BIANCA ANTUNES

Espelhos deformantes:

mulheres, representações e identidade no
discurso de Marie Claire e Malu

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

JANEIRO DE 2008

BIANCA ANTUNES

Espelhos deformantes:

mulheres, representações e identidade no
discurso de Marie Claire e Malu

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação, Linha de Pesquisa: Linguagem e Produção de Sentido em Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), como exigência para obtenção de título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob orientação da Profa. Dra. Rosana de Lima Soares

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

JANEIRO DE 2008

BIANCA ANTUNES

Espelhos deformantes:

mulheres, representações e identidade no
discurso de Marie Claire e Malu

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação, Linha de Pesquisa: Linguagem e Produção de Sentido em Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), como exigência para obtenção de título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob orientação da Profa. Dra. Rosana de Lima Soares

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

JANEIRO DE 2008

Antunes, Bianca.
A636ed Espelhos deformantes: mulheres, representações e identidade no discurso de Marie Claire e Malu / Bianca Antunes. -- São Paulo : USP, 2008.
250 p.

Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes,
Universidade de São Paulo, 2008.
Orientadora: Dra. Rosana de Lima Soares.
Inclui bibliografia.

1. Jornalismo feminino. 2. Marie Claire. 3. Malu.
4. Representações. 5. Identidade. I. Título.

CDD: 302.23 (21ª)

Banca examinadora

Profa. Dra. Rosana de Lima Soares – orientadora

Prof. (a) Dr. (a)

Prof. (a) Dr. (a)

Agradecimentos

Aos meus pais, *Silvia e José*,
que acreditaram nas minhas
escolhas e há onze anos me
deixaram voar;

À minha irmã, *Déborah*,
pelas leituras, pelas ajudas, pelas
brigas;

À *Rosana*,
pela confiança e por sempre fazer o
complicado parecer simples;

Aos meus *amigos*, todos,
meus quase-irmãos que me apóiam,
me fazem rir e que suportam minhas
reclamações, por estarem sempre ao
meu lado e por entenderem algumas
ausências nesses três anos de
dissertação;

Ao *Paulo, Simone e Eric*,
que entenderam a importância deste
trabalho e as eventuais faltas
provocadas por ele;

À *Joana*,
pela ajuda essencial na tabulação do
corpus;

Ao *Rafael*,
por me incentivar e não me deixar
desistir quando esta dissertação ainda
era um quase-projeto.

Resumo

Ao mostrar as mulheres e suas representações em um discurso midiático – no caso, as revistas Marie Claire (Ed. Globo) e Malu (Ed. Alto Astral) – esta dissertação tem como objetivo seguir uma análise centrada na construção das identidades sociais dos leitores, partindo do princípio de que o eu/sujeito se define pela relação com o outro e que o discurso midiático sobre (e para) as mulheres reconhece e reforça certas identidades, certas posições de sujeito. Para isso, optou-se pela interdisciplinaridade – a pesquisa se serviu da perspectiva de campos diversos, como os estudos culturais, a análise do discurso, a semiótica e a psicanálise por acreditar que oferecem conceitos capazes de mostrar como um texto produz sentidos e os desenvolve ao longo de seu próprio tecido, além de contribuir na compreensão do discurso midiático e na relação que este faz com o leitor. As análises permitiram apontar registros que colocam um feminino travestido de slogans modernizadores, com imagens de liberação, mas cujos sentidos estruturais remetem a um assujeitamento à ordem constituída, ou seja, na superfície prevalece a sensação de movimento, de “modernidade”, mas a estrutura do discurso se apóia em valores arcaicos, dentro de uma visão androcêntrica do mundo – principalmente em relação às questões de gênero. A partir de modelos de como-ser, as revistas analisadas criam paradigmas físicos e morais, criando homogeneizações do que é “ser-mulher-ideal”.

Palavras-chave: jornalismo feminino, mulher, revistas, Marie Claire, Malu, representações, identidade, alteridade

Abstract

By showing women and their representation in a media discourse – in this case, the Marie Claire (Ed. Globo) and Malu (Ed. Alto Astral) Brazilian magazines – this paper centers the analysis on the construction of the readers' social identities. This study is based on the principle that the "I/subject" defines itself by the relation with the other and that the media discourse on (and for) women recognizes and reinforces some identities, some positions of the subject. To fulfill its aim, the research takes perspectives from different fields, such as the Cultural Studies, discourse analysis, semiotic and psychoanalysis. The choice for an interdisciplinary study reveals the belief that each one of these fields offers concepts showing how a text produces meanings and develops them through its fabric. Moreover, the interdisciplinary study contributes to understand the media discourse and its relation with the reader. The analysis has pointed out registers that puts a feminine masked by modern slogans, with liberation images, but whose structural meanings are based on the submission to the established order, that is to say, that at the surface prevails the movement feeling, the "modernity", but the discourse structure bases itself on archaic values, on an androcentric view – mainly when it concerns gender issues. From "how-to-be" models, the analysed magazines create moral and physical paradigms, creating homogenizations and patterns about what is "been an ideal woman".

Keywords: feminine journalism, women, magazines, Marie Claire, Malu, representation, identity, alterity

SUMÁRIO

Apresentação	11
Introdução	15
1. Interdisciplinaridade	16
2. A costura das diferentes bases teóricas	18
3. A psicanálise	20
4. Lugar de escolhas	21
5. O veículo, as mensagens	24
6. O que é o discurso	26
7. Antes da análise, o significado dos termos	29
Capítulo primeiro	
Os outros no discurso: alteridade e formação de identidade.	
Problemas de gênero: o feminino e a busca da identidade	38
1. Identidade/subjetividade	38
2. A busca pela completude: Lacan e a constituição do sujeito	49
3. Problemas de gênero: o feminino e a busca da identidade	53
3.1 O feminino e seu lugar na história	53
3.2 Mistério necessário?	62
4. A busca pela identidade – natureza e cultura	63
5. Relações de gêneros	64
6. Expressões que representam	68
7. Revistas femininas e três tipos marcados de alteridade	78
Capítulo segundo	
Jornalismo feminino e os casos de Marie Claire e Malu	85
1. Breve histórico das revistas femininas	85
2. O mercado editorial brasileiro das revistas femininas no começo do século 21	91

3. Marie Claire e Malu no começo do século 21	93
3.1 Marie Claire	93
3.2 Malu	95
4. Marie Claire e Malu em 2005 e 2006	96
5. Marie Claire – os temas tratados	97
6. Malu – os temas tratados	102

Capítulo terceiro

Marie Claire e Malu: análises	110
1. Encontro de temas	110
1.1 O corpo e a cirurgia plástica	111
1.2 Relação homem x mulher: o primeiro encontro	112
1.3 Relacionamento: sexo com garoto de programa	114
1.4 Perfil: Sue Johanson	117
2. Análise final	119
2.1. Marie Claire – Análise de reportagens	120
2.2. Malu – Análise de reportagens	137

Considerações finais	156
-----------------------------	-----

Bibliografia	164
---------------------	-----

Apêndices	168
1. APÊNDICE 1 – Tabulação do corpus – Marie Claire	169
2. APÊNDICE 2 – Tabulação do corpus – Malu	217

Anexos	251
---------------	-----

Quanto mais habilito-me a interpretar o mundo, melhor compreendo a necessidade de se conquistar uma identidade, que unicamente uma consciência ativa e alerta nos pode conferir. Sou naturalmente feminista, e aspiro para a mulher (*que seja*): independentemente desenvolvida, capaz de integrar-se ao centro das decisões, de que esteve sempre excluída, e ajudar a tornar possível e melhor a vida comunitária dos nossos tempos.

Nélida Piñon em entrevista a Clarice Lispector, Clarice Lispector – Entrevistas

APRESENTAÇÃO

Esta pesquisa de mestrado tem como objetivo mostrar a mulher representada em discursos midiáticos – no caso, duas revistas femininas: Marie Claire (Ed. Globo) e Malu (Ed. Alto Astral). O passo principal é captar as armadilhas lingüísticas para compreender as idealizações e identificações propostas pelo discurso às leitoras para seguir, então, a uma análise centrada na construção das identidades sociais desses leitores, partindo do princípio de que o eu/sujeito se define pela relação com o outro e, na medida em que fala das formações sociais e é falado por elas, recupera um modo próprio de presença no mundo (DISCINI, 1996: 210). Proponho neste trabalho que, mais do que apenas oferecer um conteúdo informativo, mais do que ser um produto da indústria cultural, as revistas femininas têm uma particularidade se comparadas a outros meios de comunicação: funcionam como uma espécie de “amigas” das leitoras¹. Assim, são legitimadas duplamente: pelo papel de uma amiga mais sábia que aconselha e pelo discurso jornalístico que prima pela “verdade”, ou pelo efeito de verdade.

A pesquisa foi instigada pela edição de abril de 2004 de Marie Claire, que trazia um “dossiê” sobre a mulher de 30, com reportagens que faziam o retrato dessa mulher contemporânea. As reportagens dessa edição abriram caminho para um questionamento mais amplo: afinal, quem é essa mulher que está sendo representada – e como essa mulher representada atinge a mulher-leitora. O objetivo, a partir daí, foi analisar mais do que uma reportagem, mas um conjunto delas, entre matérias de comportamento, beleza, moda e até (aparentemente) simples notas sobre livros e diversão. A curiosidade foi além: como se representa a mulher em duas revistas distintas. Neste ponto, propus encontrar uma revista que abordasse a posição da mulher no mundo, mas com uma outra linguagem. A escolha na banca, dessa vez, foi aleatória. Buscou-se

¹ Esta concepção da revista como amiga pode ser exemplificada com um trecho da seção “Minha história” de Malu, na edição de 3 de março de 2005. Nela a leitora conta um acontecimento da sua vida, e revela: “Nunca contei a ninguém, sempre guardei esse sofrimento comigo e hoje estou me abrindo com a *minha melhor amiga, a Malu*” (grifo da autora).

apenas uma revista mais popular, a partir principalmente do critério “preço de capa”: e se escolheu a Malu.

Marie Claire e Malu têm públicos e uma posição no mercado distintos – principalmente pela primeira ser mensal e a segunda, semanal. O tratamento do texto é, visivelmente, outro, assim como o layout e as artimanhas para chamar a atenção dos leitores. Se Marie Claire é supostamente direcionada para o estereótipo de mulheres de poder aquisitivo mais alto, que trabalham e são independentes – ou, ainda, para aquelas que desejariam sê-lo –, Malu é uma revista reconhecida como popular, para o estereótipo de mulheres de poder aquisitivo mais baixo. A união das duas, aqui, é baseada no leitor-alvo: a mulher, e a busca pelo reconhecimento da mulher que está representada nas páginas de cada revista.

A questão não é buscar a maneira mais real ou verdadeira de se mostrar a mulher, mas o entendimento de uma série de significados interconectados em torno da categoria “mulher” (McROBBIE, 1996). Assim, entre as representações a serem avaliadas está a posição da mulher frente ao mundo: quem são as mulheres-exemplo/os ideais de mulher, aos quais as leitoras são levadas a se identificar ou a idealizar, a querer ser iguais? Qual o papel que essa mulher representa no mundo hoje: as revistas lhe impõem certos papéis, padrões-de-ser? Qual a posição das mulheres em relação ao homem: atrás de certa modernidade aparente e aclamada ainda há subordinação a padrões androcêntricos? Há mudanças reais ou elas estão apenas no nível das aparências? Quais são os valores que estão na base do discurso, que se escondem nas entrelinhas, no não-dito?

Ciente de que muito já se pesquisou sobre o tema das revistas femininas no Brasil e no mundo, a inovação aqui não se pretende pelo tema ou pela metodologia, mas principalmente pela proposta de um novo olhar: é procurar novas visões a partir da investigação e reflexão tanto teórica quanto empírica, com o objetivo, senão de produzir respostas a um momento atual, pelo menos de indicar a presença de questões que precisam ser problematizadas em seu caráter histórico e cultural.

Para dar conta de atingir as metas da pesquisa, este trabalho é estruturado em três capítulos, mais esta apresentação, uma introdução e as considerações finais, além dos apêndices e anexos. A introdução traz as bases teóricas adotadas na pesquisa e como elas se costuram no fazer da dissertação, além de trazer informações sobre a mídia, as escolhas discursivas e uma explicação sobre a metodologia e termos empregados na análise do corpus, baseados na semiótica e na análise do discurso.

