoderamento feminino, um tema que tem ganhado destaque à a importância de quebrar paradigmas para que a mulher possa exercer a atividade que deseja, livre de barreiras e limitações.

Para atingir isso e atingir seus sonhos, empresas aliadas das agências de diversidade e inclusão vêm se mobilizando para ampliar as oportunidades em profissões tradicionalmente consideradas masculinas. Fisicista, arquiteta, piloto de avião: tantas outras funções podem ser desempenhadas por quem assim quiser, não importando o gênero.

A Vivo, por exemplo, conta com o Programa Mulheres em Áreas Técnicas, lançado em 2019 para impulsionar a presença feminina na área de Serviços ao Cliente. A iniciativa tem como foco ampliar a representatividade feminina em uma área que até o final de 2018 era 99% masculina.

"Nosso programa hoje conta com mais de 200 colaboradoras nosas fronteiras de áreas técnicas, e é consequentemente, também, mobilizar os aliados que trabalham com a Vivo a iniciarem projetos para a contratação de mulheres em seus quadros. É muito importante mobilizar toda a sociedade para que esse movimento acelere de forma sólida e acelerada", afirma Niva Ribeiro, VP de Pessoas da Vivo.

LIVRE PARA SER QUEM ELA QUISER
Através deste programa da Vivo, o reparo e a instalação, atividades que antes eram desempenhadas exclusivamente por profissionais do gênero masculino, agora chegam também por elas. Sim, elas carregam escadas, sobem nos postes, e até mesmo orçalla. E seu foco é um passo enorme em direção à equidade?

A repassadora Jéssica Vitorino Zevati é uma das 14 pioneiras do projeto e trabalha como repassadora da Vivo. Ela conta que no primeiro momento, quando o cliente se depara com uma mulher para executar o serviço, a reação é geralmente de surpresa e desconforto. "Mas depois que conversamos com o cliente, é muito bacana ver o exposto de satisfação por termos prestado um bom serviço".

E, para quem sonha em trilhar o mesmo caminho da Jéssica e trabalhar em uma área técnica, ela aconselha: "Supere seus próprios preconceitos, porque não existe mais trabalho de homem ou de mulher. Semem ramos profissionais".

PROGRAMA MULHERES EM ÁREAS TÉCNICAS
Criação a essa iniciativa a Vivo conta, hoje, com mais de 200 mulheres nosas fronteiras, e a meta é chegar a 500 até o final deste ano. Para alcançar esse resultado, a companhia lançou em junho deste ano mais uma etapa do programa, com a abertura de mais 100 vagas em 20 cidades de 15 estados: São Paulo, Alagoas, Piauí, Paraíba, Sergipe, Ceará, Rio Grande do Norte, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Minas Gerais, Goiás, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A ação começou com uma live virtual para as interessadas, e contou com a participação de profissionais da área falando de suas experiências e esclarecendo dúvidas sobre a função. Através dessa e outras iniciativas voltadas à equidade de gênero, a Vivo se firma como uma das melhores empresas para a mulher trabalhar.

PROTEGIDO POR 

Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

A edição da revista Marie Claire de dezembro/janeiro de 2021/2022 – cujos conteúdos apresentamos em parte por meio das *Imagens 24* e *25*¹⁰ –, tem muitos artigos e entrevistas que tratam de mulheres que são líderes nos seus locais de trabalho e ocupam cargos de destaque em empresas grandes do país.

Apesar de exibir e apresentar essas mulheres como referência de subversão aos padrões socialmente estabelecidos (lembrando que a capa e várias outras páginas iniciais dessa edição da revista se dedicam a esse assunto), é inevitável observar que o conteúdo da revista, em

¹⁰ As imagens ampliadas, para que seja possível a leitura das matérias, correspondem aos Anexos 11 e 12 desta pesquisa.

aspectos gerais, indica e inclui nas questões referentes à representatividade das mulheres, no ambiente externo ao lar, um lugar e uma necessidade de conciliação, de reforçar que as mulheres não precisam escolher entre um lugar e outro, pois está dentro da possibilidade cumprir com o papel de ser mulher socialmente e com o desejo de se inserir no espaço externo ao lar.

Os discursos evidenciados em todas essas edições exaltam a mulher em um local de privilégio e destaque, entretanto, concomitantemente, o trabalho da casa e o cuidado da família (marido e filhos) tornam-se presentes nesses textos, matérias e entrevistas. Especificamente nas entrevistas há sempre o questionamento de como essas mulheres conseguem aliar o trabalho externo, a carreira e se manter em cargos de lideranças – ou seja, fazer bem e se destacar positivamente no trabalho extra doméstico – com a lida das atividades domésticas. Assim, o que, aparentemente, trazia a exaltação do espaço e lugar alcançados por essas mulheres, reverbera nas lutas e obstáculos múltiplos que prejudicam a ascensão efetiva das mulheres a um outro lugar na sociedade, enquanto cumprem com o papel que a elas foi determinado há anos.

Para as mulheres das classes B e C, não há ainda, nos discursos apresentados nas revistas Ana Maria e Claudia, possibilidade de se desvincular desse espaço privado que está ligado ao lar, não há distanciamento ou observância do fato de que elas podem ter, ou não, decidido não ocupar esse espaço privado, não ter marido ou filhos, e que podem se dedicar integralmente às suas carreiras, como é comum para os homens (mesmo aqueles que estão casados e com filhos possuem, socialmente, liberação e aval quase que universal para cuidarem de si e de suas carreiras, sem ter a preocupação intrínseca de atuarem no espaço interno e com a lida das questões domésticas).

Em relação à revista Marie Claire, há, em suas publicações, uma consideração do campo social externo que coloca o feminino como executor das relações de poder e não só no âmbito da resistência, mas sem deixar de atribuir ao campo da feminilidade as tarefas relativas ao cuidado do lar e à exigência da maternidade como inerentes a esses sujeitos, sendo assim, a decisão por não maternar é dada, discursivamente, como escolha por uma carreira de sucesso, enquanto aos homens é oportunizado socialmente conciliar altos cargos com a paternidade.

Dessa forma, também fica latente a questão da sobrecarga das mulheres na sociedade, pois acumulam tarefas. Para elas não há, socialmente, a escolha de deixar a cargo de outrem as atividades da casa. Caso assumam um lugar externo e busquem ascensão em suas carreiras, ainda serão cobradas por estarem ou não atendendo às demandas do papel social a elas impetrado. Essa questão é foco de várias pesquisas, matérias e reportagens que corroboram na apresentação de dados que auxiliam na visualização dessa sobrecarga. A CNDL (Confederação

Nacional de Dirigentes Lojistas) publicou uma reportagem, assinada por Fernanda Peregrino, em que constata que

As brasileiras precisam dar conta, muitas vezes sozinhas, do sustento dos filhos e da casa, do trabalho doméstico e das refeições. Segundo o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, quase metade das casas brasileiras são chefiadas por mulheres, ou seja, são 34,4 milhões de domicílios que têm mulheres como responsáveis financeiras. Além de trabalhar fora para sustentar casa e família, elas gastam, em média, mais de 61 horas por semana em atividades não remuneradas, segundo estudo da Think Olga (TO), a partir de dados do IBGE. É a famosa “dupla” ou “tripla” jornada de trabalho. “Um esforço que equivale a 11% do PIB – Produto Interno Bruto”, registrou a TO, em seu relatório. (Peregrino, 2022, s/p).

Além dessa consideração, a matéria veiculada pela CNDL considera ainda que:

Temos uma crescente participação feminina na força de trabalho, o que impacta na necessidade de equilíbrio entre homens e mulheres quanto às responsabilidades binárias. Porém, a participação masculina nas demandas familiares não tem evoluído na mesma medida cultural. “Esse desencontro acaba gerando sobrecarga para as mulheres, que ainda são as maiores responsáveis pelo cuidado de familiares e nas atividades domésticas”, explica Julia Piccolomini, líder de Diversidade e Inclusão na Hash, plataforma que oferece soluções financeiras para empresas. Desta quantidade de horas, 21,4 horas foram dedicadas exclusivamente para cuidar de familiares e serviços domésticos. “O trabalho de cuidados não pago das mulheres equivaleria a US\$ 10,8 trilhões. Apenas quatro economias no mundo ficariam acima desse valor”, acrescentou a Think Olga. (Peregrino, 2022, s/p).

Os dados elencados acima traduzem a realidade da jornada das mulheres que almejam uma consolidação de suas carreiras. Ao colocar em voga essa temática, a edição comercializada revela uma romantização da jornada dupla/tripla da mulher.

Os textos da edição de dezembro/janeiro de 2021/2022 da revista Marie Claire trazem duas matérias intituladas “Mulheres e carreira: o equilíbrio possível” (*Imagem 24*) e “Profissão de mulher é a que ela quiser” (*Imagem 25*) que remontam “frases” utilizadas por grupos feministas há anos. A nova aparição e ressignificação dos discursos que versam sobre o espaço/lugar que a mulher pode e deve ocupar incentiva outras mulheres a fazer o exercício de conscientização acerca dos lugares que podem ocupar, revela o condicionamento desse sujeito aos papéis sociais que regulam, cerceiam e moldam, no intuito de formar sujeitos e corpos dóceis, suscetíveis à adaptação. Para atenuar a questão, essas matérias são patrocinadas, ou seja, feitas com intuito de promover uma marca.

Nesse sentido, o subtítulo “Conheça as iniciativas da VIVO para que suas colaboradoras se sintam seguras e confiantes em todos os momentos da jornada profissional”, que está

presente na *Imagem 24*, afirma que a sociedade e as condições das mulheres tendem a deixá-las inseguras profissionalmente. Ao mesmo tempo, suscita um discurso que reafirma o fato de que ser mulher traz consigo outras obrigações e que, apesar disso, a mulher ainda pode conciliar o “ser mulher” com uma vida externa às suas obrigações dentro do lar.

As matérias destacam que maternidade e carreira, na vida da mulher, não são conflitantes – em 2021 é também um exercício de validação do lugar social ocupado pela mulher. Sua carreira permanece atrelada às responsabilidades referentes à maternidade, à família, ao cuidado da casa, ou seja, aos trabalhos “do lar”, ao espaço privado. Não possuem ainda o seu trabalho externo à casa reconhecido de forma universal e constantemente são cobradas e questionadas sobre sua capacidade de conciliar seu papel social como mulher com o desejo referente a ocupar outros espaços.

Imagem 26: GQ Brasil, fevereiro de 2021

OS INFLUENCIADORES DO CONHECIMENTO

OS NEGACIONISTAS QUE LUTEM; COM LUCIDEZ, REPERTÓRIO E CARISMA, DIVULGADORES CIENTÍFICOS E PENSADORES ESTÃO CONQUISTANDO SEGUIDORES, ENGAJAMENTO E ATÉ #PUBLIS NAS REDES SOCIAIS E FORA DELAS. ALGUMAS VEZES, PORÉM, SEUS HATERS ESTÃO NAS PRÓPRIAS UNIVERSIDADES

Por **ALESSANDRA MEDINA** Fotos **PAULO VITALE** Edição de Moda **THIAGO FERRAZ**

Fonte: <https://banca.claro.com.br/#/content/?contentId=91384>

Em contrapartida, exibimos uma matéria da Revista GQ Brasil, da edição de fevereiro de 2021, cuja página inicial é referenciada através da *Imagem 26*¹¹ e que conta com um total de

¹¹ A matéria completa pode ser conferida nos Anexos 13 a 18.

10 páginas, sendo uma das mais extensas publicizadas nesta revista, composta tanto por textos dos editores, quanto por partes de entrevistas realizadas com os personagens foco da matéria e pela representação fotográfica das personalidades que compõem o material. Intitulada “Influenciadores do conhecimento”, aborda e discute questões relacionadas à ciência e à difusão do conhecimento.

A reportagem, em resumo, traz entrevistas, fotos e enunciados sobre diversos influenciadores, a saber, Gabriela Prioli, Djamila Ribeiro, Hugo Fernandes, Ronaldo Lemos, Natália Pasternak, Thiago Amparo e Sabine Righetio.

A matéria em questão conta com a participação majoritária de mulheres e não há nenhuma referência à família, casa ou filhos, o que pode ser justificado pelo fato de que as práticas discursivas acerca destes aspectos não fazem jus aos interesses do público-alvo desta revista, ou seja, a menção feita a mulheres ocupantes de espaços de destaque social reflete as práticas discursivas inerentes aos leitores desta revista.

Os assuntos acima relacionados não se constituem como enunciados possíveis a tal materialidade, uma vez que os sujeitos a serem alcançados não seriam contemplados, o que faz com que entendamos que as escolhas enunciativas de cada uma das revistas aqui mencionadas atuam na construção midiática de discursos que incluam os sujeitos em práticas discursivas que os subjetivem.

Compreende-se, então, que nesse veículo, que é destinado aos homens, o mais importante é pensar e discutir a disseminação do conhecimento, e que, portanto, questões relacionadas ao ambiente privado e doméstico não são do interesse desse público. Dessa forma, as mulheres são entrevistadas apenas com foco nas suas carreiras, já que o questionamento sobre como lidar com carreira e família não seria pertinente nesse veículo que tem como público-alvo homens das classes A e B.

O apagamento que ocorre nas revistas voltadas para o público masculino desse lugar interno do qual a mulher é responsável e que sempre está presente nas páginas das revistas que tem como foco um público feminino revela e contribui significativamente para discutir os papéis sociais impostos a esses sujeitos.

Ao refletir sobre esses espaços ocupados pelas mulheres e qual o lugar social definido aos homens no que tange à paternidade e à família, trazemos, em seguida, algumas matérias, veiculadas nas revistas foco desta pesquisa, que foram publicadas especialmente em comemoração ao Dia dos Pais e ao Dia das Mães.

2.3.2 – *Um olhar sobre maternidade e a paternidade nas revistas*

Todas as revistas aqui postas como materialidade analítica de discursos que reverberam uma determinação dos papéis sociais acerca do exercício das feminilidades e masculinidades, sendo elas as revistas Marie Claire, Claudia e Ana Maria, destinadas ao público feminino, e as revistas GQ Brasil e L'Officiel Hommes Brasil, que buscam atingir um público masculino, realizaram publicações voltadas especialmente às comemorações referentes ao Dia das Mães e ao Dia dos Pais, sendo estes comemorados, no Brasil, respectivamente, no segundo domingo de maio e no segundo domingo de agosto.

Neste tópico, apesar da questão acima apontada, nos ateremos de forma majoritária a analisar os discursos presentes nas publicações da revista Ana Maria, nestas datas. Esta revista, particularmente, mesmo assumindo foco no atingimento de um público leitor feminino, realiza anualmente nas suas edições de maio e de agosto uma publicação especial dedicada ao Dia das Mães e ao Dia dos Pais.

Imagem 27: Ana Maria, 04 de agosto de 2023

anamarca.uol.com.br

a semana em

Ana Maria

EDIÇÃO ESPECIAL
MÊS DOS PAIS

**SAI FORA,
BARRIGA!**

Atitudes simples ajudam a diminuir a gordura abdominal

Calvície e queda capilar

Tratamentos e cuidados capazes de prevenir os problemas

**FINANÇAS
sem sufoco**

5 PASSOS para sair do vermelho de uma vez por todas!

COLUNA TININDO
A ESCOLHA CERTA DO COLCHÃO E DO TRAVESSEIRO EVITA DORES E DESCONFORTO

**ADOLESCENTES:
saiba entendê-los**

Psicóloga orienta como compreender e lidar bem com os jovens nessa fase

Dalton Vigh

Toda sabedoria usada visando ao desenvolvimento de alguém é um gesto de amor. E a idade, que por si só nos traz experiência, auxilia no processo

O ATOR FOI PAI AOS 52 ANOS – MOMENTO DA VIDA MUITO PROPÍCIO, SEGUNDO ELE, QUE GARANTE: OS APRENDIZADOS DA MATURIDADE SÓ AGREGAM À EDUCAÇÃO DOS FILHOS

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamarca/dalton-vigh/>

Imagem 28: Ana Maria, 04 de agosto de 2023

Recadinho da redação

Paternidade em sua melhor hora

O semblante sério dura pouco. Basta Dalton Vigh falar sobre os filhos e o sorriso logo estampa seu rosto. Com relação ao avançar do tempo, ainda tira sarro: “De sério só tenho a aparência mesmo, sempre brinquei com eles [Arthur e David]. Quando eram bebês, no cercadinho; quando começaram a andar, brincávamos de pega-pega na sala. Depois, veio a fase de super-heróis, e eu era o vilão, ‘apanhava’ sempre [risos], fala em entrevista à **AnaMaria**. A paternidade chegou em sua vida aos 52 anos (ele também se diverte dizendo que foi na idade de ser avô) – momento propício, segundo o ator, já que os aprendizados da maturidade só agregam à educação dos meninos. “Toda sabedoria usada visando o desenvolvimento de alguém é um gesto de amor, e sempre será benéfica. A idade, que por si só traz também experiência de vida, ajuda no processo”. É isso. A paternidade tardia envolve um recomeço numa fase da existência em que muita gente está desfrutando a vida adulta sem amarras. Mas, a experiência que se desenrola no auge da maturidade contém uma riqueza especial: um amor mais maduro, uma segurança ímpar e uma consciência imbatível. Beijos e boa leitura.



O sonho é que leva a gente para frente. Se a gente for seguir a razão, fica quietado, acomodado.
Ariano Suassuna



Karla Precioso

A PALAVRA DA VEZ

Paradigma

Um exemplo de algo que vai servir de modelo; um padrão a seguir.

Veja como usar na seção *A Palavra do Papa Francisco*



FOTO DE CAPA: MICHAEL WILLIAN

FALE COM A GENTE

(11) 2197-2179, de 2ª a 6ª, das 10h às 16h

Cartas
Av. Eusébio Matoso, 1.375, 5º andar, Butantã, CEP 05423-180, São Paulo/SP, Brasil

E-mail
anamaria@maisletor.com.br

Site
anamaria.uol.com.br

Site receitas
anamariarecetas.com.br

SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS

Instagram.com /revistaanamaria

Facebook.com /revistaanamaria

Instagram.com /_anamariarecetas

Facebook.com /AnaMReceitas

Twitter.com /revistaanamaria

YouTube.com /TVRevistaAnaMaria

Podcast - Spotify: AnaMaria - Editora Perfil

Para anunciar em AnaMaria: Telefone (11) 2197-2000 | E-mail: publicidade@editoracaras.com.br

Venda de Conteúdo: para direitos de reprodução dos textos e imagens de ANAMARIA, e-mail: licenciamento@caras.com.br; arquivo@caras.com.br

anamaria.uol.com.br

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamaria/dalton-vigh/>

Nos exemplares dedicados ao Dia dos Pais (*Imagens 27 e 28*), é visível uma mudança temática da revista. Enquanto as matérias que são publicadas regularmente focam na família e em assuntos voltados à manutenção e presença da mulher no lar, a edição dedicada ao Dia dos Pais, logo na capa, dá ênfase a matérias voltadas para as finanças e propõe discussões sobre os benefícios da paternidade após os 50 anos – questão esta que seria altamente desqualificada e julgada caso o foco fosse a mulher, uma vez que existe uma definição social e científica que assevera riscos sobre a maternidade após os 35 anos. Em texto escrito pelo médico especialista em ginecologia e obstetrícia, Lucas Yago Shuguehara Yamakimi¹², o qual o profissional afirma que:

[...] O mercado de trabalho torna o crescimento profissional uma tarefa de dedicação integral. A mulher precisa ser a profissional ideal, a amiga ideal, a companheira ideal. E, se por um lado ela é o suporte da família, por outro se vê obrigada a postergar a gravidez. [...] Sabemos que os óvulos não se multiplicam após o nascimento e seu número só reduz com os anos, até se esgotarem. [...] Portanto, quanto maior a idade, menor a quantidade e pior a qualidade dos óvulos. [...] Sabemos que quanto maior a idade, pior a qualidade dos óvulos e, portanto, maior o risco de abortamento e de doenças genéticas. Citamos o exemplo da Síndrome de Down: enquanto mulheres com 30 anos de idade têm risco aproximado de 1/800, mulheres com 40 têm risco de 1/100, ou seja, cerca de oito vezes mais.

Enquanto isso, na publicação da revista Ana Maria apresentada na *Imagem 27*, uma das manchetes destacadas na capa é a afirmação do autor de que ser pai aos 52 anos é “um momento muito propício” e que “os aprendizados da maturidade só agregam à educação dos filhos”. Para além dos enunciados apresentados na capa da publicação em questão, na construção discursiva da matéria que figura na parte interna da revista, referente ao que é previamente colocado, o enunciado principal referente à manchete da capa está posto da seguinte forma: “Paternidade em sua melhor hora” (*Imagem 28*), e no texto que se segue há uma consideração sobre o ator Dalton Vigh, personagem de destaque dessa matéria, divertir-se ao mencionar que foi pai na idade de ser avô.

Objetivamente, enquanto a decisão do homem em assumir o lugar de pai na maturidade é posto em destaque de forma positiva, para a mulher existem determinações que indicam uma idade limite para engravidar, como mencionado anteriormente, de preferência, no máximo aos 35 anos. Sendo esse mais um fator que privilegia a vida social e ascensão profissional do

¹² Yamakami, Lucas Yago Shuguehara. *Até que idade é seguro a mulher engravidar*. Disponível em <https://www.minhavidade.com.br/materias/materia-8457>. Acesso em 15 jun. 2023.

exercício das masculinidades, uma vez que a dedicação à carreira e à ocupação dos espaços sociais externos, de liderança, são designados aos homens.

Não há limitação de idade para que os homens tenham filhos e assumam todas as responsabilidades advindas da paternidade, o que faz com que seja normalizado que os sujeitos do sexo masculino que iniciem uma carreira profissional aos 30 tenham livre direito de escolha do momento em que terão filhos, facilitando, assim, um tempo maior de dedicação à própria carreira e à ascensão profissional.

Ao mesmo tempo, uma mulher que inicie sua carreira profissional aos 30 terá, no máximo, 5 anos para se estabelecer profissionalmente, sendo, mesmo nesse período, cobrada e pressionada socialmente a ter filhos.

Após os 35 anos as cobranças intensificam-se significativamente. Além disso, a sociedade se encarrega de julgar e desqualificar a mulher, pois não ter filhos é uma subversão da natureza feminina. Ou seja, mesmo com todos os avanços e modificações estruturais da sociedade, a desvinculação dos papéis sociais masculinos e femininos vigentes no século passado se mantém. Uma mulher que não tem filhos é invalidada socialmente, tida como aquela que não cumpriu com seu papel social, e sua feminilidade é questionada por não corresponder às expectativas sociais impetradas a essas mulheres desde o nascimento.

Dessa maneira, os homens ocupam as melhores posições sociais e profissionais, pois têm mais tempo para se dedicarem exclusivamente a esses lugares. Questão essa perpetuada há séculos e que tende a se manter em vigência já que as muitas esferas sociais corroboram para a continuidade de uma sociedade patriarcal que permite aos homens um acesso facilitado às esferas de poder, ao mesmo tempo em que incute às mulheres os locais privados. Uma sociedade que imputa os espaços externos e de visibilidade como intrínseco aos homens e, à mulher, os cuidados do lar – inicialmente dos pais, passando para os cuidados direcionados ao marido, aos filhos, e de todas as questões referentes à manutenção do lar.

Portanto, o exercício das masculinidades abarca intrinsecamente práticas discursivas que não visibilizam o exercício da paternidade, do cuidado e da criação dos filhos. Os sujeitos que ocupam estes espaços, principalmente no que tange às práticas discursivas pontuadas nas revistas e tomadas como material analítico desta pesquisa, não são tidos, socialmente, como responsáveis por questões referentes ao cuidado e tratamento internos do lar, sendo postos referencialmente como mantenedores financeiros desse ambiente interno.