O capítulo primeiro é centrado na questão da identidade e na importância da alteridade (a relação com o outro) na formação da identidade. São apresentados conceitos e teorias dos estudos culturais e da psicanálise para entender as bases de constituição do sujeito. Também nesse capítulo é tratada a questão da identidade e do feminino, trazendo um trajeto dos estudos sobre o feminino e seu lugar na história, a questão do feminino em Freud, além de discutir a estrutura social androcêntrica e as relações de gênero com base principalmente nos estudos de Pierre Bourdieu. São propostos, ainda, três tipos de alteridade para a construção da identidade, que estão marcados e mostrados nas revistas femininas: o outro com quem se quer identificação, o outro diferente que assegura a identidade e a mulher colocada como outro (o outro-objeto em relação ao homem).

O capítulo segundo mostra um breve histórico das revistas femininas no Brasil e no mundo, e sua importância atual dentro do mercado editorial brasileiro. São apresentadas Marie Claire e Malu e suas características nos anos de 2005 e 2006 (período de análise neste trabalho), com tabelas e discussões sobre os principais temas que aparecem nas páginas das duas revistas.

A análise do corpus é realizada no capítulo terceiro. Primeiramente, com uma aproximação das duas revistas, mostrando e analisando temas que se repetiram nas duas. Depois, segue-se para a análise aprofundada de dez textos, cinco de cada revista, com base na semiótica e na análise do discurso.

Para finalizar, um capítulo com as considerações finais costura as idéias apresentadas em toda esta dissertação, que apresenta, ainda, a bibliografia, uma seção de apêndices que traz a tabulação das edições pesquisadas com a relação

das reportagens e temas tratados em cada número, e os anexos, onde estão publicadas na íntegra as reportagens citadas na pesquisa.

INTRODUÇÃO

“Descrever o sentido dos textos é, pois, reconstruir mecanismos de construção desse texto, sem se circunscrever à superfície textual. Descrever o sentido dos textos é orientar o olhar analítico para alguém da aparência do que é dito, onde está a imanência. Dela e com ela se salta para a transcendência, para a exterioridade, para a História” (DISCINI, 2005b: 263).

Ao mostrar as mulheres e suas representações em um discurso midiático – no caso, as revistas *Marie Claire* (Ed. Globo) e *Malu* (Ed. Alto Astral) – esta dissertação tem como objetivo seguir uma análise centrada na construção das identidades sociais das leitoras, partindo do princípio de que o eu/sujeito se define pela relação com o outro. Serão pesquisados um grupo de significados interconectados em torno da categoria “mulher” (McROBBIE, 1996: 173), e como as representações e o funcionamento do discurso midiático sobre (e para) as mulheres reconhecem e reforçam certas identidades, certas posições de sujeito.

Juntas, *Marie Claire* e *Malu* marcam duplamente a identidade e a diferença (de classe social e de gênero). As entrevistas, imagens e propostas de comportamento que formam parte dos textos jornalísticos nessas duas revistas remetem a uma ordem do “real” idealizado. As entrevistadas de *Marie Claire* são, em sua maioria, mulheres bem-sucedidas e exemplares. Já *Malu* muitas vezes se baseia na ficção para autenticar o “real”: utiliza fatos ocorridos nas novelas televisivas como base para textos sobre comportamento ou, ainda, fatos ocorridos com as chamadas celebridades, pessoas famosas que estão em evidência. As citações e entrevistas remetem a uma necessidade de autenticar o real, mas criam apenas “efeitos de real” – termo empregado por Barthes (1970) para designar o resultado das estratégias dos discursos realistas, aqueles que, na busca de testemunho para seu testemunho, recorrem a uma realidade em cuja construção colaboram. Assim, concretiza-se um real que, na verdade, é mediatizado.

Se são um espelho, as mídias não são mais do que um espelho deformante, ou mais ainda, são vários espelhos deformantes ao mesmo tempo, daqueles que se encontram nos parques de diversões e que, mesmo deformando, mostram, cada um à sua maneira, um fragmento amplificado, simplificado, estereotipado do mundo (CHARAUDEAU, 2006: 20).

O discurso midiático aqui estudado apresenta representações de mulheres e, assim, acaba por legitimar as identidades que ele mesmo constrói e produz, ao mesmo tempo em que restringe um conhecimento da condição da mulher a certas imagens da sexualidade feminina. Pois quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade. Não uma identidade fixa, porque as identidades não são fixas, mas uma identidade sustentada na idéia do “tornar-se” – identidade como movimento e transformação.

Como um discurso midiático, essas publicações têm o poder de definir a identidade e de marcar a diferença. São marcas que demarcam fronteiras (como nós/eles), classificam e ditam regras do que é o normal e, conseqüentemente, do que é desviante. Diz quem fica dentro e quem fica fora e, por isso, fossiliza as relações de poder.

1. Interdisciplinaridade

Começo pensando o processo da comunicação baseado em torno do eixo emissor/mensagem/receptor, como aquele no qual o emissor e o receptor estão implicados em um mesmo fundamento: a dependência aos significantes da linguagem. Em que a língua não pertence nem ao emissor nem ao receptor, mas se situa na dimensão exponenciada da alteridade, “o lugar do Outro, que, poderíamos dizer, é também o lugar da história onde se acumulam e são determinadas as redes de significantes” (FREITAS, 1992: 102).

O discurso, aqui, é entendido não como algo utilitário, um instrumento, mas como um fenômeno de linguagem. Algo que, como explicou Foucault em uma entrevista publicada da Folha de S. Paulo, não é apenas uma espécie de película transparente através da qual e graças à qual enxergamos as coisas, não é

simplesmente o espelho do que somos e do que pensamos – o discurso possui uma consistência própria, sua espessura, sua densidade, seu funcionamento².

É na busca dessa densidade que empreendo uma empreitada para o reconhecimento da subjetividade na linguagem e de seu papel na constituição do sujeito, “determinante, como Lei e Desejo do processo pelo qual os indivíduos ingressam na sociedade em condições social e historicamente determinadas” (FREITAS, 1992: 44).

Uma ação que, neste caso, irá primar pela interdisciplinaridade, como uma marca das ciências humanas. “Uma das características das ciências humanas é a possível e necessária articulação entre diferentes abordagens” (CHARAUDEAU, 2006: 22). Assim, a pesquisa aqui proposta irá se servir da perspectiva de campos diversos, como os estudos culturais, a análise do discurso, a semiótica e a psicanálise, almejando avançar em um campo teórico, o da comunicação, em função de sua exposição ao saber de outros campos. É importante salientar que, apesar de utilizar elementos da semiótica e da análise do discurso como base metodológica para a análise do corpus, este presente trabalho não se propõe a ser, a rigor, um estudo semiológico. O objetivo, no entanto, é utilizar essas disciplinas por acreditar que oferecem conceitos capazes de mostrar como um texto produz sentidos e os desenvolve ao longo de seu próprio tecido, além de contribuir na compreensão do discurso midiático e na relação que este faz com o leitor.

Ciente de que qualquer discurso de análise que pretenda descrever a totalidade de uma realidade empírica seria mistificador, o objetivo é iniciar um processo de interpretação “que implique uma crítica social, não como ideologia (se a crítica fosse direcionada, perverteria o objetivo científico), mas como processo que faz descobrir o não-dito, o oculto, as significações possíveis que se encontram por trás do jogo de aparências” (CHARAUDEAU, 2006: 29). Aceito, então, o papel do analista proposto por Charaudeau, que aceita e evidencia a relatividade de suas interpretações.

² Entrevista de 1966 com Michel Foucault, publicada na Folha de S. Paulo em 21/11/2004.

Apresentar como verdade absoluta uma explicação relativa e acreditar nela seria arrogância. Fazê-lo sem acreditar seria cinismo. Entretanto, entre arrogância e cinismo, há lugar para uma atitude que, sem ignorar as convicções fortes, procure compreender os fenômenos, tente descrevê-los e proponha interpretações para colocá-los em foco no debate social (CHARAUDEAU, 2006: 29).

2. A costura das diferentes bases teóricas

Psicanálise, análise do discurso, semiótica e estudos culturais e de mídia irão aparecer neste trabalho às vezes separadamente, às vezes juntos. O objetivo é abrir o campo de pesquisa em comunicação para o que se está estudando em outras disciplinas e, assim, entender o fazer-jornalístico dentro de outros fazeres, por meio de outros olhares.

A psicanálise nos ajuda a entender as interações estabelecidas entre o leitor e o discurso e ainda irá apoiar a análise aqui proposta no entendimento do conceito de identidade e de identificações e como se dá sua formação no sujeito – e, assim, analisar como se dá o processo de identificação nas revistas femininas, buscando uma nova visão sobre a forma com que as leitoras recebem as informações. Os objetivos, assim, são: questionar se o leitor é apenas um receptor passivo e manipulável pelos padrões de comportamento supostamente impostos de forma vertical às mulheres – e, por outro lado, é questionar se as revistas são, conscientemente, as grandes vilãs-manipuladoras. É, ainda, tentar entender as relações estabelecidas entre as revistas e suas leitoras, assumindo que estas se identificam, de alguma forma, com os conteúdos ali presentes.

Juntamente à psicanálise, são trabalhados conceitos no grupo dos estudos culturais³, liderados por Stuart Hall, em pontos como identidade e alteridade, a relação do “eu” com o “outro” e a identidade como estabelecimento da

³ Oficialmente, os estudos culturais têm sua origem na Universidade de Birmingham, na década de 60, quando é fundado o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos. Entre seus expoentes estão Raymond Williams, Richard Hoggart, E. P. Thompson e Stuart Hall – este último ficou conhecido por dirigir o Centro em sua época mais produtiva (na década de 1970) e tem seu nome fortemente ligado aos estudos culturais. O objetivo do grupo é estudar as práticas culturais e como fenômenos particulares se relacionam com ideologias, nacionalismos, etnicidades, classes sociais ou de gênero. A sociedade é entendida como um receptor e como um produtor da cultura, e o foco dos estudos está na vida diária, em como as pessoas lidam com determinadas ações, e os valores que atribuem a

diferença. Uma identidade que surge de uma falta de inteireza que, por sua vez, é preenchida a partir do exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros e continuamos a buscar a “identidade” porque procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude.

Esses pontos ajudam a explicar a condição da leitora-alvo: a mulher. Enquanto isso, questões de gênero apresentadas por Simone de Beauvoir no meio do século 20 e Judith Butler, no final daquele século e princípio do 21, além dos estudos de Pierre Bourdieu sobre as relações de gênero e a estrutura social androcêntrica apóiam este trabalho na concepção da situação da mulher hoje, e como isso é representado nas páginas das revistas femininas. Ao mesmo tempo, nomes como o de Dulcilia Buitoni, Monique Vandresen, Carmen Rosa Caldas-Couthard, Angela McRobbie e Janice Winship auxiliam na localização histórica dessas revistas, e na atualidade de suas atuações na cultura.

Levando em conta que o jornalismo é um fato de língua, faz-se necessário pesquisar teorias das ciências da linguagem, da lingüística, além de semiótica e instrumentos da análise do discurso com o objetivo de entender os fenômenos lingüísticos em sua relação com o texto jornalístico. A análise do discurso vê o sujeito como um sujeito disperso, cindido, assujeitado pela ideologia e constituído pela linguagem. Os sentidos são determinados ideologicamente e construídos dentro de certas arenas histórico-culturais. “A Análise de Discurso opera com a não-transparência de uma linguagem que não fixa os sentidos no texto, mas que significa e produz sentidos, os quais são socialmente construídos” (OLIVEIRA, 2006: 12). Ou seja, aqui está em jogo um texto que se relaciona com interdiscursos, com ideologias, com história, com uma linguagem como sendo uma “estrutura socialmente construída e, portanto, sujeita aos fenômenos sócio-históricos” (OLIVEIRA, 2006: 12). Para a análise do corpus, foi escolhida, como metodologia, noções da semiótica greimasiana acompanhadas da análise do discurso de linha francesa. A utilização das duas teorias não é vista, aqui, como contraditória. Ao contrário, o objetivo da

essas ações e práticas (sejam elas jantar fora ou ler um jornal). Os estudos culturais são submersos na transdisciplinaridade, combinando disciplinas como economia política, comunicação, sociologia, teoria literária, teoria midiática, antropologia, filosofia e história da arte, entre outros.

utilização de elementos tanto da análise do discurso quanto da semiótica é oferecer maior riqueza de visões e de interpretações dos textos midiáticos. Tampouco a união de tais elementos é impossível, já que a semiótica costuma herdar noções da análise do discurso, principalmente ao tratar operacionalmente o texto na composição “plano da expressão/plano do conteúdo” – e supor, no plano do conteúdo, o nível discursivo⁴ – o patamar operatório onde se concentra o sujeito da enunciação e onde os valores são observados como prenhes de formações ideológicas. São importantes nessa empreitada nomes como o de Émile Benveniste, Ferdinand de Saussure, Dominique Maingueneau, Michel Foucault e, no Brasil, os pesquisadores José Luis Fiorin e Norma Discini.