O gênero de nascimento define as incumbências de toda uma vida. E aqui é necessário salientar que as definições sociais das masculinidades e feminilidades atingem todos os sujeitos. Isto posto, mesmo nas relações homoafetivas há, socialmente, uma necessidade de definição

sobre a posição ocupada pelos sujeitos. Sempre aparecem questionamentos referentes a quem é “o homem e a mulher” da relação; sendo assim, mesmo nas relações homoafetivas, há uma necessidade de indicação dos papéis assumidos, sendo identificados pelas tarefas realizadas. O sujeito que se dedica mais aos cuidados do lar é tido como a mulher da relação e aquele que está mais presente na sociedade, que tem mais foco nas atividades externas ao lar, é entendido como “o homem” da relação (mesmo em relações entre dois homens, duas mulheres ou de sujeitos que se identifiquem como agêneros, não binários etc.).

Em seguida, apresentamos os enunciados presentes na edição da mesma revista, Ana Maria, também no ano de 2023, agora sobre o Dia das Mães (*Imagens 29 e 30*).

Imagem 29: Ana Maria, 11 de maio de 2023



Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamaria/day-mesquita/>

Imagem 30: Ana Maria, 11 de maio de 2023

Recadinho da redação

A mulher mais especial de todas

Day Mesquita deu à luz Dom e fala: “Esse poder que nós, mulheres, temos de gerar um bebê é de uma potência inexplicável, e seria impossível não se sentir transformada com essa experiência”. Muita coisa nela mudou depois da maternidade e o que, antes, era mais importante, hoje perdeu um pouco o protagonismo. Já outras, ganharam mais força. “Ser mãe ressignifica tanto a vida... A gratidão foi algo que potencializou em mim. Sim, Day está transformada e feliz, mas reconhece que questionamentos e culpa também acompanham esse momento sublime: “A gente quer o melhor para os nossos filhos, mas nem sempre sabemos como seria a melhor forma. Sei que buscando acertar, vou errar bastante. Mesmo essa culpa estando presente, um bom caminho é se perdoar, entender que o melhor que podemos fazer está sendo feito. A criação de um filho é um processo constante de aprendizado. O olhar de amor deve fazer parte do processo”. Grande inteligência de mãe! É por isso que preparamos uma edição totalmente dedicada à mulher mais especial de nossa vida. Todas as homenagens são poucas para as mães, não é mesmo? Boa leitura.



Karla Precioso

A PALAVRA DA VEZ

Cristão de verniz

Aparência de refinamento que dá às ações e maneiras de alguém um tom de cortesia.

Veja como usar na seção *A Palavra do Papa Francisco*



FOTO DE CAPA: L. A. FOTO ESTÚDIO

FALE COM A GENTE

(11) 2197-2179, de 2ª a 6ª, das 10h às 16h

Cartas: Av. Eusébio Matoso, 1.375, 5º andar, Butantã, CEP 05423-180, São Paulo/SP, Brasil

E-mail: anamaria@matseitor.com.br

Site: anamaria.uol.com.br

Site receitas: anamariarecetas.com.br

SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS

Instagram.com: [/revistaanamaria](https://www.instagram.com/revistaanamaria)

Facebook.com: [/revistaanamaria](https://www.facebook.com/revistaanamaria)

Twitter.com: [/revistaanamaria](https://twitter.com/revistaanamaria)

Instagram.com: [/_anamariarecetas](https://www.instagram.com/_anamariarecetas)

Facebook.com: [/AnaMReceitas](https://www.facebook.com/AnaMReceitas)

YouTube.com: [/TVRevistaAnaMaria](https://www.youtube.com/TVRevistaAnaMaria)

Podcast - Spotify: [Ana Maria - Editora Perfil](https://open.spotify.com/show/revistaanamaria)

Para anunciar em Ana Maria: Telefone (11) 2197-2000 | E-mail: publicidade@editoracaras.com.br
 Venda de Conteúdo: para direitos de reprodução dos textos e imagens de ANAMARIA, e-mail: licenciamento@caras.com.br; arquivo@caras.com.br

anamaria.uol.com.br

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamaria/day-mesquita/>

A edição do Dia das Mães de 2023 da revista Ana Maria põe foco na potência e no valor de gerar e dar à luz a uma criança, o que corrobora os discursos que definem a importância de a mulher ser mãe. Na capa dessa edição (Imagem 29), todo lado esquerdo põe foco em outras questões, como maquiagem – “Acerte no tom da base” –, estética – “Livre do efeito sanfona” –, sendo essa a pauta que aparece em maior destaque na capa da revista, e empreendedorismo

– “Doces Caseiros *versus* dindin no bolso” –, que, apesar de tratar de questões financeiras e dar dicas para alavancar um negócio, associa a atividade geradora de remuneração a atributos que já são, socialmente, designados à mulher. Nesse caso em especial, na capa da revista, cozinhar e vender doces (associando a presença da mulher no ambiente doméstico a usar o tempo ocioso para produção de doces e como gerar uma fonte de renda partindo dessa possibilidade) associa-se a quatro outras distintas matérias, enquanto que o lado direito da capa dá visibilidade a duas reportagens que são voltadas exclusivamente para a maternidade.

Ao observar essas publicações das *Imagens 27, 28, 29 e 30*, e sabendo que as informações contidas nas capas servem para chamar a atenção e gerar interesse do público-alvo em adquirir o exemplar, é notável a diferenciação dos papéis sociais exercidos por homens e mulheres no Brasil.

A publicação especial que contempla o Dia dos Pais se preocupa com assuntos ligados às finanças, à possibilidade de se tornar pai em uma idade mais avançada e tem aclamada, respeitada e entendida tal decisão, pois a paternidade tardia é justificada pela vontade do homem em atingir objetivos pessoais quanto ao *status* social e profissional. Com isso existem, quase que inconscientemente, a permissão de escolha masculina quanto a assumir uma família e a aceitação das escolhas realizadas por esses sujeitos.

Por sua vez, a edição da mesma revista dedicada ao Dia das Mães apresenta discursos que reforçam a importância e necessidade em ser mãe. Ao mesmo tempo que, na capa, não se percebe um foco unilateralizado na maternidade (como há nas edições de Dia dos Pais), logo na página 2 (*Imagem 30*) há o “recadinho da redação” da revista, que informa a temática da edição sendo definida como: “Dedicada à mulher mais especial de nossas vidas”, inferindo, assim, uma importância essencial à figura da mulher/mãe, visto que o uso da inscrição “mais especial das nossas vidas” abarca todos os sujeitos, leitores ou não da revista, imputando às mulheres uma importância social e inerente ao gênero feminino o lugar especial reservado àquelas que se subjetivam e, através do corpo, assumem uma posição sujeito que é objetivada por discursos religiosos, sociais, educacionais, filosóficos, científicos, dentre outros acerca do que é ser mãe.

A partir da enunciação presente na manchete na capa da edição correspondente ao Dia das Mães (*Imagem 29*) de que “o poder de gerar um bebê é de uma potência inexplicável”, associada a outra, de que “seria impossível não se sentir transformada com essa experiência [...]”, torna-se perceptível a importância dada à maternidade para a constituição do sujeito mulher, uma vez que o “tornar-se mãe” é responsável por transformações indescritíveis e uma ressignificação da vida. Logo, estas afirmações invalidam a importância e, digo mais, até a

existência social das mulheres. A maternidade é um acontecimento capaz de transformar e moldar novos olhares em relação a todas as vivências que o sujeito mulher experimentou antes de se tornar mãe.

Esses discursos também dão força e significado às cobranças sociais que as mulheres sofrem continuamente até aderirem a essa transformação e ressignificação da vida que só é proporcionada pela maternidade.

Dessa forma, a resistência às obrigações sociais como mulher é rigidamente questionada e julgada, já que é a maternidade que dá sentido à existência social das mulheres, e, sem isso, elas acabam sendo dadas como sujeitos transgressores que desejam assumir um lugar inapropriado. Aquelas que recusam ao papel social que define a feminilidade são postas socialmente, pelos mais conservadores, como inimigas sociais, não sendo entendidas como sujeitos que resistem ao poder, mas que lutam pela inversão desses poderes e, principalmente, por uma subversão que preza em atingir uma submissão masculina e a inversão total dos papéis sociais seguidos atualmente.

Nesse aspecto, é necessário pontuar que aqueles que estão inseridos como sujeitos LGBTQIAPN+ ocupam o mesmo lugar como inimigos da ordem social. Esses, assim como as mulheres, compactuam para a extinção da soberania cis-heteronormativa em todas as esferas possíveis (criminalizar religiões, modificar leis para retirada de direitos dos indivíduos) com vistas em criar uma nova ordem social, na qual principalmente os homens ricos, héteros, brancos e cristãos teriam que se submeter.

3 CARTOGRAFANDO OS DISCURSOS

Este terceiro capítulo pretende abordar a constituição do dispositivo de gênero. Para tanto, propõe-se discutir, partindo das questões teóricas e analíticas apresentadas nos capítulos anteriores, o funcionamento de um dispositivo de gênero que opera, através dos discursos presentes no *corpus* que compôs esta pesquisa, na definição de padrões inerentes aos sujeitos sociais que performam feminilidades ou masculinidades.

Desta feita, o tópico que se segue tem como mote mapear os discursos já analisados, pensando nas formações discursivas em que se inserem, nas instituições que se apropriam dos corpos dos sujeitos para formatar seus discursos e na emergência que faz com que essas instituições tenham que se apropriar desses corpos e, por meio disso, objetivam e subjetivam os sujeitos inseridos nessa teia, cerceiam sua liberdade, regem seus corpos, promovem interdições, criam e reforçam os papéis de gênero no Brasil, a partir das análises das revistas selecionadas como *corpus* deste trabalho.

Os apontamentos deste capítulo têm como finalidade retomar todas as questões abordadas nas páginas anteriores, essencialmente partindo das pontuações teóricas norteadoras deste trabalho, que são os Estudos Discursivos Foucaultianos, e refletir acerca do funcionamento da relação sexo-gênero, com vistas a apontar e discutir o funcionamento de um dispositivo de gênero que comporta sexualidades e, além disso, objetiva e subjetiva os sujeitos, promovendo uma condução de condutas, definindo papéis sociais que pautam o exercício das feminilidades e das masculinidades.

3.1 Da performatividade das feminilidades e masculinidades nas revistas

O recorte temporal entre os anos de 2017 e 2023 que abarca as publicações das revistas Ana Maria, Claudia, Marie Claire, GQ Brasil e L'Officiel Hommes Brasil, pontuado como *corpus* deste trabalho, abrange discursos vários que, mesmo de forma sutil, vão permeando e enunciam papéis sociais aos quais o exercício das feminilidades e masculinidades estão vinculados na sociedade.

Os enunciados que dão foco aos espaços sociais, à carreira, ao exercício da maternidade e da paternidade e que foram apresentados nas análises desenvolvidas são distintos e, estando colocados nesses veículos de ampla circulação nacional, reverberam práticas discursivas que

objetivam, subjetivam e pautam os campos possíveis de exercício das feminilidades e masculinidades.

As práticas discursivas presentes na materialidade das revistas aqui analisadas são perpassadas por discursos políticos, religiosos e sociais que operam na manutenção de uma hegemonia cis-heteronormativa que regula, normaliza e normatiza os corpos dos sujeitos postos como objeto dessas publicações.

O recorte das séries enunciativas (aqui tratadas como SE1; SE2; SE3) possibilita cartografar o dispositivo de gênero a partir da observação das práticas discursivas, das regularidades e da emergência de enunciados que abarcam sujeitos, momentos históricos e possibilidades enunciativas distintas, tornando possível pensar o dito e o não dito, sendo os enunciados verbais e imagéticos componentes discursivos e estrategicamente concebidos com vistas a influenciar, objetivar, subjetivar, conduzir condutas e contracondutas, regimentar e pautar as formas de exercício das feminilidades e masculinidades, operacionalizando, assim, o dispositivo de gênero.