3. A psicanálise

A experiência da subjetividade, como o discurso do inconsciente em que está a psicanálise, não é oposta nem está em choque com a experiência do lado social, como o discurso do político. Esses dois discursos “são muito menos antinômicos do que podiam parecer à primeira vista, permitindo-nos, dessa maneira, ultrapassar uma certa visão ingênua que reduzia a psicanálise ao estudo do desenvolvimento normal e patológico do indivíduo, deixando às outras ciências humanas o estudo de tudo aquilo que diria respeito ao coletivo” (KOLTAI, 2005: 94).

A teoria psicanalítica chega no fim do século 19, com Sigmund Freud, criando um corte epistemológico ao propor a existência do inconsciente. Assim, os sintomas do corpo passaram a ter causa não apenas no organismo somático,

⁴ No percurso gerativo do sentido, temos a tripartição do discurso em três níveis: profundo, narrativo e discursivo. Em poucas linhas, significam: no nível profundo estão inscritos os valores que sustentam o texto: bem x mal, morte x vida, verdade x mentira. O texto possui, ainda, uma direção que percorre certos valores que podem ir dos positivos (euforia) aos negativos (disforia) ou, ainda, fazer o caminho inverso. O nível narrativo de um texto apresenta a narratividade, nas quais ocorrem transformações de estados provocadas por um sujeito do fazer. A narrativa apresenta um esquema canônico com quatro fases: manipulação (destinador/destinatário); competência (poder, querer, dever, saber); performance (fazer ser) e, por fim, sanção (destinador/julgador). No nível discursivo, o texto ganha características próprias e aborda aspectos estruturais do discurso: pessoalização, temporalização, espacialização, relação enunciador/enunciatário etc.

mas em outro “lugar”. “Não é o corpo-objeto vivido pelo sujeito que existe concretamente, e sim o corpo vivido pelo sujeito” (BEAUVOIR, 2002: 59).

O próprio “personagem” do trabalho, as mulheres, já merecem, por si só, uma busca pelas idéias da psicanálise. Afinal, o discurso psicanalítico se inaugura a partir de uma interrogação sobre o feminino – lembrando que os discursos são historicamente determinados – e emerge para dar conta de uma diferença que, em razão da entrada do feminino da cena social, não pôde mais ser evitada (NERI, 2002: 13). Dessa forma,

o feminino, ao se apresentar como outro, vem desconstruir o universal, conjugado durante séculos no masculino, instalando a questão da diferença sexual no cerne da psicanálise. A riqueza e a singularidade da psicanálise estão no fato de ela ter se constituído justamente na tensão discursiva – presente na obra freudiana – entre dar voz a esse outro, singular, e reafirmar o masculino como universal na cultura (NERI, 2002: 13).

Sim, porque apesar de termos o surgimento de uma disciplina que coloca o feminino como princípio das investigações, e embora a emergência deste feminino marque a modernidade – a transição do século 19 ao 20 – “o homem nesse momento ainda é majoritariamente o *sujeito* do discurso e a mulher, necessariamente, seu *objeto*” (FRAISSE *apud* NERI, 2002: 19).

Da mesma forma, se a psicanálise se enuncia pelo teatro da histeria, o feminino acaba por ser posto na posição de objeto de investigação de uma produção discursiva que visa a decifrá-lo ou a apontar seu mistério. Essa “busca pela verdade” é resultante do desejo de homens sujeitos do discurso que ainda postulam a verdade universal e acreditam que seus discursos sobre ela concernem à mulher (DERRIDA *apud* NERI, 2002: 19).

4. Lugar de escolhas

Os discursos midiáticos formam parte da rede cultural na qual o sujeito busca encontrar seu modo de presença no mundo. E são, assim, o veículo de uma mensagem própria de um determinado sujeito que acaba imprimindo sua marca. O discurso integra nas suas estruturas o locutor e o auditor, com o

desejo do primeiro influenciar o segundo. Nos enunciados há sempre “o movimento narrativo de um sujeito que manipula outro para que este queira e deva entrar em conjunção com um determinado valor” (DISCINI, 2005b: 274).

Isso nos leva à constatação de que há sempre, por trás do discurso, uma escolha. “Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro” (CHARAUDEAU, 2006: 39).

Essa escolha pode ser baseada em uma vontade de verdade – uma conceituação foucaultiana que valida a circulação de determinados enunciados em função de cada momento histórico. Uma vontade de verdade como procedimento de controle e de delimitação do discurso. Os meios de comunicação são uma das instituições que sustentam determinadas vontades de verdades, ou seja, mascaram a exclusão e a interdição de certos elementos que não podem ser ditos para que se mostre aos nossos olhos uma verdade “que seria riqueza, fecundidade, força doce e insidiosamente universal” (FOUCAULT, 2004: 20) e, assim, modulam de certa maneira o que pode e o que deve ser dito.

Se o jogo das restrições que definem a “língua”, a de Saussure e dos lingüistas, supõe que não se pode dizer tudo, o discurso, em outro nível, supõe, pois, que, no interior de um idioma particular, para uma sociedade, para um lugar, um momento definidos, só uma parte do dizível é acessível, que esse dizível constitui um sistema e delimita uma identidade (MAINGUENEAU, 2005b: 16).

O discurso da mídia é afetado por fatores sociais, pela história, por estereótipos – e também os jornalistas são interpelados como sujeitos. É, como também propõe Maingueneau, um discurso no qual “o interdiscurso tem precedência” (MAINGUENEAU, 2005b: 21). Ou seja, considera-se o discurso não como algo puro e fechado, mas impregnado de interdiscursos, um espaço de troca entre os vários discursos que ficam como a pairar ao redor e a inserir (ou deixar de lado) enunciados e ideais culturais dentro do texto que está sendo analisado. Os fatores culturais da sociedade estão sempre se inserindo em

discursos que à primeira vista podem parecer inéditos. Há sempre o encontro com outros discursos primeiros, como lembra Tzvetan Todorov ao citar que “o discurso encontra o discurso do outro em todos os caminhos que levam a seu objeto” (TODOROV *apud* MAINGUENEAU, 2005b: 35).

A maneira pela qual se captura o leitor não é fácil de determinar. E tampouco há como saber exatamente o que pode incitar os indivíduos a se interessar pelas informações difundidas pela mídia (CHARAUDEAU, 2006: 25). As revistas femininas, por exemplo, contribuem para a manutenção de valores culturais ao construir uma leitora ideal que é ao mesmo tempo produzida e “aprisionada” pelo texto (CALDAS-COUTHARD, 1999: 12).

A opção da mídia, portanto, é de considerar os indivíduos-leitores como um “alvo ideal”, ou seja, construir um leitor ideal e lhe oferecer a informação que o produtor da informação imagina que aquele não sabe e queira saber. E, para atingir um maior número de receptores em um mercado editorial cada dia mais concorrido (não nos esqueçamos de que, ao mesmo tempo em que são uma fonte de informação, as mídias também são empresas com metas e concorrências)⁵, a opção adotada por muitos é não sair do lugar comum.

As mídias acham-se, pois, na contingência de dirigir-se a um grande número de pessoas, ao maior número, a um número planetário, se possível. Como fazê-lo a não ser despertando o interesse e tocando a afetividade do destinatário da informação? A não ser distribuindo “no mundo inteiro as mesmas simplificações e os mesmos clichês?”⁶
(CHARAUDEAU, 2006: 19)

A leitura das revistas femininas é agradável e pode ser feita tanto no mundo privado das leitoras quanto em lugares públicos, como em cabeleireiros e consultórios médicos. “O ato de ler revistas femininas envolve muitos prazeres: tanto no campo textual e semiótico quanto no sensual. Tudo é

⁵ O capítulo segundo traz informações específicas sobre o mercado editorial no Brasil e, especificamente, sobre as revistas femininas.

⁶ Aqui, Charaudeau cita Milan Kundera, em *A arte do romance* e continua o pensamento deste autor na nota de rodapé: “E pouco importa que em seus diferentes organismos os diferentes interesses políticos se manifestem (...), eles possuem todos a mesma visão de vida que se reflete na mesma ordem segundo a qual é composto o seu sumário, com as mesmas rubricas, as mesmas formas jornalísticas (...)”.

agradável – imagens de corpos ideais, de lugares magníficos – desejos – em relação aos corpos e aos objetos – são despertados constantemente” (CALDAS-COUTHARD, 1999: 13).

De acordo com Caldas-Couthard, as revistas femininas se apóiam sobre três tipos de ideologias-âncoras: o consumo, o conselho e a informação. E é a partir dessas três âncoras que se constrói a imagem da identidade da mulher ideal. O consumo porque “o papel da propaganda é crucial em moldar suas mensagens culturais” – e o consumo, como será mostrado na análise, não está somente vinculado aos anúncios pagos, mas faz parte do conteúdo editorial em matérias de moda, beleza e vitrine de produtos; o conselho porque admitem as leitoras como mulheres com “uma série de inseguranças e fragilidades (...). A identidade genérica que posiciona as leitoras onde tudo é naturalizado e homogeneificado trabalha com a díade sucesso versus inferioridade”; e informação porque a revista escolhe o que informar e aí “questões de beleza, moda, maternidade e educação são constantemente abordados” (CALDAS-COUTHARD, 1999: 15).

5. O veículo, as mensagens

Levar em conta o texto apenas como frases soltas não é suficiente para uma análise completa do discurso. É preciso conhecer seu suporte: de que maneira/onde o texto está sendo transmitido/veiculado. “Hoje estamos cada vez mais conscientes de que o *mídium*⁷ não é um simples ‘meio’ de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer” (MAINGUENEAU, 2005: 71). Mais: uma importante mudança na mídia modifica um conjunto de um gênero de discurso. Exemplo: um texto midiático do tipo prescritivo, em uma revista feminina (“*como deve agir a mulher moderna*”), se transposto de veículo – uma enciclopédia, por exemplo, ou um livro sobre estereótipos – em cada um deles

⁷ Maingueneau utiliza o termo *mídium* em substituição a *mídia*, como referência às mediações pelas quais uma idéia se torna força material.

terá um contrato diferente, já que os co-enunciadores passam a assumir papéis diferentes. E já não são mais um gênero midiático.⁸

Temos, no corpus a ser trabalhado, o exemplo de uma mídia impressa. Uma das características do ato de imprimir é o de uniformizar o texto: sabe-se que, assim como aquele que se está lendo, há muitos outros idênticos e uniformes. Não há a marca da individualidade, caso da escrita a mão, ao contrário, “abstrai o texto da comunicação direta, de pessoa a pessoa” (MAINGUENEAU, 2005: 80). No caso das revistas femininas – textos impressos, milhares de edições idênticas circulando entre leitores – há, no entanto, marcas para suavizar essa aparência de distanciamento. É claro que, por um lado, esse distanciamento é um dos fiadores do gênero midiático: é preciso, afinal, trabalhar com a objetividade dos fatos, com a imparcialidade. No entanto, o jornalismo das revistas femininas pretende algo mais: a representação das mulheres, que devem estar, de certa forma, próxima das leitoras. Para isso, utiliza-se de recursos que o próprio meio impresso lhe assegura, como a ocupação de certo espaço material e a utilização iconográfica. Esquemas, gravuras e, principalmente, fotos, contribuem para equilibrar o binômio distanciamento-aproximação entre o leitor e a mídia (o meio). Assim, imagens de atrizes famosas e de mulheres esteticamente perfeitas (estereotipicamente) são utilizadas para trazer o texto até a leitora – como se elas contribuíssem para a veracidade do texto e às vezes, até, como se elas fossem uma marca do discurso oral, pessoa a pessoa.

Junta-se a esses dados a “posição” do enunciado, que, neste caso (gênero midiático), seria um “enunciado independente do ambiente”. Estão inseridos nessa categoria os textos que tendem a ser auto-suficientes e não “se apóiam em um ambiente partilhado com o co-enunciador, que não pode interferir na enunciação” (MAINGUENEAU, 2005: 77). Caso dos textos jornalísticos. No entanto, muitas vezes as revistas femininas jogam com essa distinção entre enunciados dependentes e independentes do ambiente, trazendo certas marcas de um enunciado dependente: para trazer o leitor (co-enunciador) e manter a relação próxima, utilizam, por exemplo, fórmulas fáticas, que contribuem para

⁸ O exemplo aqui exposto é apenas para ilustração.

manter o contato (*escute, veja bem, está vendo?*), além de pronomes demonstrativos (*esse, isso etc*). Neste caso, temos, segundo a definição de Maingueneau, um *enunciado escrito de estilo falado*. O objetivo, com isso – levando a análise ao corpus a ser trabalhado –, é dar ao leitor a impressão de que ele tem acesso imediato à realidade de uma mulher com a qual é incentivado a se identificar (MAINGUENEAU, 2005: 78).

6. O que é o discurso

Um discurso, na perspectiva da escola francesa, é um conjunto de textos que tem certa regularidade enunciativa dentro de um modo de inscrição histórica – são objetos integralmente lingüísticos e integralmente históricos.

Aqui, utilizamos os estudos de Maingueneau⁹ para explicar as características essenciais do discurso, uma noção que vai nos acompanhar por toda esta dissertação:

a) É uma organização situada para além da frase

O discurso mobiliza estruturas *de uma outra ordem* que as da frase. Não significa que tenha de ser composto por mais de uma palavra ou mais de uma frase. “Um provérbio ou uma interdição como ‘Proibido fumar’ são discursos, formam uma unidade completa, mesmo sendo constituídos por uma única frase” (MAINGUENEAU, 2005: 52). Como unidades “transfrásicas”, os discursos estão submetidos a regras de organização de um dado grupo social, “regras que governam uma narrativa, um diálogo, uma argumentação” (MAINGUENEAU, 2005: 52).

b) É orientado

É orientado não apenas porque surge de uma perspectiva do locutor, mas porque, ao se desenvolver *no tempo*, é construído em função de uma finalidade, “devendo, supostamente, dirigir-se para algum lugar” (MAINGUENEAU,

⁹ Faço, aqui, um resumo das características do termo *discurso*, que foram desenvolvidas em MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2005 e também em CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

2005: 53). Um discurso pode desviar seu rumo inicial, em um jogo de antecipações ou retomadas, constituindo um verdadeiro “monitoramento” do locutor.

c) É uma forma de ação

“Falar é uma forma de *ação* sobre o outro e não apenas uma representação do mundo” (MAINGUENEAU, 2005: 53). Maingueneau mostra que a problemática dos “atos de linguagem” coloca que toda enunciação¹⁰ constitui um ato (prometer, sugerir, afirmar, interrogar etc.), que visa a modificar uma situação ou seu destinatário.

d) É interativo

Já que é uma inter-atividade entre dois parceiros. A manifestação mais evidente do binômio EU-VOCÊ está na interação oral, quando dois locutores percebem imediatamente o efeito de suas palavras no outro. Mas “toda enunciação, mesmo produzida sem a presença de um destinatário, é, de fato, marcada por uma *interatividade* constitutiva” (MAINGUENEAU, 2005: 54). Isso porque não deixa de ser uma troca, ainda que por vezes implícita, com outros enunciadores e supõe sempre uma outra instância de enunciação à qual se dirige e é em relação a ela que o discurso é construído. Ao admitir a interação do discurso, admitimos, também, que o destinatário não é passivo, já que a enunciação não caminha em um sentido único. Maingueneau cita o lingüista Antoine Culioli e admite a substituição da palavra “destinatário” por “co-enunciador”. Os coenunciadores são os dois parceiros do discurso.

e) É contextualizado

“Não existe discurso senão contextualizado” (MAINGUENEAU, 2005: 54). Não se pode atribuir verdadeiramente um sentido a um enunciado fora de contexto – e o “mesmo” enunciado em lugares distintos são dois discursos

¹⁰ *Enunciado x enunciação*: “O enunciado se opõe à enunciação da mesma forma que o produto se opõe ao ato de produzir; nesta perspectiva, o enunciado é a marca verbal do acontecimento que é a enunciação” (MAINGUENEAU, 2005: 56).

distintos. “Além disso, o discurso contribui para definir seu contexto e pode modificá-lo durante a enunciação” (CHARAUDEAU, 2004: 171).

f) É assumido por um sujeito

Indica quem é o responsável pelo enunciado e o responsável por sua veracidade. Há sempre um EU que se coloca como fonte de referência e que indica a atitude que está tomando em relação ao que diz e em relação ao co-enunciador.

O locutor pode modular seu grau de adesão (“Pode ser que chova”), atribuir a responsabilidade a algum outro (“Segundo Paulo, chove”), comentar sua própria fala (“Na minha opinião, vai chover”), tematizar (“Paulo, ele não está em questão”) etc. Pode até mesmo mostrar a seu interlocutor que apenas finge assumi-la (caso da ironia). A reflexão sobre as formas de subjetividade que o discurso supõe é um dos grandes eixos da análise do discurso (CHARAUDEAU, 2004: 171).

g) É regido por normas

Os interlocutores (ou coenunciadores) respeitam certos conjuntos de normas quando estão em um ato de comunicação verbal. É preciso acreditar na veracidade do que se está escutando (ou lendo). “Um ato tão simples em aparência como a pergunta, por exemplo, implica que o locutor ignore a resposta, que essa resposta apresente algum interesse para ele, que ele acredite que esse co-enunciador tem condições de responder-lhe” (MAINGUENEAU, 2005: 55).

h) É considerado no bojo de um interdiscurso

“Para interpretar qualquer enunciado, é necessário relacioná-lo a muitos outros” (MAINGUENEAU, 2005: 55) – e só vai adquirir sentido em um universo de outros discursos, onde vai construir seu caminho. Um discurso se constrói dentro de muitos outros. Lembremos, aqui, que o interdiscurso também funciona como uma “força ideológica homogeneizante, memória do dizer – o “já-dito” – do sentido constituído sócio-historicamente” (OLIVEIRA, 2006: 13).

Compreender essas características essenciais do discurso ajuda na compreensão de como elas se dão no discurso jornalístico das revistas femininas, como princípios que vão nortear a análise de cada texto.

7. Antes da análise, o significado dos termos

Os termos da grade semiótica e da análise do discurso que serão aplicados para a análise do corpus estão explicitados nesta introdução para posterior uso durante as interpretações. Para melhor organização, cada subtítulo trata de um conceito distinto, com explicações de seus significados e de suas aplicações na análise dos textos.

a) Tematização e figurativização

Os temas reproduzem conceitos por meio de categorizações, as figuras representam elementos do mundo natural – as figuras, normalmente, concretizam os temas e os dois, juntos, reproduzem nos textos o imaginário social: a mulher perfeita, a mulher dona de casa, o príncipe encantado, a mulher que se completa com os filhos etc. Um imaginário que, transmitido por gerações, passa a constituir um campo de manipulação inconsciente (DISCINI, 2005: 284).

O discurso do senso comum, modalizado por um crer poder ser, um crer dever ser, um crer querer ser segundo valores tidos como inquestionáveis, constitui um bom exemplo para a cristalização de temas e figuras que fundamentam sistemas de preconceitos. Sustentados pelo princípio de que a realidade existe, *tal qual é*, uma realidade, portanto, sem contradições e mantida afastada da relação entre o ser e o parecer, o discurso do senso comum sedimenta, por meio da certeza, tematizações e figurativizações que, ao recortar o mundo, fazem parecer universal a verdade construída (DISCINI, 2005: 284).

A figurativização é trabalhada como um dado do nível discursivo, mas é produzida pelo nível profundo do discurso¹¹, ou seja, está baseada nos valores

¹¹ Ver explicação sobre o percurso gerativo do sentido na página 20 desta dissertação.

que sustentam uma sociedade: o que é Bem, o que é Mal, o que se julga certo ou errado – assim, suporta e organiza uma visão de mundo ou uma ideologia. Uma visão de mundo que, apesar de ser determinada historicamente, passa a ser assimilada como sendo natural e omnitemporal (DISCINI, 2005: 283). Mostrar essas formas de transmitir valores de uma sociedade é confirmar determinadas grades culturais, é julgar e instituir o que é bom ou ruim, o que deve ser buscado e o que se deve negar, institui o que é eufórico e disfórico. “Importa que temas e figuras, uma vez cristalizados, testemunham não apenas sistemas conceituais, mas sistemas de preconceitos” (DISCINI, 2005: 284). Preconceitos fundamentados, muitas vezes, no senso comum. Marilena Chauí, em seu artigo *Senso comum e transparência*, mostra como o senso comum funciona com a função de garantir uma realidade transparente, colocando tudo em seu devido lugar, e relaciona alguns exemplos:

O senso comum é a crença jamais questionada de que a realidade existe tal como é: as cores, os sons, os sabores existem tais como os percebemos, (...) a mulher é um ser sensível, intuitivo e frágil, destinado à maternidade e à casa, o homem é um ser racional, forte, destinado ao trabalho e à vida pública, o trabalho honesto é uma virtude, mas a preguiça e o roubo são imorais e crimes, os ricos são imorais e infelizes, mas os pobres são virtuosos e felizes com o pouco que lhes foi dado (quem tudo quer tudo perde), os instruídos são competentes e devem dirigir os demais no trabalho e na política, os não-instruídos são incompetentes e devem ser dirigidos, só é pobre quem quer, pois há trabalho honesto para todo mundo, mas os ricos são espertalhões e sem vergonha, por isso dize-me com quem andas e te direi quem és. Quando o senso comum se cristaliza como modo de pensar e de sentir de uma sociedade, forma o sistema dos preconceitos (CHAUÍ, 1996-1997).

Ao analisar o discurso, não basta, portanto, identificar esses temas e figuras, esses conceitos categorizados e símbolos representacionais que legitimam idéias pré-concebidas. É preciso ir além: examinar de que modo esses temas e figuras são tratados em determinados textos e como eles funcionam ao tratar a identidade do ideal de mulher.

b) Modalização

No nível narrativo do discurso, temos a fase de transformação, isto é, uma passagem de um estado inicial para um estado final, trabalhando com a manipulação (um personagem induz o outro a fazer alguma coisa) e a competência (o sujeito do fazer possui um poder ou um saber).

De acordo com o *Dicionário de semiótica* (GREIMAS & COURTÉS, s/d):

A partir da definição tradicional de modalidade, entendida como “o que modifica o predicado” de um enunciado, pode-se conceber a modalidade como a produção de um enunciado dito modal que sobredetermina um enunciado descritivo. (...) as duas formas de enunciados elementares (declarados canônicos), que são os enunciados de fazer e os enunciados de estado, são suscetíveis de se encontrarem ou na situação sintática de enunciados descritivos, ou na situação hiperotática, de enunciados modais. Por outras palavras, pode-se conceber: a) o fazer modalizando o ser (cf. a performance, o ato); b) o ser modalizando o fazer (cf. a competência); o ser modalizando o ser (cf. as modalidades veridictórias); e d) o fazer modalizando o fazer (cf. as modalidades factivas). (...)

Tomando-se em consideração o percurso tensivo que leva à realização, podem-se agrupar as modalidades, até aqui reconhecidas, de acordo com o quadro seguinte:

Modalidade	virtualizantes	atualizante	realizantes
exotáticas ¹²	<i>dever</i>	<i>poder</i>	<i>fazer</i>
endotáticas	<i>querer</i>	<i>saber</i>	<i>ser</i>

(...)

O outro critério classificatório, isto é, a natureza do enunciado a modalizar, permite distinguir duas grandes classes de modalizações: a do fazer e a do ser. Assim, a estrutura modal do dever-fazer, denominada prescrição, por exemplo, opõe-se à do dever-fazer, denominada necessidade, preservando uma afinidade semântica incontestável: nota-se que, no primeiro caso, a modalização enquanto relação predicativa incide sobre o sujeito que “modaliza”, e que, no segundo caso, é o objeto (isto é, o enunciado de estado), que

¹² Exotáticas são as modalidades capazes de entrar em relações translativas (de ligar enunciados que têm sujeitos distintos). Endotáticas são as modalidades simples (que ligam sujeitos idênticos ou em sincretismo).

é “modalizado” (GREIMAS & COURTÉS, s/d: 282-283).

A modalização será um importante conceito aplicado à análise para entender como se dá a manipulação para um querer-fazer/querer-ser e de que maneiras são trabalhadas a competência e a transformação do sujeito do discurso.

c) Ethos

“Toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito situado para além do texto” (MAINGUENEAU, 2005: 95). O ethos é o traço de caráter que o enunciador quer que seus auditores acreditem que ele tenha. Isso não é dado explicitamente – o enunciador não diz “eu sou isso ou aquilo”, mas é na qualidade de fonte da enunciação que se torna um fiador do que diz, dá um tom que confere autoridade ao que é dito. “Não se trata de afirmações autoelogiosas que o orador pode fazer sobre sua própria pessoa no conteúdo de seu discurso (...), mas da aparência que lhe confere a fluência, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, dos argumentos” (DRUCROT *apud* MAINGUENEAU, 2005c: 71). E, neste caso, não importa se é um texto oral ou escrito – sempre haverá um “tom” no discurso, um posicionamento.