No que tange ao *corpus* analítico apresentado, é necessário que salientemos que, mesmo operando de forma sutil, as revistas destinadas a um público feminino abordam pautas importantes e necessárias para estimular o senso crítico e a reflexão de comportamentos, mas, ao mesmo tempo, incorporam aos temas apresentados o reforço de determinações sociais que estabelecem como primordial que as mulheres se dediquem aos trabalhos domésticos, aos filhos, ao marido, a toda a família no geral.

Enquanto isso, nas revistas que buscam alcançar um público integralmente masculino, questões que se referem ao ambiente privado, da família, esposa ou filhos são totalmente suprimidas e sequer mencionadas. Deixando claro que aos homens não interessa, não há vínculo, não há cobrança ou necessidade de abordar o ambiente doméstico, já que esse lugar não pertence a eles.

Os enunciados que circulam nestas materialidades discursivas, possibilitam, com isso, analisar as práticas discursivas que compreendem regras de formação semelhantes. Para Foucault (2012, p. 47), “as regras de formação são condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva”.

As condições de possibilidade para a emergência de certos enunciados operam os campos de visibilidade e apagamento dos objetos de discurso. Nesse aspecto, Deleuze (1990, s/p) afirma que

As primeiras duas dimensões de um dispositivo, ou aquelas que Foucault destaca em primeiro lugar, são as curvas de visibilidade e as curvas de enunciação. [...] A visibilidade não se refere à luz em geral que iluminara objetos pré-existentes; é formada de linhas de luz que formam figuras variáveis e inseparáveis deste ou daquele dispositivo. Cada dispositivo tem seu regime de luz, a maneira em que esta cai, se esvai, se difunde ao distribuir o visível e o invisível, ao fazer nascer ou desaparecer o objeto que não existe sem ela.

As formações discursivas que, a partir do objeto, dão forma ao dispositivo e se constituem como forças que operam as relações saber-poder. Ao colocar os sujeitos como objetos de discursos, as linhas de visibilidade que possibilitam a condição de existência dos enunciados funcionam como práticas de subjetivação.

Os enunciados que compõem a SE1 apresentam uma regularidade discursiva que versa sobre a gastronomia/culinária, sendo pautada em todas as edições das revistas analisadas, porém as revistas femininas apresentam práticas discursivas que consideram a cozinha lugar das feminilidades, sugerindo receitas e formas de agradar o marido por meio dessa prática, enquanto que as revistas masculinas apresentam restaurantes e novidades gastronômicas pelo mundo.

Ao feminino, portanto, é reservado o espaço social interno e familiar e, ao masculino, é destinado o espaço externo; assim sendo, os saberes que instituem esses enunciados pautam-se na manutenção de uma estrutura patriarcal e hegemônica entre os gêneros.

Nas capas das edições da revista Ana Maria que constituem a SE1 (*Imagem 1* e Anexos 1 e 2) não há enunciados verbais ou imagéticos que associem os sujeitos que modelam as capas aos espaços sociais, midiáticos, públicos ou de influência e importância que possam ter. As modelos são apenas modelos inicialmente, dessa maneira o reconhecimento e a identificação do sujeito que compõe a imagem da capa recorrem à memória discursiva dos sujeitos leitores para estabelecer uma relação/identificação destes sujeitos com os enunciados, discursos e práticas discursivas apresentados em cada publicação.

Já as formações discursivas sobre a saúde, no caso das revistas dedicadas ao público feminino, são constituídas por enunciados sobre beleza, o cuidado com a pele, com os cabelos e com o peso, logo muitas das edições apresentam dietas e dicas de emagrecimento (*Imagens 1, 2, 9, 10 e 11*), como observado no enunciado “torne sua casa um ambiente emagrecedor” (*Imagem 20*).

Enquanto isso, as revistas GQ Brasil e L’Officiel Hommes Brasil, que têm como alvo o público masculino, promovem enunciados que consideram a saúde de forma integral e apresentam matérias que versam sobre a beleza (cuidados com a pele, com o cabelo, com a forma física), assim como pontuam o cuidado com a saúde mental e não incorrem em

enunciados que referenciam dietas e o emagrecimento. Nas revistas masculinas, considera-se apenas a alimentação saudável e a realização de atividades físicas para manutenção da saúde, não focalizando aspectos estéticos (*Imagem 23*).

As possibilidades de exercícios da feminilidade, no que tange aos campos de emergência destes enunciados, operam a produção de sujeitos que atendam a padrões de beleza sociais, dão visibilidade aos discursos que normalizam e normatizam os corpos e promovem a condução das condutas destes sujeitos.

Ao observar a constituição de um dispositivo de gênero que atua na normalização e normatização dos corpos, os enunciados analisados na SE2 abarcam formações discursivas que inferem um padrão a ser seguido.

O enunciado verbal “Subversiva, sim: a voz de uma geração que dribla os padrões” (*Imagens 17 e 18*), acompanhado do enunciado imagético que apresenta uma figura feminina nua e que possui o corpo físico dentro dos padrões sociais de beleza, atua na ordem de uma contradição discursiva.

As contracondutas que podem permear os discursos acerca da subversão enunciada vão de encontro à padronização do corpo apresentado. A escolha midiática dos enunciados que compõem essa edição da revista Marie Claire, então, busca pôr em pauta assuntos que têm por objetivo proporcionar a identificação do público-alvo ao mesmo tempo que promove a manutenção de discursos que destacam a beleza e a padronização dos corpos. O exercício de resistência dos sujeitos que se subvertem, portanto, é posto a serviço da disciplinarização dos corpos.

Como já afirmado neste trabalho, por meio do poder disciplinar e de sua característica normalizadora, a formação das sociedades move-se no sentido de uma norma corporal que encontra, justamente na anormalidade, os seus limites e sua legitimação, a razão política demanda uma tratativa igualitária dos indivíduos e, nesse sentido, a emergência de enunciados que normatizam o corpo ordinário conflitua com as estratégias estabelecidas pelas relações saber-poder de normalização destes corpos.

O poder disciplinar intenta, por meio da condução das condutas, intervir em todas as ações do sujeito, e se utiliza de um mecanismo penal como forma de reduzir os desvios e tornar os corpos cada vez mais “normais”.

Nesse sentido, apontamos a matéria presente na edição de abril de 2020 da revista GQ Brasil que destaca como enunciado verbal a proposição “Você está cancelado” e apresenta enunciados imagéticos monocromáticos (fotografias em preto e branco) com uma marcação em vermelho que encobre parte do rosto dos indivíduos que figuram nestes enunciados (*Imagens*

21 e 22). Esta reportagem exhibe, ainda, o enunciado “Se você ainda não foi cancelado, aguarde, é bem provável que a sua hora ainda vai chegar”, e tal proposição atua no campo da coerção e da punição. Sendo assim, o exercício de poder responde imediatamente às práticas de resistência e ao exercício das contracondutas.

As práticas discursivas que operam os campos de possibilidade de exercício das feminilidades e das masculinidades, portanto, são coabitadas por regimes de vigilância e mecanismos de punição que produzem corpos úteis e dóceis e deslegitimam os sujeitos que subvertem os padrões que socialmente e discursivamente determinam os campos de possibilidade de exercício das feminilidades e das masculinidades.

Por sua vez, os recortes enunciativos que compreendem a SE3 foram divididos em duas partes, sendo que a primeira apresenta discursos cujo foco sejam os campos profissionais possíveis quanto do exercício das feminilidades e das masculinidades, e a segunda abrange discursos familiares que realçam o exercício da maternidade e da paternidade.

No que se refere ao campo profissional, a partir da análise dos recortes discursivos que compõem o *corpus* desta pesquisa torna-se possível observar que as revistas GQ Brasil e L’Officiel Hommes Brasil apresentam, em todas as suas edições, discursos que imputam aos homens um lugar de destaque social. Enunciados como “O mundo aos seus pés” e “O homem com estilo vive melhor” performam masculinidades que ocupam espaços de poder.

As regularidades discursivas que podem ser destacadas nas revistas masculinas e femininas constituem um campo associado que convergem para o objeto. As revistas que buscam atingir o público masculino configuram práticas discursivas que falam sobre o exercício das masculinidades, assim como as que têm como público-alvo mulheres versam sobre o exercício das feminilidades.

Dessa maneira, os enunciados que compõem as revistas femininas e que versam sobre a carreira operam práticas discursivas que determinam que “carreira e maternidade não são conflitantes e sim podem coexistir de forma positiva na jornada de uma mulher” (*Imagem 24*), sendo as possibilidades de exercício das feminilidades sempre atreladas à maternidade. Do mesmo modo, o exercício das masculinidades realiza-se por meio de práticas discursivas pautadas no atingimento do sucesso profissional.

Constatamos, então, que, discursivamente, os papéis sociais apresentam-se claramente divididos. Com isso, podemos reiterar, portanto, que o dispositivo é heterogêneo, e que na regularidade dos enunciados que abrangem as feminilidades e as masculinidades nas revistas, foi possível identificar as práticas discursivas que operacionalizam o funcionamento de um dispositivo de gênero que comporta as sexualidades.

As formações discursivas que operam as condições de emergência dos enunciados verbais e imagéticos analisados nesta pesquisa agem diretamente na objetivação e subjetivação dos sujeitos de que tratam. Assim, esses discursos atuam na docilização, normatização e normalização dos corpos, promovem a condução das condutas pautadas e delimitam os campos de performatividade possíveis ao exercício das feminilidades e das masculinidades, efetivando a concepção de um dispositivo de gênero.

Ainda nesse sentido, podemos concluir que as práticas discursivas que conduzem a existência social dos sujeitos homem e mulher corroboram na manutenção de uma hegemonia cis-heteronormativa. Os jogos de poder-saber que regem as relações entre o gênero feminino e masculino, por meio de suas linhas de força, de ruptura e de fratura operam a emergência do dispositivo de gênero que atua na disciplinarização dos corpos e implica a produção de subjetividades e de sujeitos que ocupem os espaços sociais a eles determinados, discursivamente.

Portanto, as formações discursivas presentes nas revistas operam a emergência de um dispositivo de gênero, uma vez que os sujeitos são objetivados mediante as relações de poder-saber que se realizam por meio desses discursos e há um regime de leis e normas que orientam os corpos destes sujeitos, cerceiam sua liberdade, promovem interdições, conduzem as condutas e, assim, motivam sua subjetivação. O dispositivo de gênero se constitui, então, através desses discursos que operam na determinação dos espaços a serem ocupados pelas feminilidades e masculinidades.

REFERÊNCIAS

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. *O que é feminismo*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991, 77 p.

BERT, Jean-François. *Pensar com Michel Foucault*. Trad. Marcos Marciolino. São Paulo: Parábola, 2013, 215 p.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina: a condição feminina e a violência simbólica*. 16 ed. Trad. Maria Helena Kuhner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019, 207 p.

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESÍDIO, Mirella de Holanda. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. *Revista Mal-Estar Subjetividade*. Fortaleza, v. 7, n. 2, set. 2007. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200012. Acesso em 15 dez. 2017.

BUTLER, Judith. *El Género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Trad. M. Rosa Muñoz. Barcelona: Gedisa, 2007, 314 p.

BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade*. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010, 236 p.

BUTLER, Judith. *A vida psíquica do poder: teorias da sujeição*. Trad. Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2017, 206 p.

BUTLER, Judith. *Corpos que importam: os limites discursivos do “sexo”*. Trad. Veronica Daminelli e Daniel Yago Françoli. São Paulo: N-1 edições; Crocodilo, 2019, 399 p.

CERTEAU, Michel de. *A escrita de história*. 3. ed. Trad. Maria de Lurdes Menezes. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2020, 384 p.

COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. Identificar: Traços, indícios, suspeitas. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Orgs.). *História do corpo III: As mutações do olhar. O Século XX*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 341-361.

COURTINE, Jean-Jacques. O corpo anormal: história e antropologia culturais da deformidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Orgs.). *História do corpo III: As mutações do olhar. O Século XX*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 253-340.