Esse ethos discursivo contribui para o poder de persuasão de um discurso. “A qualidade do ethos remete, com efeito, à figura desse ‘fiador’ que, mediante sua fala, se dá uma identidade compatível com o mundo que se supõe que ele faz surgir em seu enunciado. Paradoxo constitutivo: é por seu próprio enunciado que o fiador deve legitimar sua maneira de dizer” (MAINGUENEAU, 2005c: 73).

Existe também, no entanto, um “ethos pré-discursivo” já construído e esperado pelo público/leitor. Mesmo que esse co-enunciador não saiba nada previamente sobre o caráter do enunciador, o simples fato de que um texto pertença a um gênero de discurso ou a um certo posicionamento ideológico induz expectativas em matéria de ethos (MAINGUENEAU, 2005c: 71).

No discurso jornalístico, temos um narrador implícito que não se mostra, o que visa ao efeito de objetividade para produzir um efeito de imparcialidade – e, por consequência, marcar o efeito de verdade. Ao preencher seu contrato genérico, adota o ethos distante que se supõe convir a quem expõe e avalia serenamente. Usa-se, ainda, a palavra de especialistas para validar seu discurso, misturando com seu próprio discurso, e criando um efeito de sentido de realidade. Apesar disso, como iremos perceber na análise, os textos das revistas femininas às vezes quebram a primeira regra (a do ethos distante) – mas sempre com um objetivo determinado.

d) Cena da enunciação

O ethos é parte constitutiva da cena da enunciação – e os dois trabalham juntos como meio de persuasão. A cena da enunciação comporta, na realidade, três cenas: “cena englobante”, “cena genérica” e “cenografia”. Enquanto as duas primeiras têm relação com o gênero (a englobante corresponde ao tipo de discurso – literário, religioso etc. – a genérica é a do contrato associado ao gênero – editorial, reportagem, sermão etc.), a terceira, a cenografia, é constituída pelo próprio texto. Assim, uma reportagem pode ter uma cenografia professoral, um sermão pode ter uma cenografia profética etc.

O leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apóia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc, ou mesmo em conteúdos explícitos. Em uma cenografia, como em qualquer situação de comunicação, a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do co-enunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge (MAINGUENEAU, 2005c: 77).

A cenografia vai, portanto, trabalhar para a criação de um espaço, de uma cena na qual o enunciado emerge, com características que apóiem o ethos na persuasão do leitor – características que validem o que se está dizendo.

Além de uma figura do enunciador e uma figura correlativa do co-enunciador, a cenografia implica uma cronografia (um momento) e uma topografia (um lugar) das quais o discurso pretende surgir. São três pólos indissociáveis: em tal discurso político, por exemplo, a determinação da identidade dos parceiros da enunciação (os “defensores da pátria”, “um grupo de trabalhadores explorados”, “administradores competentes”, “excluídos”...) vai de par com a definição de um conjunto de lugares (“a França eterna”, “o país dos Direitos do homem”, “uma província carregada de história”...) e momento de enunciação (“um período de crise profunda do capitalismo”, “uma fase de renovação”...) a partir dos quais o discurso pretende ser proferido, de maneira a fundir seu direito à fala em uma perspectiva de ação determinada sobre outrem (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004: 96).

e) A pessoa

“A categoria de pessoa é essencial para que a linguagem se torne discurso” (FIORIN, 2002: 41). É quando se instaura o *eu* que enuncia e o *tu* que co-enuncia – instauração que acontece no momento da tomada da palavra por um sujeito. Neste momento, aliás, também são instaurados o espaço e o tempo: o *aqui*, espaço do falante, e o *agora*, momento da fala. “O aqui é o espaço do eu e o presente é o tempo em que coincidem o momento do evento descrito e o ato de enunciação que o descreve” (FIORIN, 2002: 42). É a partir desses três elementos que se organizam as relações de pessoa, espaço e tempo no discurso.

A linguagem só é possível porque cada locutor se coloca como sujeito, remetendo a si mesmo como *eu* em seu discurso. Dessa forma, *eu* estabelece uma outra pessoa, aquela que, completamente exterior a mim, torna-se meu eco ao qual eu digo *tu* e que me diz *tu* (BENVENISTE *apud* FIORIN, 2002: 41).

Esse *eu*, no entanto, não se refere a um indivíduo, tampouco a um conceito. É algo exclusivamente lingüístico, ou seja, “ato de discurso individual em que *eu* é pronunciado e designa seu locutor” (BENVENISTE *apud* FIORIN, 2002: 41). A instauração do sujeito é dada na enunciação, ou seja, no ato de fala. E, no momento em que se designa como *eu* e se apropria da linguagem, o sujeito passa a construir o mundo enquanto objeto – ao mesmo

tempo em que se constrói a si mesmo: tematizado e figurativizado, passa a ser também um ator do discurso (FIORIN, 2002: 59). É um ato de mirar o mundo, e, segundo Greimas, é a intencionalidade¹³ fundadora da enunciação (GREIMAS & COURTÉS *apud* FIORIN, 2002: 42).

(...) o conjunto de procedimentos destinados a constituir o discurso como um espaço e um tempo povoados de atores diferentes do enunciador constitui para Greimas a competência discursiva em sentido estrito. Se se acrescenta a ela o depósito de figuras do mundo e de configurações discursivas que possibilita ao sujeito da enunciação o exercício da figurativização, temos a competência discursiva em sentido lato (GREIMAS & COURTÉS *apud* FIORIN, 2002: 42).

Um dos mecanismos de instauração de pessoas, espaços e tempos no discurso – e que será analisado com mais frequência neste trabalho – é a *debreagem*, uma operação em que a instância da enunciação disjunge de si e projeta para fora de si, no momento da discursivização, um outro lugar (um não-aquí), uma outra pessoa (não-eu) e um outro tempo (não-agora) do momento da enunciação. A *debreagem* é um elemento fundamental na constituição do enunciado, ao mesmo tempo em que contribui para articular a própria instância da enunciação. Há dois tipos de *debreagem* – a *enunciativa* e a *enunciva*:

Debreagem enunciativa: Aquela em que se instalam no enunciado os actantes da enunciação (*eu/tu*), o espaço da enunciação (*aquí*) e o tempo da enunciação (*agora*), ou seja, aquela em que o *não-eu*, o *não-aquí* e o *não-agora* são enunciados como *eu*, *aquí*, *agora* (GREIMAS & COURTÉS *apud* FIORIN, 2002: 42-3).

Debreagem enunciva: Aquela em que se instauram no enunciado os actantes do enunciado (*ele*), o espaço do enunciado (*algures*) e o tempo do enunciado (*então*). “Cabe lembrar que o *algures* é um ponto instalado no enunciado; da

¹³ Fiorin explica a expressão utilizada por Greimas, justificando que “Greimas não admite dizer, como fazem muitos autores, que o ato de comunicação repousa sobre uma ‘intenção de comunicar’, pois considera que o termo ‘intenção’ implica uma dimensão consciente” (FIORIN, 2002: 42).

mesma forma, o *então* é um marco temporal inscrito no enunciado” (FIORIN, 2002: 44).

A debreagem enunciativa e a enunciva criam, em princípio, dois grandes efeitos de sentido: o de subjetividade e o de objetividade. Com efeito, a instalação dos simulacros do ego-hic-nunc¹⁴ enunciativos, com suas apreciações dos fatos, constrói um efeito de subjetividade. Já a eliminação das marcas de enunciação do texto, ou seja, da enunciação enunciada, fazendo com que o discurso se construa apenas com enunciado enunciado, produz efeito de sentido de objetividade (FIORIN, 2002: 45).

É preciso considerar, ainda, as debreagens internas: quando um actante já debreado se torna instância enunciva e toma a palavra. “A debreagem interna serve, em geral, para criar um efeito de sentido de realidade, pois parece que a própria personagem é quem toma a palavra e, assim, o que ouvimos é exatamente o que ela disse” (FIORIN, 2002: 46). Uma das formas de debreagem interna, muito utilizada em discursos midiáticos, é o discurso reportado, ou seja, “a citação, pelo narrador, do discurso de outrem e não apenas de palavras ou sintagmas. É a inclusão de uma enunciação em outra” (FIORIN, 2002: 72).

O discurso reportado deve ser sempre marcado, para que se perceba a distinção entre os discursos citante e citado. A marca, no caso do discurso midiático, é geralmente as aspas. Uma das estratégias mais comuns de fazê-lo nos textos jornalísticos é pelo discurso direto, em que o narrador delega a voz a um actante. O discurso direto cria, em geral, um efeito de sentido de realidade, “pois dá a impressão de que o narrador está apenas repetindo o que disse o interlocutor” (FIORIN, 2002: 74). Como se vê no exemplo abaixo:

Começar uma paquera é, antes de tudo, uma escolha. Não é algo que acontece num passe de mágica, como nos comerciais de desodorante, ou porque há uma atração irresistível entre duas

¹⁴ Termo em latim utilizado por Émile Benveniste para marcar as instâncias da enunciação: pessoa, espaço e tempo – ou, em uma tradução literal, o eu-aqui-agora – por meio dos quais se produz o processo de discursivização.

peessoas. “Paquerar é um verbo de ação. Vá à luta”, dizem Susan Rabin e Bárbara Lagowski, autoras do livro “101 Segredos da paquera.”¹⁵

Há, ainda, casos em que são inseridos resumos de citações marcadas por aspas ou grifo, que não se enquadra nem em discurso direto nem indireto, “pois há nele perfeita integração sintática, de modo a que não se perceba nenhuma outra demarcação, além da tipográfica, entre o discurso citante e o citado” (FIORIN, 2002: 81). Em todos os casos, é importante notar que “a escolha das citações e sua colocação num dado contexto revelam o ponto de vista do narrador” (FIORIN, 2002: 81).

Todos esses conceitos explicitados acima servirão de base metodológica para a análise do discurso das revistas aqui pesquisadas, no Capítulo Terceiro.

¹⁵ Trecho de reportagem publicada na revista Marie Claire, outubro de 2006, p. 57

CAPÍTULO PRIMEIRO

Os outros no discurso: alteridade e formação de identidade

Problemas de gênero: o feminino e a busca da identidade

1. Identidade/subjetividade

Partindo da perspectiva teórica dos estudos culturais, a partir principalmente do trabalho de Stuart Hall, admitimos a concepção de um sujeito que, na modernidade tardia (segunda metade do século 20), aparece como fragmentado e deslocado. Já não possui uma identidade única e estável, já não é um indivíduo centrado e integrado como era proposto ao sujeito do Iluminismo – que era dotado de razão, consciência e ação, e tinha um núcleo interior central que nascia com o sujeito e com ele se desenvolvia ainda que permanecendo, na essência, o mesmo. “O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa” (HALL, 2006: 11). O sujeito atual, ao contrário, “está se tornando fragmentado, composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas” (HALL, 2006: 12). É assim que se apresenta (ou, na realidade, que é produzido em uma constante construção) o sujeito contemporâneo: sem uma identidade fixa, essencial ou permanente. “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006: 13). Hall compara – e exemplifica – essa identidade do sujeito contemporâneo com as formas distintas com que o sujeito foi representado nas artes.

O sujeito masculino, representado nas pinturas do século XVIII, no ato de inspeção de sua propriedade, através das bem-reguladas e controladas formas espaciais clássicas, no crescente georgiano (Bath) ou na residência de campo inglesa (Blenheim Palace), ou vendo a si próprio nas vastas e controladas formas da Natureza (...) tem um sentido muito diferente de identidade cultural daquele do sujeito que vê a ‘si próprio/a’ espelhado nos fragmentados e fraturados ‘rostos’ que olham dos planos e superfícies partidos de uma das pinturas cubistas de Picasso (HALL, 2006: 71).

Mas, como Hall expõe, não se pode colocar de maneira tão simplificada essa transformação de um sujeito do Iluminismo (identidades plenamente unificadas e coerentes) a um sujeito pós-moderno (identidades totalmente deslocadas). Fatores históricos e sociais trouxeram à tona essa nova visão do sujeito descentrado – e, nesse ponto, Hall cita cinco grandes avanços na teoria social e nas ciências humanas que tiveram impacto na teorização final de descentramento do sujeito, pois trouxeram uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno. São eles:

a) a interpretação do pensamento marxista por pensadores com Althusser, segundo a qual “os homens fazem a história, mas apenas sob as condições que lhes são dadas” – ou seja, os homens não podem propriamente ser autores da história, já que só podem agir em circunstâncias criadas por outros e sob as quais eles nasceram (HALL, 2006: 34). Desloca-se, aqui, a noção de centro organizador e de essência universal de Homem: não é o homem (ou sua noção abstrata) o centro do sistema teórico de Marx, mas as relações sociais.

b) A descoberta do inconsciente por Freud transforma o pensamento moderno e polemiza o local e a maneira com que se formam nossas identidades, nossa sexualidade e a estrutura de nossos desejos – de acordo com Freud, elas são formadas com base em processos psíquicos e simbólicos do inconsciente, que nada têm a ver com a lógica da Razão. A nova teoria “arrasa com o conceito do sujeito cognoscente e racional provido de uma identidade fixa e unificada” (HALL, 2006: 36). Como afirma Garcia-Roza:

Ao percorrermos o caminho empreendido por Freud (...) verificamos que seu começo, irreduzível a qualquer origem estrangeira, é a produção do conceito de inconsciente que resultou numa clivagem da subjetividade. A partir desse momento, a subjetividade deixa de ser entendida como um todo unitário, identificado com a consciência e sob o domínio da razão, para ser uma realidade dividida em dois grandes sistemas – o Inconsciente e o Consciente – e dominada por uma luta interna em relação à qual a razão é apenas um efeito de superfície (GARCIA-ROZA, 2007: 22).

Mais tarde, a releitura feita de Freud por psicanalistas como Lacan expõe um sujeito partido, mas que sustenta a imagem do eu unificado – por sua vez, essa imagem não se desenvolve a partir de um núcleo no interior do ser, mas é formada em relação com os outros (HALL, 2006: 37-38)¹⁶.

c) O trabalho do lingüista Ferdinand de Saussure, que coloca que a língua é um sistema social que preexiste a nós. “Falar uma língua não significa apenas expressar nossos pensamentos mais interiores e originais; significa também ativar a imensa gama de significados que já estão embutidos em nossa língua e em nossos sistemas culturais” (HALL, 2006: 40). Ou seja: posicionamo-nos dentro de um sistema já estabelecido. Além disso, o significado das palavras não pode ser fixado – “as palavras são ‘multimoduladas’. Elas sempre carregam ecos de outros significados que elas colocam em movimento” (HALL, 2006: 41).

d) O trabalho do filósofo e historiador francês Michel Foucault expõe o paradoxo da coletividade x o individual. Em sua genealogia do sujeito moderno, Foucault destaca um novo tipo de poder, um poder disciplinar que surge e se desenvolve no século 19 e está preocupado com a vigilância tanto da espécie humana quanto do indivíduo e seu corpo. Oficinas, quartéis, escolas, prisões, hospitais, clínicas etc. são novas instituições que policiam e disciplinam as populações modernas. O paradoxo, então, se instala: “Quanto mais coletiva e organizada a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito individual” (HALL, 2006: 43).

e) O quinto e último descentramento citado por Stuart Hall é o movimento feminista – tanto como crítica teórica quanto como um movimento social –, que aparece dentro de outros movimentos históricos nos anos 60 (o grande marco da modernidade tardia). A época marcou o nascimento de uma “política de identidade”: cada movimento trazia uma identidade própria, caso do feminismo, das lutas antibelicistas, das revoltas estudantis etc. “O feminismo

¹⁶ A noção de identidade segundo a teoria psicanalítica será melhor desenvolvida neste capítulo.

apelava às mulheres, a política sexual aos gays e lésbicas, as lutas raciais aos negros, o movimento antibelicista aos pacifistas, e assim por diante” (HALL, 2006: 45). Dentro desses movimentos, o feminismo suprimiu a linha entre o privado e o público ao propagar o slogan “o pessoal é político”. Assim, áreas privadas como a família, a sexualidade e o trabalho doméstico passam a ser questionadas em uma discussão política. Assim como também foi politizada a forma generificada com que os sujeitos são produzidos: colocaram-se à tona os processos de identidade a partir do gênero, politizou-se a subjetividade.

Esses cinco sistemas de pensamentos e/ou movimentos sociais contribuíram para pensar o novo sujeito deslocado. Juntos, ajudam a entender porque o sujeito na pós-modernidade já não é visto mais como o centrado sujeito do Iluminismo, com sua identidade fixa. Mas, ao contrário, está fragmentado – seja o sujeito do inconsciente de Freud que busca pela completude ideal, seja o sujeito do feminismo, que traz para a esfera pública (e política) a problematização das questões de identidade. Da mesma maneira, a identidade já não é única, nem permanece a mesma durante toda a vida do sujeito: sujeita a uma historicização radical e constantemente em processo de mudança e transformação, a identidade não é mais vista como uma essência, um dado ou um fato, mas como uma construção dentro de locais históricos e institucionais específicos – é um efeito, um processo de produção, um ato performativo.

Dizer que são o resultado de atos de *criação* significa dizer que não são “elementos” da natureza, que não são essências, que não são coisas que estejam simplesmente aí, à espera de serem reveladas ou descobertas, respeitadas ou toleradas. A identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto das relações culturais e sociais (SILVA, 2000: 76).

Pensar esse sujeito fragmentado nos ajuda a analisar o objeto desta pesquisa: a representação das mulheres nas revistas femininas e a busca por

uma identidade supostamente unificada. Afinal, como se dá o equilíbrio dessas identidades diversas em um mesmo sujeito? Como um mesmo sujeito pode se identificar com vários princípios (ou idealizá-los) e, assim, se crer completo? Esse sujeito fragmentado está constantemente sendo confrontado “por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito do ‘supermercado cultural’” (HALL, 2006: 75).

Assim, somos confrontados com uma infinidade de identidades possíveis e intercambiáveis, dependendo do período da vida ou, até, do instante em que estamos. No caso das mulheres representadas nas revistas há a identificação/idealização contemporânea com variadas identidades/representações propostas: mulher, mulher aos 30 anos, consumidora, mãe, trabalhadora, política, turista, mulher na moda etc.

Hall cita Ernest Laclau¹⁷ ao argumentar que a modernidade tardia é caracterizada pelo jogo de diferentes identidades, “elas são atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes ‘posições de sujeito’ – isto é, identidades – para os indivíduos. Se tais sociedades não se desintegram totalmente não é porque elas são unificadas, mas porque seus diferentes elementos e identidades podem, sob certas circunstâncias, ser conjuntamente articulados” (HALL, 2006: 17).

À soma de todas essas identidades surgiria um sujeito unificado, que na verdade é uma fantasia de um eu ‘inteiro’, unificado, como a que fala a psicanálise lacaniana sobre a identidade primária: uma narrativa que construímos sobre nós mesmos, imaginária, como forma de nos colocarmos no mundo.

¹⁷ Ernest Laclau é argentino radicado em Londres, onde lidera um grupo de estudos na Universidade de Essex, o IDA Program (Ideology and Discourse Analysis), desde 2003. O objetivo do grupo é reunir pesquisadores, estudantes e ativistas interessados em se aprofundar nos estudos da ideologia e análise de discurso a partir de uma perspectiva pós-estruturalista que engloba pensadores e teóricos como Marx, Gramsci, Althusser, Saussure, Barthes, Lacan, Zizek, Derrida, Butler, Wittgenstein, Badiou e Foucault.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’ (veja HALL, 1990). A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006: 13).

O estudo das identidades como algo construído abandona a perspectiva de algo naturalista e avança para uma posição crítica dentro da história – e o estudo das identidades passa, então, a ter importância política. Afinal, a questão abandona a concepção de algo fixo e natural nos quais nos encaixamos para algo em constante construção (uma “performatividade”, como afirma Judith Butler e será explicitado adiante) dentro de um determinado discurso e um determinado ponto histórico – mais: dentro de determinadas relações de poder. As questões não são mais “quem somos” ou “de onde viemos”, mas se voltam a “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios” (HALL, 2000: 109). Colocadas e construídas dentro de um discurso, as identidades devem ser vistas como um produto de demarcação histórica, cuja sensação de “pertencimento” a um grupo está baseada “em parte, no imaginário (assim como no simbólico) e, portanto, sempre, em parte, construída na fantasia” (HALL, 2000: 109).

Hall compara a idéia de identidade e de pertencimento a um certo grupo com a imagem da “costura”, ou seja, a identidade passa a ser o ponto de “sutura”, de encontro entre dois pontos: dos discursos e práticas que “tentam nos ‘interpelar’, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como sujeitos sociais de discursos particulares”; e, como segundo ponto, dos

processos “que nos constroem como sujeitos aos quais se pode ‘falar’”, fazendo com que as identidades sejam como pontos de apegos temporários a certas “posições de sujeitos que as práticas discursivas constroem para nós” (HALL, 2000: 112). É preciso lembrar que essas representações ou processos de representações – às quais a noção de identidade está profundamente envolvida – são sempre construídas ao longo de uma “falta”, de uma divisão, a partir do lugar do Outro, ou seja, não haverá nunca um ajuste completo e idêntico do sujeito a essa posição imaginada.

Tomaz Tadeu da Silva compara, principalmente a partir dessa idéia de construção ao longo de uma “falta”, a produção da identidade com a produção lingüística (ao mesmo tempo em que relembra que a identidade é o resultado de atos de criação lingüística, de atos de fala – ou seja, tem de ser nomeada). Para isso, parte de dois princípios: o do signo como sistema de diferença e do signo como ilusão da presença. Os estudos do lingüista suíço Ferdinand de Saussure¹⁸ admitem que um signo, para ter sentido dentro de uma língua, não pode ser considerado isoladamente – só adquire sentido em contraste com outro: a linguagem é, fundamentalmente, um sistema de diferenças. Mayra Rodrigues Gomes explica, pelos conceitos de Saussure, como uma palavra adquire sentido como símbolo por meio desse sistema de diferenças: “Para que a palavra mesa possa valer como representação de algo, antes de mais nada esse grupo de sons, ou mesmo de letras, deve ser compreendido como diferente dos outros possíveis dentro da língua” (GOMES, 2000: 13). Ao mesmo tempo em que o signo adquire sentido pela diferenciação com outros signos, ele não é a presença efetiva da “coisa a que se refere”, do conceito. Temos apenas a ilusão dessa presença (afinal o signo opera no lugar – e pela ausência – de alguma outra coisa): “podemos dizer, com Derrida, que a plena presença (da ‘coisa’, do conceito) no signo é indefinidamente adiada” (SILVA, 2000: 79).

Traz-se à tona, assim, a idéia da diferença como constituinte da identidade. E se problematiza a idéia já naturalizada de que certas identidades

¹⁸ Os estudos do suíço Ferdinand de Saussure (1857-1913) propiciaram o desenvolvimento da lingüística como uma ciência e seus conceitos serviram de base para o desenvolvimento do estruturalismo no século 20.

não precisam ser questionadas – identidades que muitas vezes parecem ser construídas em cima de características diferenciadoras independentes, que parecem ter como referência apenas a si próprias, que se esgotam em si mesmas e não existem em relação a outras características distintas (SILVA, 2000: 74). Afinal, se propormos o questionamento “qual é sua identidade” recebemos como resposta frases positivas, ou seja, é aquilo que sou: brasileira, mulher, branca. Sem questionamentos. O que coloco aqui (a partir dos estudos culturais e pós-estruturalistas), ao contrário, é que essas identidades só existem dentro de um sistema de diferenças: só digo que sou brasileira porque não sou argentina, não sou norte-americana, não sou portuguesa. Só digo que sou mulher porque não sou homem. É em relação com o diferente que assumo a minha identidade. Mais: se não houvesse o diferente, não teria o porquê de me identificar. Assim, pensar a identidade é levar em conta o diferente: a alteridade, ou seja, o contato com o outro, é uma das formas de reconhecimento de si, é pela relação de alteridade, daquele que é exterior ao indivíduo e que lhe vai assegurar a identidade social ao mostrar como se deve ser, ao mesmo tempo em que, às vezes veladamente, às vezes não, diz também como não se deve ser. É apenas ao reconhecer o outro, o que é diferente, aquilo que falta, que a identidade pode ser construída. Essa necessidade da presença de um outro para o reconhecimento de si é uma constante durante a construção da identidade social do indivíduo. “É a existência de outros homens que tira o homem de sua imanência e lhe permite realizar a verdade de seu ser” (BEAUVOIR, 2002: 179).