COURTINE, Jean-Jacques. *Decifrar o corpo: pensar com Foucault*. Trad. Francisco Morás. Petrópolis: Maria Thereza da Costa Albuquerque, 2013, 174 p.

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do Discurso Político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, 2014, 250 p.

DELEUZE, Gilles. ¿Que és un dispositivo? In: *Michel Foucault, filósofo*. Barcelona: Gedisa, 1990. Trad. Wanderson Flor do Nascimento. Disponível em: <http://michel-foucault.weebly.com/uploads/1/3/2/1/13213792/art14.pdf>. Acesso em 15 jan. 2024.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. 2. ed. Trad. Ana Lúcia de Oliveira, Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. São Paulo: Editora 34, 2011, 128 p.

DUARTE, André de Macedo. Rer Foucault à luz de Butler: repensar a Biopolítica e o Dispositivo da Sexualidade. *Revista DoisPontos*. Curitiba, São Carlos, v. 14, n. 1, 2017, p. 253-264.

ENTLER, Ronaldo. A fotografia e as representações do tempo. *Revista Galáxia*. São Paulo, n. 14, dez. 2007, p. 29-46. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1485>. Acesso em 20 out. 2023.

FERNANDES, Cleudemar Alves. *Análise do Discurso: reflexões introdutórias*. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2007, 128 p.

FERNANDES, Cleudemar Alves. *Discurso e sujeito em Michel Foucault*. São Paulo: Intermeios, 2012, 106 p.

FERNANDES, Cleudemar Alves. Fotografia, narrativa visual em discursividade. In: TASSO, Ismara; OLIVEIRA, Valéria (Orgs.). *Domínios e dispositivos técnicos, tecnológicos e das tecnologias e(m) discurso: a formação dos conceitos*. Campinas: Pontes Editores, 2015, p. 225-240.

FERNANDES, Cleudemar Alves. Cartografia descontínua do corpo: o visível e o enunciável. In: FERNANDES JÚNIOR, Antônio; FRANCESCHINI, Bruno (Orgs.). *Cartografias do Contemporâneo: dispositivo, verdade e processos de subjetivação*. São Paulo: Intermeios, 2019, p. 81-96.

FOUCAULT, Michel. O Sujeito e o Poder. In: RABINOV, Paul; DREYFUS, Hubert. *Michel Foucault: Uma Trajetória Filosófica – para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Trad. Vera Porto Carrera. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 229-249.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. 11. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1997. 174 p. Disponível em: <http://petletras.paginas.ufsc.br/files/2017/03/foucault-microfisica-do-poder.pdf>. Acesso em 19 ago. 2017.

FOUCAULT, Michel. Poder e saber. In: _____. *Ditos e escritos IV: Estratégia, poder-saber*. 2. ed. Manoel Barros da Motta (Org). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003, p. 223-240.

FOUCAULT, Michel. *Ditos e escritos II: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008, 376 p.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 8. ed. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012, 254 p.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 24. ed. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2014a, 74 p.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 42. ed. Trad. Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 2014b, 302 p.

FOUCAULT, Michel. As relações de poder passam para o interior dos corpos. In: _____. *Ditos e escritos IX: genealogia da ética, subjetividade e sexualidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014c, p. 35-43.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. 9. ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. São Paulo: Paz e Terra, 2019a, 175 p.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade II: o uso dos prazeres*. 7. ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. São Paulo: Paz e Terra, 2019b, 319 p.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade III: o cuidado de si*. 6. ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. São Paulo: Paz e Terra, 2019c, 315 p.

GUEDES, Alixandra; PEREIRA, Tânia Maria Augusto. *Discurso e resistência nas capas de revista: novos olhares sobre o corpo gordo feminino*. 2017. Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/anais/sinalge/2017/TRABALHO_EV066_MD1_SA6_ID621_13022017232344.pdf. Acesso em 20 ago. 2023.

HEBERLE, Viviane M. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de ideias. *Revista Linguagem em (Dis)curso*. Tubarão: LemD, v. 4, n.esp., 2004, p. 85-112.

MILANEZ, Nilton. A Possessão da Subjetividade: sujeito, corpo e imagem. In: SANTOS, João Bosco Cabral dos. (Org.). *Sujeito e Subjetividade: discursividades contemporâneas*. Uberlândia: EDUFU, 2009, p. 251-259.

NAVARRO, Pedro; BAZZA, Adéli Borton. Práticas de subjetivação em discursos de idosos. In: FERNANDES JÚNIOR, Antônio; STAFUZZA, Grenissa Bonvino (Orgs.). *Discursividades contemporâneas: política, corpo, diálogo*. 1. ed. São Paulo: Mercado de Letras, 2017.

PEREGRINO, Fernanda. *Como a sobrecarga afeta a vida profissional das mulheres*. 03 mar. 2022. Disponível em: <https://cndl.org.br/varejosa/como-a-sobrecarga-afeta-a-vida-profissional-das-mulheres/>. Acesso em 22 fev. 2023.

PERROT, Michelle. *As mulheres ou os silêncios da história*. Trad. Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2005, 519 p.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. 2. ed. Trad. Ângela M. S. Côrrea. São Paulo: Contexto, 2017a, 190 p.

PERROT, Michelle. *Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros*. 8. ed. Trad. Denise Botmann. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017b, 362 p.

PRADO FILHO, Kleber; TETI, Marcela Montalvão. Cartografia como método para as ciências humanas e sociais. *Revista Barbarói*. Santa Cruz do Sul, n. 38, jan./jun. 2013, p. 45-59.

PRADO FILHO, Kleber. A genealogia como método histórico de análise de práticas e relações de poder. *Revista de Ciências Humanas*. Florianópolis, v. 51, n. 2, jul-dez 2017, p. 311-327. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2178-4582.2017v51n2p311>. Acesso em 22 fev. 2023.

ROUDINESCO, Elisabeth. *A parte obscura de nós mesmos: uma história dos perversos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

SANTOS, Magda Guadalupe dos. Categorias epistemológicas em Simone de Beauvoir e Judith Butler. *Revista Sapere Aude*. Belo Horizonte, v. 5, n. 9, 2014, p. 335-380.

SARGENTINI, Vanice; NAVARRO-BARBOSA, Pedro. *Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade*. São Carlos: Claraluz, 2004, 260 p.

SOHN, Anne-Marie. O corpo sexuado. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Orgs.). *História do corpo III: as mutações do olhar*. O Século XX. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 109-154.

TEDESCHI, Losandro Antonio. *História das mulheres e as representações do feminino*. Campinas: Curt Nimuendajú, 2008, 143 p.

TEDESCHI, Losandro Antonio. *As mulheres e a história: uma introdução teórico metodológica*. Dourados: Editora UFGD, 2012, 144 p.

TORRÃO FILHO, Amílcar *et al.* Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam. *Cadernos Pagu*. Campinas, v. 24, 2005, p. 127-152. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-83332005000100007>. Acesso em 20 ago. 2023.

WARD, Rodolfo. Da fotografia documental à artística. *Revista ARS*. São Paulo, v. 19, n. 41, 2021, p. 102-165. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ars/article/view/169675>. Acesso em 20 out. 2023.

ANEXOS

Anexo 1: Capa Ana Maria, 26 de setembro de 2019

anamarca.uol.com.br

Grátis
AnaMaria
Receitas

Novidades
PARA O
CABELO

- Pente que alisa
- Xampu prebiótico
- Creme engrossador de fios

Pode chegar, primavera!
Vestidos florais que são a cara da estação

OS ALIMENTOS DO
bom HUMOR

Banana tira a ansiedade, abacaxi ajuda a dormir melhor, feijão é antidepressivo

“A reforma da Previdência vai mudar o valor da pensão por morte que recebo?”
Especialista responde

Carol Castro
PÓS-MATERNIDADE:
“Ter um filho é um renascimento”

Setembro AMARELO
Como perceber se alguém à sua volta pensa em suicídio

DERROTE a vontade de comer AÇÚCAR

TORRESMO DE
rolo!
RECEITA EXCLUSIVA para AnaMaria do petisco que viralizou na internet


Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamarca/carol-castro-pos-maternidade-ter-um-filho-e-um-renascimento/>

Anexo 2: Capa Ana Maria, 09 de setembro de 2022

Meu querido pet
O modelo ideal de coleira que garante um passeio seguro e divertido

Cuidado VEGANO
6 cosméticos sem componentes de origem animal

E mais:
As vantagens do uso de produtos naturais

Gerencie bem o salão de beleza
Especialista dá as dicas

Faça as pazes com a a COMIDA e o CORPO
Nutrição consciente ajuda a conquistar o peso ideal e ter saúde

KARIN HILLS
“Me sinto honrada em ser referência para tantas mulheres, especialmente as pretas, que podem se ver representadas em lugares de protagonismo”

A artista inspira quem, assim como ela, busca trilhar caminhos inexplorados e ocupar espaços de destaque

GELADEIRA organizada = DINHEIRO no bolso
Atitudes capazes de reduzir a conta de luz e do supermercado

Fonte: <https://goread.com.br/viewer/anamaria/karin-hills-me-sinto-honrada-em-ser-referencia-para-tantas-mulheres/>

Anexo 3: Índice GQ Brasil, maio e junho de 2020

ÍNDICE

Nº 105 | MAIO E JUNHO 2020

ESSENCIAL

11 OUT OF AFRICA
Origem de Peter Dinklage para a fotografia mundial

16 INDÚSTRIA DE MEMES
Tecnologia Digital transforma humor em negócio

18 DOM NATURAL
O filósofo Gil Brundin e suas reflexões no primeiro disco solo

20 O BEM NO MEIO DO CAOS
Felipe Castanho, o empresário criador do Não Demita

22 TRIO TERNURA
Mus. Verdinho defende adoção de pets

MANUAL

25 STAY HOME
Como essencial para seus looks de isolamento

32 PERSONALIDADE TRANSGRESSORA
A nova coleção de joias da Bulgari

33 FREE SPIRIT
Dona Lola da Burberry: paixão-desaja

34 A VEZ DE JAY BOGGO
Críticos defendem moda sem gênero e sem rótulos

36 DE VOLTA AO NINHO
Cada Hygge assume o estilo da casa

GOSTO

38 TEMPERO CAIPIRA
Conheça os bartenders da Casa do Porco

42 CAVE PARTICULAR
Três imóveis para montar a sua adega

O NOVO NORMAL

46 O MUNDO PÓS-CORONA
Thomas Hinx pede que olhamos para o futuro

48 COMEÇAR DE NOVO
Contato digital parece estar com os dias contados

50 O FUTURO CHEGOU A SUA CASA
Conjuntos, apps e assistentes virtuais para o dia a dia

54 REGRAS DA BATALHA
Empreite e nosso manual O Manual do Home Office

56 SOBREVIVA A 6 MESES NO APERTO
Natalia Anicun explora como salvar nossas finanças

57 CONEXÃO BRASIL-HOLLYWOOD
Melo Vilela e as lésbicas do Vale do Silício

58 VIAGENS DO AMANHÃ
Como vocês estão por vir? Seja presidente

60 SEU MÉDICO ESTÁ ON-LINE
Telemedicina vai revolucionar o sistema de saúde?

62 O SHOW TEM QUE CONTINUAR
Carmem e Emanuel Jacobina: o novo entretenimento



- 64 VOLTAR A SONHAR?**
Marco Pigossi foca no novo cinema
- 65 SALVA-VIDAS**
Como a moda é aliada de saúde
- 66 CORRIDA MALUCA**
A inteligência artificial assume o code pit
- 67 COMO SERÁ O PRÓXIMO JOGO**
Qual vida do torcedor sem estádio?