A princípio, essa idéia pode parecer simples, mas é a base que nos leva a outros questionamentos, como a dualidade dessa identidade com o seu diferente. Derrida, o filósofo da *différance*¹⁹, aponta em seus estudos que a

¹⁹ *Différance* é um neologismo de Jacques Derrida a partir da palavra *différence* (*diferença*), em que a troca do “e” pelo “a” não muda a palavra foneticamente, apenas a marca na escrita. O neologismo é utilizado para se referir à natureza dos signos, a partir de duas noções: a de que palavras e signos nunca preenchem completamente o significado (há um deslocamento entre significante e significado), fazendo com que o significado seja sempre postergado por um sem-fim de correntes de outros significantes. A segunda relação tem a ver com a força que diferencia os elementos uns dos outros, ou seja, um signo só significa na medida em que se opõe a outro signo, e desse modo produz posições binárias – baseadas em hierarquias – que sustentam seus significados.

constituição de uma identidade, além de estar baseada no ato de excluir algo (o diferente, como apontado aqui), também – e ao mesmo tempo – estabelece uma hierarquia entre os dois pólos resultantes. Na maioria das vezes, um dos termos é sempre privilegiado, recebendo um valor positivo, enquanto o outro recebe uma carga negativa (SILVA, 2000: 83). É o caso, por exemplo, do binômio homem/mulher – em que o segundo termo aparece marcado como sendo o diferente, em contraste com o não-marcado “homem”. Ao mesmo tempo, a categoria unificada dentro do rótulo “mulher” baseia-se na exclusão, por exemplo, de mulheres “diferentes” da posição normativa ditada pelo social – assim como todas as outras identidades quando são tratadas, politicamente, de uma maneira fundacional, ou seja, naturalizada e dentro de um sistema em que parece que tudo foi sempre assim (HALL, 2000: 129).

Mas como se dá essa dualidade e essa hierarquia? Como se estabelece o que é o “normal” e o que é o “diferente”? “A identidade, tal como a diferença, é uma relação social. Isso significa que sua definição – discursiva e lingüística – está sujeita a vetores de força e a relações de poder. Elas não são simplesmente definidas; elas são impostas” (SILVA, 2000: 81).

Uma das formas mais sutis – e privilegiadas – de demarcação do poder é fixar uma identidade como norma. “Normalizar significa atribuir a essa identidade todas as características positivas possíveis, em relação às quais as outras identidades só podem ser avaliadas de forma negativa” (SILVA, 2000: 83). Nesse sentido, podemos nos voltar a nosso objeto de estudos e analisar não apenas os termos binários e marcados “homem/mulher”, mas também as diferentes mulheres dentro desse conceito “mulher”: “a dona de casa perfeita/a mulher que não liga para a casa”; “a mulher que cuida da beleza/a que não cuida”; “a mulher que quer casar/a que gosta de ser solteira” – cada uma carregada de um valor positivo/negativo em sua representação dentro de um discurso (no caso aqui estudado, o de revistas femininas), em que o termo positivo é o normal, o natural, o desejável – enquanto todas as outras características, na outra ponta, só podem ser avaliadas de maneira negativa (SILVA, 2000: 83).

Mas, mais uma vez: sem o seu “outro” a identidade não existiria.

Aquilo que é deixado de fora é sempre parte da definição e da constituição do “dentro”. A definição daquilo que é considerado aceitável, desejável, natural é inteiramente dependente da definição daquilo que é considerado abjeto, rejeitável, antinatural. A identidade hegemônica é permanentemente assombrada pelo seu Outro, sem cuja existência ela não faria sentido (SILVA, 2000: 84).

A fixação dessas identidades se dá por recursos diversos, em que talvez o mais utilizado no caso da identidade de gênero seja o argumento biológico para, por exemplo, justificar a dominação masculina na esfera pública. Entretanto,

embora aparentemente baseadas e argumentos biológicos, as tentativas de fixação da identidade que apelam para a natureza não são menos culturais. Basear a inferiorização das mulheres ou de certos grupos “raciais” ou étnicos nalguma suposta característica natural ou biológica não é simplesmente um erro “científico”, mas a demonstração da imposição de uma eloqüente grade cultural sobre uma natureza que, em si mesma, é – culturalmente falando – silenciosa. As chamadas interpretações biológicas são, antes de serem biológicas, interpretações, isto é, elas não são mais do que a imposição de uma matriz de significação sobre uma matéria que, sem elas, não tem qualquer significado (SILVA, 2000: 86).

Ou seja, essas “interpretações” fazem parte das maneiras de se fixar determinadas identidades, que, somadas à produção de “representações” formam o sistema de criação de identidade e, ao mesmo tempo, das diferenças. Se a identidade é socialmente atribuída, ela está estreitamente ligada a sistemas de representação – representar é dizer “essa é a identidade; a identidade é isso”, que, por sua vez, estão ligadas a estruturas de poder.

Hall exemplifica a representação ao tratar das identidades nacionais/culturais – para Hall, só pertencemos a uma nação porque nos sentimos representados por ela. “As identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2006: 48). E as culturas nacionais, “ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos *identificar*, constroem identidades” (HALL, 2006: 51). Esses sentidos são absorvidos, por

exemplo, por meio de histórias sobre a nação, memórias que conectam o presente com o passado e de imagens construídas.

Mas o que são, exatamente, essas “imagens construídas”? Voltamos a Silva e a sua definição da representação: a clássica, da filosofia ocidental, que busca formas de tornar o “real/a realidade” presente confronta-se com a pós-estruturalista, que coloca a representação no nível dos signos, ou seja: é concebida unicamente em sua dimensão de significante. Como já expusemos acima, essa dimensão possui dois níveis: a do símbolo e a de seu conceito. Mas os dois nunca estão perfeitamente encaixados, sempre falta, sempre escapa algo.

Aqui, a representação não aloja a presença do ‘real’ ou do significado. A representação não é simplesmente um meio transparente de expressão de algum suposto referente. Em vez disso, a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido. Como tal, a representação é um sistema lingüístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder (SILVA, 2000: 91).

Ou seja, é preciso não nos esquecer de que, na demarcação dessas representações, estão as funções sociais e políticas que devemos desempenhar, e nas quais somos historicamente determinados. “Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade (...) Questionar a identidade e a diferença significa, nesse contexto, questionar os sistemas de representação que lhes dão suporte e sustentação” (SILVA, 2000: 91).

Essas representações, no entanto, não são dadas e instantaneamente absorvidas: nós não “somos”, mas “nos tornamos”. Se isso, por um lado, reafirma a importância cultural da atribuição das identidades, desloca a “fixação” dessas representações para uma “performatividade”, ou seja, por algo constantemente construído por meio do discurso (seja um discurso midiático, ou o discurso pedagógico nas escolas, na família etc.). Podemos entender a performatividade ao defini-la a partir da gramática: verbos performativos são aqueles que não se limitam a definir algo, mas fazem com que algo aconteça. O exemplo mais típico é o “eu vos declaro marido e mulher”, em que a ação se concretiza no ato da enunciação. Mas existem outros modos menos explícitos de se “performatizar” algo. É possível, por exemplo, utilizar uma frase

descritiva de modo performativo. Dizer “João não é inteligente” é uma descrição. Mas, se repetida, pode fazer com que João, que talvez seja inteligente, acredite que não seja – e que todos ao redor também acreditem nisso. Assim como dizer que “as mulheres nasceram para ser mães” é uma descrição, mas que acaba funcionando como produção desse “fato” – será que nasceram apenas para isso?

É a partir desse conceito de “performatividade” que a teórica Judith Butler explica a produção das identidades e o porquê de os sujeitos assumirem certas posições de sujeitos e não outras. Butler integra a psicanálise a uma posição foucaultiana (algo que, é preciso salientar, o próprio Foucault recusava fazer) para descobrir um caminho a essas questões. Tendo como foco seus estudos de gênero e sexualidade, Butler adota a posição de que um sujeito é discursivamente construído e que não existe qualquer sujeito antes ou fora da Lei (a concepção foucaultiana do poder disciplinar). Para Butler, os sujeitos são constituídos performativamente – mas essa performatividade é desvinculada da intencionalidade ou da escolha. Ao contrário: ela é “o poder reiterativo do discurso para produzir os fenômenos que ele regula e constrange” (BUTLER *apud* HALL, 2000: 128). Butler, assim, assume como ponto de partida o conceito de Foucault de que “o poder regulatório produz os sujeitos que controla, que o poder não é simplesmente imposto externamente, mas que funciona como o meio regulatório e normativo pelo qual os sujeitos são formados” (BUTLER *apud* HALL, 2000: 128). Ao pensar a problemática de gênero, Butler une essa concepção do “controle pelo poder” a concepções psicanalíticas ao questionar como essas normas regulatórias formam esses sujeitos “sexuados”, “de forma que tornam impossível se distinguir entre a formação psíquica e a formação corporal” (BUTLER *apud* HALL, 2000: 128).

2. A busca pela completude: Lacan e a constituição do sujeito

Se até agora demos importância a uma concepção mais sociológica sobre a identidade, proponho entender como a psicanálise estuda a constituição dos sujeitos. Assim, acredito, podemos entender idéias presentes tanto nos estudos culturais quanto na psicanálise, ainda que de maneiras diferentes, como a de

representação e a de alteridade. As duas disciplinas, mesmo tratando os conceitos de maneira diferente, ajustam o foco a elas, dando-lhes importância no processo de constituição das identidades.

Os estudos de Jacques Lacan apresentam o sujeito como o ser que se auto-referencializa pelo olhar do Outro (o Outro, com maiúscula, que aqui designa uma completude ideal). “É no Outro primeiramente que o sujeito se vê e se referencia” (LEMAIRE, 1986: 231).

O primeiro processo de reconhecimento de si, de acordo com Lacan, é instaurado em uma fase que vai dos seis aos dezoito meses da criança, em um momento marcado pela percepção da própria imagem no espelho, por meio do olhar de um outro que faz a mediação entre o olhar do indivíduo e o especular. Essa etapa é chamada por Lacan de *Estádio do espelho*, responsável pela formação da função do eu, na qual a criança alcança a totalidade de seu corpo em uma imagem e progressivamente toma consciência de si como entidade (LEMAIRE, 1986: 230). A constituição imaginária do “eu” deriva, primeiramente, da presença do “outro” e das inscrições que o assujeitam e o antecipam por meio do discurso.

Basta compreender o estágio do espelho *como uma identificação*, no sentido pleno que a análise atribui a esse termo, ou seja, a transformação produzida no sujeito quando ele assume uma imagem – cuja predestinação para esse efeito de fase é suficientemente indicada pelo uso, na teoria, do antigo termo *imago* (LACAN, 1998: 97).

Nessa fase ocorre a identificação entre o indivíduo e o semelhante ao mesmo tempo em que o sujeito realiza a conquista da totalidade de um corpo próprio por meio de uma identificação narcísica com a imagem de si e dos outros. É a primeira identificação narcísica com imagens exteriores, que acaba por engendrar o ciclo inesgotável das tentativas de circunscrição de si (LEMAIRE, 1986: 234).

A criança é capturada pela imagem completa e totalizante de seu corpo, fragmentário e sem coordenação, que se forma no espelho. A imagem especular precipita-o de um estado de prematuração motriz, inerente à espécie humana, como

lembrou Freud, ao regozijo de uma imagem que justamente vai conformar esse corpo despedaçado em uma ilusória realidade. Paralelamente ao júbilo que essa imagem especular provoca, permanece, tal como para Narciso, o hiato entre ela e o sujeito: ao mesmo tempo em que ela sou eu, ela é outro que não eu. Para estabilizar esse pequeno júbilo delirante, há a presença de um terceiro termo, de um grande Outro (na expressão de Lacan), diverso desse pequeno outro identificatório da imagem, que pode aquiescer ou negar a exclamação de Narciso ao se reconhecer: “Este sou eu”. Dito de outra forma, subjacente a essa *imago* idealmente completa, há uma tensão paranóica em relação ao que esse Outro pode fazer: reconhecer o reconhecimento ou negá-lo, afirmar o sujeito ou negá-lo. Esse drama, cuja dimensão de ficção, de metáfora, não nos deve passar despercebida, adquire o status de uma matriz na estruturação subjetiva e irá presidir às relações do sujeito com o mundo (AZEVEDO, 2004: 34).

Nessa fase o sujeito não apenas é iniciado na demanda por ser alguma coisa, na medida em que se inicia o processo de auto-observação, mas também percebe que seu corpo e o corpo de quem faz essa mediação são separados. Neste momento, o sujeito percebe que há uma disjunção entre o eu e o outro – e sua aventura passa a ser marcada pela fragmentação e descontinuidade, e se inicia a busca por recuperar uma pretensa unidade original.

Podemos discernir no estágio do espelho uma verdadeira “encruzilhada estrutural”, pois ela comanda, primeiramente, o formalismo do Ego, a relação erótica do indivíduo com uma imagem que o aliena e o transativismo identificatório dirigido a outrem; a seguir, o formalismo dos objetos do desejo cuja escolha sempre se refere ao objeto do desejo do outro; e, finalmente, a agressividade constitutiva do ser humano que deve conquistar seu lugar sobre o outro e a ele se impor sob pena de ser aniquilado (LEMAIRE, 1986: 232).