ESPECIAL

- 68 TEMPO PRESENTE**
Marco Pigossi: confinado em Hollywood
- 76 ESPELHO MEU**
Fotografos e seus autorretratos em isolamento
- 84 QUESTÃO DE GARRA**
A vida de Rick Field Seta pelos amigos silvestres
- 88 ADNET FALA SÉRIO**
Reconstruimos o gênio do humor
- 94 COUNTRY GEEK**
Como o caubói chegou à cidade
- 102 DIÁRIOS DE ISOLAMENTO**
Imagem e o comfy: vivemos o quarentenaista

VIVER BEM

- 108 BARBA: VILÃO OU ALIADA**
Como os artistas destacam os cuidados com a face
- 110 PRECISAMOS DE FÔLEGOS**
Truques de respiração para novos ares
- 114 CLUBE GO**
Como os brasileiros durante a pandemia



Capa **MARCO PIGOSSÍ**
Fotos **JOSEPH DEGBADJO**
Edição de moda **LUCIO FONSECA**
Marco Pigossi veste **Louis Vuitton**

Compreando e usando de
LACES, você ajuda por mais
de reconstrução brasileira,
uma iniciativa em parceria com
o Lacer e a Carbon Limited

LACES



Anexo 4: Texto ampliado GQ Brasil, setembro de 2020

CHANGE IS GOOD

Mudar é bom:
as 21 edições
de GQ ao redor
do mundo unem
forças para uma
colaboração global
focada no futuro

Masculinidade é uma obra em progresso – e a mudança é o caminho. A GQ vem mudando desde 1957. Para 50 milhões de leitores globais, ela é uma amiga confiável, que encoraja a transformação na forma como vivemos, encaramos o dia e influenciemos o mundo ao redor. Com ênfase renovada em diversidade, igualdade de gênero, sustentabilidade e saúde mental, a GQ continuará a perseverar. **Porque mudar é bom.**

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200903>

Anexo 5: Revista GQ Brasil, setembro de 2020

CHANGE IS GOOD

Mudar é bom:
as 21 edições
de GQ ao redor
do mundo unem
forças para uma
colaboração global
focada no futuro

Masculinidade é uma obra em progresso – e a mudança é o caminho. A GQ vem mudando desde 1957. Para 50 milhões de leitores globais, ela é uma amiga confiável, que encoraja a transformação na forma como vivemos, encaramos o dia e influenciemos o mundo ao redor. Com ênfase renovada em diversidade, igualdade de gênero, sustentabilidade e saúde mental, a GQ continuará a perseverar. **Porque mudar é bom.**

AUSTRÁLIA **CHINA** **JAPÃO** **FRANÇA** **ESPAÑA**

ÍNDIA **ÍTÁLIA** **Coreia do Sul** **MÉXICO E AMÉRICA LATINA**

ORIENTE MÉDIO **PORTUGAL** **RÚSSIA** **ÁFRICA DO SUL** **ESWÂNIA**

TAIWAN **THAILANDA** **TERREIRA** **REINO UNIDO** **ESTADOS UNIDOS**

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200903>

Anexo 6: Capa e contracapa da revista Marie Claire, dezembro de 2021 / janeiro de 2022



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

Nº 104 | ABRIL 2020

ESSENCIAL

13 ÁRIDO MOVIE

O Douglas Friedman é seu refúgio em Marfa, Texas

16 O CANTOR NOS TEMPOS DO CÓLERA

Marcelo Carniher: o latin lover da música brasileira

18 O MUNDO DE JERRY

O crítico de arte mais implacável do Instagram

20 CASAS DE ARTISTAS

Seu dia a dia nos ateliês dos criadores

22 VIDA SEM CAIXA POSTAL

Notiões digitais: liberdade x isolamento

26 GATO DA SORTE

Rock apresenta seu melhor amigo de 4 patas. Rock

MANUAL

29 OUTONO ESPORTIVO

As mil facetas do sportwear

34 GOLPE DE LIKES

Ryan Garcia, o lutador que é também rei das redes

36 CORAÇÃO DE ESTUDANTE

O preppy se renova – como uma alternativa ao street

38 PEÇA-CHAVE

Snitaker da LV: cores para seu visual de outono

39 FORÇA INTELIGENTE

Smartwatches deixam você conectado – e estiloso

40 COMPUTADOR DE PULSO

Acompanhe a evolução do TAG Heuer Connected

42 TELA HI-TECH

Quando arte e mundo digital se encontram

GOSTO

45 O CHEFÃO VOLTA À CASA

Como Massimo Bottura enfrenta a quarentena

48 GOSTINHO EXTRA

O mercado de (bons) temperos chega a seu prato

50 CUIDANDO COM COMIDA

Chefs ensinam receitas para aumentar sua imunidade

52 O MIDAS PORTUGUÊS

O sucesso do restaurateur Olivier da Costa

MOTOR

55 VELOCIDADE EM ALTA DEFINIÇÃO

Os tablets revolucionam sua experiência em duas rodas

58 EMOÇÃO NA PONTA DOS DEDOS

Como praticar para usar o câmbio Paddle Shift

ESPECIAL

62 COM O MUNDO A SEUS PÉS

Tiago Iorc após ano sabático: "Vivi um despertar"

72 VOCÊ ESTÁ CANCELADO

A cultura do silenciamento digital muda sua vida real?

76 COMO COMEMOS AGORA

Personalidades dividem dietas e segredos de bem-estar

82 O TIKTOK ESTÁ ENTRE NÓS

O app de vídeos que está incomodando o Instagram

86 CANABIDIOL INC

Empresários brasileiros investem em remédios com CBD

90 BOY IN THE HOOD

Explore peças e tendências para encontrar sua voz

VIVER BEM

105 POTÊNCIA OLÍMPICA

Skate vai para Tóquio – e a gente tem chance de medalha

108 A ARTE DA SOBREVIVÊNCIA

Windsurfer lembra ataque de tubarão – em alto-mar

110 CORPO SÃO, MENTE Sã

Apps que ajudam em sua saúde física (e mental)

114 CLUBE GQ

Únicos artistas plásticos que você precisa conhecer



Capas **TIAGO IORC**
Fotos **VICTOR SANTIAGO**
Styling **CÉSAR VALDIVIESO**
Tiago veste coleções SS2020
e Pre-fall 2020 da **GUCCI**

Compensamos a emissão de CO₂ desta edição por meio de recomposição florestal. Uma iniciativa em parceria com o Laces e a Carbon Limited.

LACES



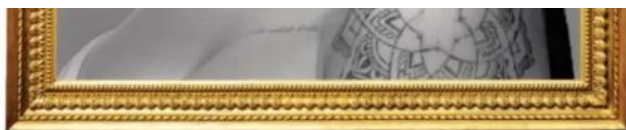
Anexo 8: GQ Brasil (texto p. 73)

Se você ainda não foi cancelado, aguarde, é bem provável que a sua hora ainda vai chegar. Só se fala em “cultura do cancelamento” nas redes sociais, programas de TV, jornais. Mas, afinal, do que se trata? O termo se refere ao boicote ou silenciamento de alguém, especialmente uma figura pública, nas redes sociais. É um movimento que se inicia na internet, mas pode ter consequências na vida offline, na real life. Tudo começa a partir de falas ou atitudes que podem ferir moralmente as crenças, convicções de uma pessoa ou grupo, através de preconceitos, violências ou por se manter em silêncio em situações consideradas importantes.

Dia 8 de dezembro de 2019: o apresentador Silvio Santos foi cancelado no Twitter após ser acusado de racismo. Em um quadro musical, a cantora negra Jennyfer Oliver recebeu 84 votos da plateia e a segunda colocada apenas oito. Silvio Santos deu o prêmio de 500 reais para as 4 participantes e um bônus no mesmo valor para a segunda colocada, que ele considerou

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200402>

Anexo 9: GQ Brasil (texto p. 74)



“bonita”. Todas as outras candidatas eram brancas. Um dos apresentadores mais populares do país estava cancelado (mais uma vez!), mesmo sem perfil oficial nas redes.

Até pouco tempo o cancelamento se direcionava exclusivamente de cima para baixo, dos poderosos para os imponentes. Mas, agora, onde qualquer pessoa com uma conta no Twitter ou no Facebook pode ser uma editora, o banimento foi ostensivamente democratizado. “Por que pessoas brancas quando são contestadas rotulam a prática como intolerante e transformam isso em uma ‘cultura’, mas se esquecem que as práticas hoje colocadas se assentam em

séculos de exclusão e humilhação de negras e negros? Não me espanta ainda que grande parte das ‘vítimas’ da cultura do cancelamento sejam pessoas privilegiadas e que foram canceladas justamente a partir de traços do seu privilégio que ficaram explícitos”, analisa o sociólogo e mestre em Antropologia da UFF, Isaac Palma.

Existe uma contradição no ato de cancelar. O cancelamento exige um ato performático, um anúncio de que alguém, uma empresa ou grupo

está cancelado. Isso traz atenção para o cancelado que, muitas vezes, acaba ganhando seguidores que antes ignoravam sua existência: “A maioria (dos cancelamentos) são apenas barulhos na internet que tomam uma proporção tão grande que o que era para ser de fato cancelado, ignorado, esquecido, sendo pessoa ou marca, acaba ganhando mais visibilidade em números e audiência nas redes”, sentencia a especialista em marketing digital Nanda Guimarães.

O youtuber Julio Cocielo, tuitou em 2018 durante a Copa do Mundo: “Mbappé conseguiria fazer uns arrastão top na praia hein”. Ele não só foi “cancelado” pelo tribunal da internet, como o MP de São Paulo pediu o pagamento de multa no valor de R\$ 7 milhões por dano social coletivo. Logo em seguida, ele se disse arrependido. “Nunca mais se repetirá! Peço desculpas publicamente por ter ofendido inúmeras pessoas”, disse Cocielo. Atualmente o youtuber tem 8 milhões de seguidores no Twitter e um canal no YouTube (Canal Canalha) com mais de 19 milhões de seguidores. Seus números não param de crescer, mas, na ocasião, acabou perdendo contratos com empresas que o patrocinavam.

“O cancelamento começou a proporcionar para as pessoas o medo de ser cancelado. Tem gente que hoje em dia é muito mais moderado nas palavras, posturas, com medo de ser a próxima pessoa a ser cancelada”, acredita Maíra Azevedo, a Tia Má, jornalista e influenciadora digital com meio milhão de seguidores no Instagram. O cancelamento, então, tem alguma eficácia?

A jornalista e produtora de conteúdo Isabela Reis, que abordou o tema no podcast Angu de Grilo, diz que não, pois “o lado que erra acaba não aprendendo nada. Nem você consegue cancelar e colocar alguém no ostracismo de verdade, nem essa pessoa aprende com seus erros”.

A lista de cancelados de 2019 que circulou em perfis do

**“O LADO QUE
ERRA ACABA NÃO
APRENDENDO.
NEM VOCÊ
CONSEGUE
CANCELAR DE
VERDADE, NEM
ESSA PESSOA
APRENDE COM
OS ERROS”**

Fonte: <https://gqbrasil.pressreader.com/gq-brasil/20200402>

Anexo 10: GQ Brasil (texto p. 75)

Twitter tinha Anitta, Hugo Gloss, Carlinhos Maia, Mc Gui, Nego do Borel, Kanye West, Boca Rosa e outras celebridades do meio artístico ou da própria internet. Estamos no 4º mês de 2020 e Alessandra Negrini foi cancelada por se vestir de indígena. O Dr. Dráuzio Varela primeiro foi exaltado por trazer a história de mulheres trans em presídios e depois foi questionado e 'cancelado' por apresentar o caso de uma mulher trans que havia cometido um crime hediondo. A internet exalta e destrói carreiras. Duzentos e oitenta caracteres para sentenciar.

“Já saí numa lista de cancelados e o motivo era 'por ser Hugo Gloss'. Eu achei o máximo. Quer dizer que estou incomodando sem fazer nenhum esforço, apenas trabalhando. Isso mostra o quão gratuito e absurdo é o cancelamento. É um bullying

2.0”, revela o influencer Hugo Gloss, que possui cerca de 23 milhões de seguidores em suas redes sociais somadas.

Vozes silenciadas, que sofrem violências e boicotes reais, reivindicam seu espaço e respeito nas redes sociais. Dessa forma encontraram um canal para se tornarem visíveis socialmente. Mulheres, negros, LGBTs e indígenas encontram na internet um lugar para falar e serem escutados. A “cultura do cancelamento”, especialmente no Brasil, passa pela movimentação desses grupos, que foram e são marginalizados, na busca por respeito. “Eu sou uma mulher preta. Sou cancelada historicamente. Mas a gente vai encontrando alternativas para resistir, existir e não desistir. O meu cancelamento não acontece nas redes sociais. É um cancelamento na vida real”, explica Maíra Azevedo.

“A grande mensagem dessa cultura é para os artistas, figuras públicas, empresas, pra entender que o povo está atento e se mobilizando para protestar contra as coisas que não acreditam ou que defendem”, conclui Isabela Reis.

É inegável a potência e o alcance da dita “cultura do cancelamento”. O que acontecerá no futuro a partir disso é apenas especulação. Quem será o próximo? Quem realmente será cancelado? Que consequências vai trazer para nós?

“Outro dia, sem querer, eu queria combater um cancelamento com o cancelamento do cancelador e quando vi eu já estava cancelando. Apaguei tudo e deixei pra lá”, revela o influencer e apresentador de TV do canal GNT Caio Braz.

Cancelar ou dialogar? Eis a questão.

Anexo 11: Matéria “Mulher e carreira: o equilíbrio é possível”

Nunca se falou tanto em empoderamento feminino, um movimento que vem dando mais força e voz para as mulheres dessa e das próximas gerações.

Nos relacionamentos, na gestão das finanças, na construção da carreira e em diversas outras áreas elas hoje contam com mais liberdade e oportunidade para fazer suas próprias escolhas. Sim, as conquistas são muitas e bastante expressivas, mas ainda há um longo caminho pela frente até que finalmente a equidade de gênero seja alcançada.

Se de um lado as mulheres estão mais determinadas a conquistarem seus espaços, de outro a sociedade vem se conscientizando sobre a importância de dar destaque a esses temas e, mais ainda, de mobilizar os vários setores para que juntos promovam essa transformação.

Neste cenário, muitas empresas têm se preocupado em oferecer mais oportunidades para que as mulheres se realizem profissionalmente. A Vivo, por exemplo, tem promovido uma série de ações para apoiar e incentivar suas colaboradoras na construção de suas carreiras, seja ampliando a representatividade feminina nos cargos de liderança e promovendo a equidade de gênero dentro da companhia, seja apoiando-as durante a gestação e no retorno da licença parental ou até mesmo ajudando-as a se sentirem mais autoconfiantes e seguras na vida profissional.

“Somos uma empresa diversa, inclusiva e estimulamos um ambiente livre de preconceitos, para que os colaboradores desenvolvam o máximo de seu potencial e vivam seus propósitos pessoais dentro da organização”, conta Marina Daineze, diretora de Marca e Comunicação da Vivo e também sponsor do Pilar de Gênero do Programa de Diversidade da companhia. Ela salienta que, além dos compromissos e metas internos, a empresa tem estimulado a discussão junto com a sociedade, convidando as pessoas a pensarem sobre o espaço das mulheres em diferentes contextos.

“Entendemos que carreira e maternidade não são conflitantes e sim podem coexistir de forma positiva na jornada de uma mulher”

MARINA DAINEZE, DIRETORA DE MARCA E COMUNICAÇÃO DA VIVO

UM PANORAMA DA EQUIDADE DE GÊNERO DA VIVO:

- » 42,6% do quadro de funcionários da empresa é composto por mulheres.
- » São 30% de líderes mulheres em âmbito geral, sendo 28,2% diretoras e 34,9% em nível gerencial.
- » A meta global é de chegar a 30% de mulheres em cargos diretivos até final de 2021.
- » 25% do quadro do Conselho de Administração da Vivo é ocupado por mulheres.



Fonte: <https://marieclaire.pressreader.com/marie-claire-brasil/20211130>

Anexo 12: Matéria “Profissão de mulher é a que ela quiser”

Na esteira do empoderamento feminino, um tema que vem ganhando destaque é a importância da quebra de paradigmas para que a mulher possa exercer a atividade que desejar, livre de barreiras e limitações.

Para ajudá-las a trilhar seus sonhos, empresas alinhadas às agendas de diversidade e inclusão vêm se mobilizando para ampliar as oportunidades em profissões tradicionalmente consideradas masculinas. Eletricista, soldadora, piloto de avião e tantas outras funções podem ser desempenhadas por quem assim quiser, não importando o gênero.

A Vivo, por exemplo, conta com o Programa Mulheres em Áreas Técnicas, lançado em 2019 para impulsionar a presença feminina na área de Serviços ao Cliente. A iniciativa tem como foco ampliar a representatividade feminina em uma área que até o final de 2018 era 100% masculina.

“Nosso programa hoje conta com mais de 200 colaboradoras nessas frentes de áreas técnicas, e já conseguimos, também, sensibilizar os aliados que trabalham com a Vivo a iniciarem projetos para a contratação de mulheres em seus quadros. É muito importante mobilizar toda a sociedade para que esse movimento aconteça de forma sólida e acelerada”, afirma Niva Ribeiro, VP de Pessoas da Vivo.

LIVRE PARA SER QUEM ELA QUISE

Através deste programa da Vivo, o reparo e a instalação, atividades que antes eram desempenhadas exclusivamente por profissionais do gênero masculino, agora são exercidas por elas. Sim, elas carregam escadas, sobem

nos postes, e com muito orgulho. É ou não é um passo enorme em direção à equidade?

A reparadora Jéssica Verrengia Zavati é uma das 14 pioneiras do projeto e trabalha como reparadora da Vivo. Ela conta que no primeiro momento, quando o cliente se depara com uma mulher para executar o serviço, a reação é, geralmente, de surpresa e desconfiança. “Mas, depois que vencemos essa barreira, é muito bacana ver a expressão de satisfação por termos prestado um bom serviço.”

E, para quem sonha em trilhar o mesmo caminho da Jéssica e trabalhar em uma área técnica, ela aconselha: “Supere seus próprios preconceitos, porque não existe mais trabalho de homem ou de mulher. Somos todos profissionais”.

PROGRAMA MULHERES EM ÁREAS TÉCNICAS

Graças a essa iniciativa a Vivo conta, hoje, com mais de 200 mulheres nessas frentes, e a meta é chegar a 300 até o final deste ano. Para alcançar esse resultado, a companhia lançou em junho deste ano mais uma etapa do programa, com a abertura de mais 100 vagas em 30 cidades de 15 estados: São Paulo, Alagoas, Piauí, Paraíba, Sergipe, Ceará, Rio Grande do Norte, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Minas Gerais, Goiânia, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A ação começou com uma feira virtual para as interessadas, e contou com a participação de profissionais da área falando de suas experiências e esclarecendo dúvidas sobre a função. Através dessa e outras iniciativas voltadas à equidade de gênero, a Vivo se firma como uma das melhores empresas para a mulher trabalhar.

GG | ESPECIAL | REDES SOCIAIS

“Eu vou tomar um tacacá/ Dançar/ Curtir/ Ficar de boa.” A advogada criminalista Gabriela Prioli sabe de cor os versos da letra de *Voando Pro Pará*, da banda Calypso, que escolheu para embalar parte das fotos desta reportagem. “Eu adoro”, confirmava, jogando o cabelo no mesmo estilo da cantora Joelma. A paulistana de 35 anos já nem liga para quem, parado no tempo, acha que o sujeito não combina com o predicado: ela é conhecedora de política, professora do curso de direito da Universidade Mackenzie, mestre pelo Departamento de Direito Penal, Medicina Forense e Criminologia da USP; e também ouviu pagode dos anos 1990, dança funk, tem a amizade da cantora Anitta, posta foto de biquíni.

Os retrógrafos que se virem para entender também Djamila Ribeiro: filha de uma empregada doméstica e

“HISTORICAMENTE A MULHER NEGRA OCUPA O LUGAR DE DISCRIMINAÇÃO OU GUERREIRA. SOU UMA PESSOA NORMAL”

de um estivador do Porto de Santos, a filósofa de 40 anos, graduada e mestre pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), foi a autora brasileira mais vendida na Amazon em 2020 com o *Pequeno Manual Antirracista* (mais de 300 mil cópias até agora e prêmios como o Jabuti), fala com profundidade sobre temas como feminismo e lugar de fala, mas posta com naturalidade a selfie celebrando o resultado de uma maquiagem bem feita – e escolhe balançar com leveza ao som de *I Wanna Dance With Somebody*, de Whitney Houston, quando faz a foto da página anterior.

As duas intelectuais estão entre os principais nomes de um movimento que está em alta nas redes sociais: o dos influenciadores do conhecimento. A expressão pode parecer, de relance, uma contradição em termos. “Influencer”, afinal, se tornou na última década sinônimo quase imediato de amenidades e exibição de um treino “mara”, mas esses nomes em ascensão conquistam milhares (em alguns casos, milhões) de seguidores nas mesmas redes compartilhando sabedoria sobre segurança de vacinas, constitucionalidade, efeitos da tecnologia na sociedade, impacto do desmatamento e outros assuntos que soariam “cabecudos”, não fossem tão bem traduzidos. “A internet está passando de um movimento inspiracional para o de informação. A pergunta que todos se fazem hoje é: o que está acontecendo no mundo?”, diz Bia Granja, cofundadora da consultoria YOUPIX, que já citou algumas vezes a perda de fôlego do papo “oi, meninas, tutu pom?”.

O “look do dia”, porém, não morreu – e Djamila ou Gabriela, que se interessam por moda e podem publicar cliques despreziosos de uma viagem, não são propriamente o antônimo desse universo, no qual se mostram como personagens de carne e osso. “Eu posto foto de blogueira para humanizar um pouco, não parecer tão séria. Historicamente a mulher negra ocupa o lugar de discriminação ou de guerreira. E eu sou uma pessoa normal”, diz Djamila, com mais de 1,1 milhão de seguidores só no Instagram. “Mas influência por influência não serve para nada, só vale a pena se ela puder ajudar a sociedade a refletir e dar visibilidade a outras pessoas.”

Gabriela pensa parecido. “Estamos vivendo novos tempos. Nem todo mundo acredita mais na informação que recebe no WhatsApp. Meu objetivo é atingir pessoas além da minha



Anexo 14: Matéria “Os influenciadores do conhecimento”, p. 58

bolha.” Tem ido muito além. Fazendo expediente em um escritório, com participação esporádica em programas de TV, reunia um punhado de 400 conexões no Instagram um ano atrás, logo antes de estreiar no programa *O Grande Debate*, da CNN Brasil. Hoje, tem 1,6 milhão seguindo seus comentários sobre temas que vão de política a assédio. Entre seus colegas da bancada do *CNN Tonight*, está o historiador Leandro Karnal, um dos primeiros nomes pop desse novo iluminismo digital, com colocações cheias de referências eruditas, muitas vezes espirituosas, que passaram a viralizar no WhatsApp, ponto focal do debate sobre desinformação e democracia no Brasil.

#LUZ

O sucesso dos livros de Yuval Noah Harari (só *Sapiens* vendeu mais de 12 milhões de exemplares até 2020) mostra que a ciência vem seduzindo novos públicos, como num sistema de pesos e contrapesos no mesmo mundo onde ideias estapafúrdias como o terraplanismo encontram plateia.

As incertezas provocadas pela pandemia do novo coronavírus, em meio à qual o negacionismo fez pessoas e governos tomarem péssimas decisões, também fez com que nomes pouco conhecidos se tornassem rostos onipresentes em pouco tempo, graças a um trabalho conhecido no meio acadêmico como “divulgação científica” (um tanto autoexplicativo, mas cercado de teorias e técnicas).

O biólogo Atila Iamarino, 37 anos, que fez pós-doutorado na USP e na Universidade Yale, foi apontado como o nome mais importante para falar sobre a covid-19 pelo levantamento Science Pulse, do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD), no Twitter (lá ele tem mais de 1 milhão de seguidores, e no Instagram quase isso). No YouTube, passa dos 4 milhões de inscritos, com os canais Nerdologia (com temas que vão de games a Bruce Lee) e outro que leva seu nome. Objetiva e por vezes dotada de alguma ironia, a microbiologista Natalia Pasternak, 44 anos, fundadora do instituto Questão de Ciência, é



“NEM TODO MUNDO ACREDITA MAIS NA INFORMAÇÃO QUE RECEBE NO WHATSAPP. QUERO ATINGIR ALÉM DA MINHA BOLHA”

outro nome muito presente na TV e nas redes – alguns de seus comentários impagáveis (como ao lamentar que o antiparasitário ivermectina, receitado sem fundamentação contra a covid, “infelizmente” não mata os vermes “que estão em Brasília”) se tornaram virais em pleno TikTok, talvez a mais escapista das redes sociais. Seriedade não precisa pressupor sisudez. “A ciência deve ser desmistificada para que as pessoas entendam, tomem esse conhecimento e façam escolhas melhores. Informação correta salva vidas.”

Difícil discordar dessa declaração? Pois não se trata de algo tão simples. Além de duelar com obscurantistas de cepas mais ou menos contagiosas,

divulgadores científicos enfrentam resistência por setores da própria universidade, que vê com desconfiança quem decide deixar o laboratório e botar a cara no sol e nas telas. “A nossa academia é voltada para a quantificação de artigos (em publicações científicas). Um livro, um blog, um texto para jornal ou qualquer outro trabalho que fale e explique a ciência para a população não valem nada na vida acadêmica, um ponto em concurso ou progressão de carreira. Nos Estados Unidos e na Europa, o pesquisador tem muito mais apoio, é comum tirar um ano sabático para escreverem um livro, por exemplo”, observa Natalia.

Djamila também já testemunhou

GQ | ESPECIAL | REDES SOCIAIS

“A CIÊNCIA PERDEU ESPAÇO. QUANDO PEQUENO, COLECIONAVA FIGURINHAS DE ANIMAIS NO CHOCOLATE SURPRESA E ASSISTIA AO CASTELO RÁ-TIM-BUM. HOJE, NÃO EXISTE NADA DISSO”

os olhares tortos de outros intelectuais. “A filosofia não é uma área muito democrática. Ainda existe aquela arrogância de que é um conhecimento que as pessoas não alcançam, não vai até as massas. Há muitos acadêmicos que se incomodam com o que faço, principalmente aqueles que querem manter o *status quo*.”

Sabine Righetti, 39 anos, doutora em política de ciência e pesquisadora da Unicamp, e também pesquisadora visitante das universidades de Stanford e Michigan, mantém um perfil ativo no Twitter. Entre os seus 26 mil seguidores na plataforma, estão desde a chef Paola Carosella ao ex-presidente americano Barack Obama. Há um ano, ela fundou com Ana Paula Morales a Agência Bori, para incentivar a comunicação de cientistas brasileiros com a mídia. Talvez por ignorar o impacto que uma boa divulgação pode proporcionar a um artigo científico, cerca de 20% dos pesquisadores contatados pela agência não querem o trabalho compartilhado. Alguns acham que é perda de tempo e abrem caminho para quem propaga imprecisões. “Se o cientista não quiser falar, outro falará em seu lugar.”

O biólogo Hugo Fernandes, 34 anos, doutor em Zoologia com pós-doutorado em Ecologia, decidiu ocupar esse espaço de divulgador quando o Instituto Butantan pegou fogo, em maio de 2010. “Eu chorava copiosamente e minha mãe não entendia o porquê. Poxa, se nem minha família entende o meu trabalho, preciso falar mais dele para outras pessoas. A ciência perdeu espaço. Quando eu era pequeno, colecionava figurinhas de animais que vinha no chocolate Surpresa e assistia ao Castelo Rá-Tim-Bum. Hoje, não existe nada disso. O jeito foi ir para a internet.” Logo Hugo descobriu a resistência do mundo acadêmico a esses aplausos. “Uma amiga chegou a ser questionada por que estava postando conteúdo na



CIÊNCIA COMO RESPOSTA
Desmistificar as notícias falsas sobre as vacinas para a covid-19 tem sido a maior batalha de Hugo Fernandes

FOTO IGOR DE MELO

Anexo 16: Matéria “Os influenciadores do conhecimento”, p. 60

**TUDO CONECTADO**

Ao falar sobre tecnologia, o advogado Ronaldo Lemos contempla dois caminhos: as inovações em si e seus efeitos na sociedade. Por essa mão dupla, está sobretudo de olho China

internet quando ela deveria estar se dedicando apenas aos estudos.”

Existem muitas histórias de caça às bruxas a quem ousa insistir na tarefa durante os estudos de pós-graduação. Há quem denuncie às agências de fomento que o pesquisador grava para o seu canal no YouTube em vez de estar escrevendo a tese. O físico Marcelo Knobel, 52 anos, atual reitor da Unicamp, vai na contramão desse pensamento. Nos primeiros meses da pandemia, depois de ser entrevistado pelo canal do YouTube Panelinha, de Rita Lobo, ele decidiu ser também um youtuber. O canal Espaço Recíproco (um trocadilho nerd com um termo

de física) recebeu desde a drag queen intelectual Rita Von Hunty ao cantor Moreno Veloso. Por enquanto, o vídeo mais assistido se aproxima de 10 mil visualizações. “Acho muita gente. O meu artigo científico com maior repercussão teve 500 citações”, compara ele, que nasceu na Argentina, onde seu pai foi professor de Che Guevara na faculdade de medicina.

Algumas universidades internacionais oferecem curso de redes sociais para os seus pesquisadores. “Esse debate deveria fazer parte das agências de fomento, como Capes, CNPQ, Faperj, inclusive com apoio financeiro e de estrutura para capacitar os pes-

quisadores mais aptos”, diz Natasha Furlan Felizi, diretora de Divulgação Científica do Instituto Serrapilheira, entidade que financia projetos de alguns divulgadores científicos.

#RECEBIDOS

A nova turma de influenciadores não tem chamado só a atenção do público. Algumas marcas já perceberam essa mudança no comportamento dos internautas e, claro, entraram no jogo. A diferença é que, antes, a régua para a escolha entre um perfil e outro era o número de seguidores, algo que vai se tornando cada vez menos crucial. Gabriela Prioli já anunciou perfume,

GQ | ESPECIAL | REDES SOCIAIS



"A CIÊNCIA DEVE SER DESMISTIFICADA PARA QUE AS PESSOAS ENTENDAM, TOMEM ESSE CONHECIMENTO E FAÇAM ESCOLHAS MELHORES. INFORMAÇÃO CORRETA SALVA VIDAS"

batom, tablet, fone de ouvido, notebook e até vitamina D. “As marcas estão buscando autoridade”, diz o publicitário Rafael Coca, um dos sócios da Spark, empresa de marketing digital.

Se há dinheiro florescendo nesse lado da montanha, não faltarão alpinistas digitais usando pseudociências e informações falsas para tentar aproveitar essa tendência, mas esse é, sem trocadilhos, um jeito estúpido de tentar chegar lá. A excelência acadêmica tem sido quase uma regra entre os nomes que estão em alta.

Com campanhas para empresas como a Accenture, Ronaldo Lemos, 44 anos, se tornou um divulgador de uma área específica da ciência, a tecnologia e seus efeitos na sociedade. Professor da Universidade Columbia (EUA) e da faculdade Tsinghua (China), Ronaldo (entre muitas outras atividades) escreve para jornal, tem mais de 100 mil seguidores entre LinkedIn e Instagram, é apresentador da série *Expresso Futuro*,

do canal Futura e, sem qualquer muro com o universo pop, foi do elenco do programa *Esquentar!*, da TV Globo, e organizou uma viagem para Xangai com nomes como Kondzilla, o Steven Spielberg dos clipes de funk e criador da série *Sintonia*, da Netflix. “As pessoas querem saber como eu faço tanta coisa, mas no fundo é sempre a mesma: pesquisa sobre tecnologia e divido o que eu sei.”

Ficar atento à dinâmica das redes para usar melhor o conhecimento é outro ponto crucial. “Eu sempre priorizo os assuntos que estão na atualidade para postar, mas com um dado novo, um olhar diferente”, diz Thiago Amparo, professor do curso de direito da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo. “Na eleição do Joe Biden, expliquei por que era simbólica a vitória dele na Geórgia, um estado marcado pela perseguição aos negros e que reconhece a organização racista Ku Klux Klan. Meu objetivo com essas discussões é fazer as pessoas refletirem. Não precisa con-

cordar comigo, mas que a gente possa levar uma discussão saudável.”

#OLHA ELA!!

Alguns dos mais relevantes nomes da blogueiragem tradicional já se atentaram a essa transformação das redes sociais. Criadora do perfil Garotas Estúpidas, há 14 anos, Camila Coutinho, de 33 anos, passou a sentir-se incomodada por volta de 2018. “Todo mundo viajava para os mesmos lugares e perdeu a graça.” Como sempre lia sobre tecnologia, economia e marketing, trocou uma fashion week pelo South by Southwest (SXSW), importante evento de inovação realizado no Texas. “Fiz uns stories, traduzia as palestras e percebi que havia tempos que não recebia tantas mensagens no privado.” Sem conflito com o perfil original. “Sou a pessoa que posta foto de biquíni e grava um papo-cabeça em seguida.”

Hugo Gloss, 35 anos, outro sinônimo vivo da palavra blogueiro, passou a incorporar temas como política em seu

Anexo 18: Matéria “Os influenciadores do conhecimento”, p. 62

site e suas redes nos últimos tempos. “Levo informação para pessoas que não necessariamente leriam sobre aquilo, que querem se alienar”, diz. Um ponto de virada recente foi começar a publicar, sem prejuízo às últimas atualizações sobre a família Pôncio ou Gustavo Lima, críticas ao presidente Jair Bolsonaro na pandemia. “Foi preciso um pouco de coragem, pensei bastante antes de fazer, mas chegou num ponto em que não dava mais para aguentar tanto negacionismo. No fim, nem houve muita rejeição. As pessoas respeitaram meu posicionamento.”

#GATINHOS FOFOS

Quando foi criada em 1969 nos Estados Unidos, no auge da Guerra Fria, a internet (então arpanet) não tinha o objetivo de disseminar vídeos de gatinhos fofos ou divulgar o cardápio de musos fitness no café da manhã. Era uma rede de comunicação de computadores em pontos estratégicos voltada a descentralizar informações valiosas para que não fossem destruídas por bombardeios se estivessem armazenadas em um único servidor. No começo, o acesso à rede era restrito a militares e pesquisadores. Levou tempo até que chegasse ao público geral, pois temiam o mau uso da tecnologia por civis e países não aliados. No Brasil, a conexão de computadores também só era possível para fins estatais. Em 1991, a comunidade acadêmica brasileira conseguiu, com o Ministério da Ciência e Tecnologia, acesso a redes de pesquisas internacionais. Em maio de 1995, a rede, finalmente, foi aberta para fins comerciais. No mesmo ano, surgiu a Classmates.com, uma rede cujo objetivo era conectar amigos de escola que se separaram com o passar dos anos. É um avô do do MySpace (2003), do Orkut (2004), do Facebook (2004), do Twitter (2006), do Snapchat (2001), do TikTok (2016). Hoje, segundo o IBGE, 79,9% dos habitantes do Brasil têm conexão com a internet. A consultoria americana ComScore constatou, em 2019, que os brasileiros gastavam quase duas horas por dia em redes sociais, nas quais encontrarão de tudo. Para quem propaga o bom conhecimento, se inscreva no canal e deixe seu joinha.

FOTO: MARCUS STEINHEVER (RONALDO LEMOS E THIAGO AMPARO)/ASSIST. DE FOTOGRAFIA, CRISTIANO ROLEMBERG

TRENDING

Thiago Amparo cita temas em alta para se aprofundar no contexto histórico



DIALOGO

Uma das missões de Sabine Righetti é convencer os cientistas a falar com a mídia



FOTO DE NIAN JACOB