O momento de conclusão do estágio do espelho inaugura, “pela identificação com a *imago* do semelhante e pelo drama do ciúme primordial” (LACAN, 1998: 101), uma dialética que desde então liga o [eu] a situações socialmente elaboradas.

É esse momento que decisivamente faz todo o ser humano bascular para a mediatização pelo desejo do outro, constituir seus objetos numa equivalência abstrata pela concorrência de

outrem, e que faz do [eu] esse aparelho para o qual qualquer impulso dos instintos será um perigo, ainda que corresponda a uma maturação natural – passando desde então a própria normalização dessa maturação a depender, no homem, de uma intermediação cultural, tal como se vê, no que tange ao objeto sexual, no complexo de Édipo (LACAN, 1998: 101-102).

É a passagem pela fase do Édipo, segundo Lacan, que começa a assegurar uma normalidade cultural ao sujeito. Nesta fase, aprende que está inserido em uma ordem simbólica. “O símbolo representa o termo necessário à constituição da família, da tríade pai, mãe, progenitora, e à instauração da relação entre as pessoas” (LEMAIRE, 1986: 232, 233).

A entrada no mundo simbólico, como já apontavam os estudos antropológicos de Lévi-Strauss, é o que há de comum e de fundante em todas as sociedades humanas, “é a partir daí que se instaura o humano, a humanidade” (SOARES, 2003:73). Mas, ao mesmo tempo, essa ordem simbólica é a causa da alienação humana, o sujeito perde a referência significativa do símbolo. Alienado, o sujeito vive prisioneiro de significantes, da imagem do seu ego ou da imagem do ideal. Vive do olhar do outro sobre si – e ignora essa alienação (LEMAIRE, 1986: 229).

A entrada do sujeito no verbo, na linguagem, traz também o sentimento da falta: a palavra é apenas mediadora, e falha na essência. Assim, passa a buscar substitutos variáveis a significantes que traduzam seu desejo – mas nenhum pode representar a totalidade do desejo, já que a essência do Real escapa à simbolização, que apenas pode representar parte dessa essência. O sujeito, engajado no simbólico onde está apenas representado, é obrigado a se traduzir por meio de um discurso e se modela de acordo com o olhar do outro. “Identificações com os diversos ideais, discurso racionalizante sobre si mesmo, são tantas as formas nas quais o sujeito se fixa e se trai. A linguagem e a lei social determinam-no e o formam segundo suas próprias características” (LEMAIRE, 1986: 233). A autora acrescenta:

A criança, na busca de si mesma, operará uma série de identificações com os diversos ideais, desde os ideais clássicos

da infância (campeão, herói, aviador) até aos ideais do adulto. A criança, consciente de seu título de societário, assumirá as normas da sociedade, suas leis, seus interditos e seus ideais (LEMAIRE, 1986: 233).

A função do Édipo é, então, de assegurar uma normalização cultural, porque é quando a criança percebe que é uma terceira na família e que está em um processo de “construção”, no qual busca reconhecimento. Um reconhecimento, aliás, social e político, pois a criança busca um êxito que o nomeará como “fulano de tal” ao olhar do outro. “O estado civil, a profissão, os títulos, pertencer aos círculos sociais, políticos ou culturais são outras tantas formas de que o Ego se reveste e que demonstram o domínio do simbólico sobre o homem” (LEMAIRE, 1986: 234). Mais do que denegrir essas instituições sociais, a intenção, aqui, é mostrar que o sujeito está submetido a elas, enredado em uma prática simbólica e, assim, aliena-se – já que vive prisioneiro do significante sem se dar conta disso.

3. Problemas de gênero: o feminino e a busca da identidade

Se até aqui tratamos da identidade do sujeito, agora o objetivo é “afunilar” a discussão e restringi-la ao problema de gênero. Assim, faço um apanhado histórico para entender de que maneira a identidade do feminino foi mostrada através do tempo, a visão da diferença sexual e a teoria de uma “suposta essência naturalmente determinada” *versus* “uma segunda natureza, a do costume de corpos submetidos a tabus” – ou seja, o natural x o cultural.

3.1 O feminino e seu lugar na história

A visão dominante da diferença sexual vinda da Antigüidade perdurou até meados do século 12. Silvia Alexim Nunes, em seu artigo intitulado *O feminino e seus destinos* (NUNES, 2002) faz um apanhado histórico, e lembra que o pensamento de Galeno (131-201), hegemônico no Ocidente por muito tempo, encaminhou as idéias da sociedade de então. Galeno considerava a mulher como sendo um homem com órgãos sexuais invertidos. A inversão era explicada pelo calor corporal e, assim, o homem estava mais próximo da

perfeição por ser mais quente. A mulher, imperfeita, era mais fria (NUNES, 2002: 37).

Colocar a mulher como sinônimo de imperfeição é uma idéia, aliás, que já existia com Platão (428-347 a.C.). Segundo o filósofo, um deus criador construiu o mundo a partir do Caos, utilizando o Universo Ideal, abstrato, como modelo. O criador criou deuses menores e lhes atribuiu a tarefa de criar as aves, os animais aquáticos e os terrestres. Foram esses deuses secundários que criaram os homens (seres masculinos), que eram, igualmente, cópias imperfeitas da Idéia da espécie. As mulheres e outras espécies de animais surgiram por degeneração a partir do homem, através de sucessivas reencarnações (PAPAVERO, 2000: 88). “Dos homens que vieram ao mundo, os que eram covardes, ou os que levavam vida desregrada, podem com razão ter mudado para a natureza das mulheres na segunda geração”²⁰. Platão explicava o surgimento das quatro classes de animais por meio da degeneração e reencarnação, a partir do homem, como representado na figura abaixo:

Aqui, aparecem as diversas classes de animais resultantes do homem por degeneração e reencarnação, com seus respectivos caracteres: 1. Covardes; 2. Vida desregrada; 3. inocentes, de mente aérea, acreditando poderem ser as coisas apreendidas pelos sentidos; 4. Transformação de pêlos em penas; 5. Ausência de conhecimento filosófico; 6. Pernas

²⁰ Nota dos autores: “aqui Platão discorreu sobre a necessidade da existência das mulheres para a reprodução e entrou em uma digressão sobre as bases anátomo-fisiológicas da luxúria” (PAPAVERO, 2000: 88).

dianteiras e cabeça descansando sobre a terra; 7. Modificação da crista da cabeça; 8. Alma esmagada em razão do desuso; 9. Por serem insensíveis, necessitam maior apoio à terra; 10. Aumento do número de pernas por maior insensibilidade; 11. Total insensibilidade, portanto arrastando-se com o ventre sobre terra; 12. Alma tornada impura por toda a sorte de transgressões: ao invés do sutil e puro meio aéreo, são arrojados ao fundo lamacento de rios e mares; 13. Desmesurada ignorância (PAPAVERO, 2000: 89).

Séculos se passaram e temos, durante o século 17, as mulheres ainda com uma posição negativa. Agora, herdada do cristianismo primitivo que concebia o sexo feminino como mais carnal que o masculino, dotado de sentimentos maléficos e de um desregramento sexual ameaçador. “Até o Renascimento, a mulher foi considerada uma figura perigosa e diabólica, inclinada à luxúria e aos excessos sexuais, portadora do mal e da morte” (NUNES, 2002: 37). Médicos e filósofos do século 18 tentaram modificar essa concepção para adequar as mulheres ao seu novo posto da sociedade: guardiãs da família burguesa. “Transformar a mulher em mãe foi um processo que determinou profundas reformulações da imagem feminina característica das sociedades européias e demandou um apelo à ciência médica, chamada a colaborar para descrever o que era uma mulher” (NUNES, 2002: 37).

Assim, a imagem do sexo feminino como imperfeito teve de ser abolida. O corpo feminino começou a ser mostrado com características que mostrassem sua vocação para a maternidade. Silvia Nunes relata os estudos de Londa Schiebinger²¹, realizados em 1991, sobre a modificação da descrição do esqueleto feminino na passagem dos séculos 17 para o 18. “A atenção dos anatomistas se voltou principalmente para as partes politicamente significativas do corpo feminino. Assim, desenhava-se a mulher com crânio menor, sinal de menor capacidade intelectual, e pélvis maior, sinal de maior aptidão para a reprodução” (NUNES, 2002: 38). Segundo Schiebinger, nos séculos anteriores os anatomistas não se apoiavam nessa distinção entre masculino e feminino.

²¹ Londa Schiebinger é professora e pesquisadora da Universidade de Stanford, Estados Unidos. Estuda os gêneros na ciência e, particularmente, como as questões raciais e de gênero podem ser uma ferramenta analítica para abrir novos campos de questionamento das ciências.

Para eles, só havia uma estrutura básica para o corpo humano: a masculina. A base biológica passou a atuar conjuntamente com o ideário político da época, justificando e propondo diferentes inserções sociais para o homem e para a mulher – as esferas pública e privada, respectivamente.

Até mesmo em um ambiente de transformações sociais e de luta pela igualdade, como foi a Revolução Francesa (1789-1799), os papéis do feminino e masculino continuavam rígidos. Se, por um lado, a revolução resultou em grandes mudanças na sociedade ocidental, por outro manteve os papéis engessados ao proibir a participação feminina na democracia – ainda que, de certa forma, tenha sido um momento de debate sobre a tradicional polaridade feminino-masculino. Tanto o romantismo de Jean Jacques Rousseau quanto filósofos como Immanuel Kant e Georg Hegel defendiam o confinamento da mulher no lar. “Para que o ideal feminino não entrasse em conflito com os ideais igualitários, a maioria dos pensadores formulou e subscreveu um perfil feminino, ancorado em uma suposta essência naturalmente determinada, que acabou por negar às mulheres o estatuto de cidadãs. A mulher não era inferior nem imperfeita, porém perfeita em sua especificidade” (NUNES, 2002: 38) – ou seja, perfeita para a função materna e a vida doméstica.

Rousseau, o grande democrata, entrava em pormenores sobre a natureza feminina que sujeita as mulheres à autoridade masculina. As mulheres, setenciava ele, são naturalmente mais fracas apropriadas para a reprodução, mas não para a vida pública. (...) As mulheres devem ser educadas para agradar os homens e ser mães. Devem ser educadas na reclusão sexual e castidade que legitimam a paternidade. Devem aprender a estimular o desejo masculino e ao mesmo tempo impedir a lascívia dos homens. A sedução é própria de sua natureza; elas são desejosas de agradar, modestas, tolerantes da injustiça, ardilosas, vãs, e artísticas em grau menor. Na família, os homens devem governar essas frívolas criaturas (NYE, 1995: 20).

No final do século 19, a preocupação de que as mulheres transgredissem seu papel de esposa e mãe passou a injetar força em um discurso que considerava o sexo feminino como facilmente degenerável e, conseqüentemente, que deveria ser minuciosamente controlado. Essa visão

conectava a sexualidade feminina a algo excessivo e enigmático. Assim, embora frágil, passiva e dependente, a mulher possuía algo em si com poder de desvirtuá-la e de a transformar em um ser maléfico. “Para os médicos, seria a sexualidade excessiva a responsável pelo desregramento do ser frágil e da conduta social da mulher, com o conseqüente abandono das funções maternas” (NUNES, 2002: 49) – aqui, uma vez mais, explicações biológicas se misturam à essência natural das mulheres e sua posição na sociedade.

Em outras palavras, a sexualidade feminina seria uma espécie de força bruta, de natureza não lapidada, que estaria vinculada seja ao útero ou ao ovário, seja a estigmas degenerativos, forma pela qual a mulher passaria a ser tratada como ser ambíguo, imponderável, passível de assumir diferentes formas: anjo ou demônio, santa ou prostituta, frígida ou lésbica, mãe devotada ou infanticida (NUNES, 2002: 49).

É importante notar a separação maniqueísta e conflitante de duas características femininas, em uma “incontornável oscilação entre o culto da mulher como mistério – enigma – e o ódio à mulher como mistificação – mentira” (ANDRÉ, 1998: 11). As duas posições, no entanto, só servem para alimentar o desconhecido, já que colocam a mulher como um esconderijo que sempre dissimula alguma coisa.

Neste contexto, final do século 19 e início do século 20, a teoria psicanalítica chega com Sigmund Freud, criando um corte epistemológico ao propor a existência do inconsciente – os sintomas do corpo passaram a ter causa não apenas no organismo somático, mas em outro “lugar”. O discurso psicanalítico se inaugura a partir de uma interrogação sobre o feminino e emerge para dar conta de uma diferença que, em razão da entrada do feminino da cena social, não pôde mais ser evitada (NERI, 2002: 13). É neste contexto que surgem textos e estudos de Freud como a Conferência XXXIII²², de 1933, chamada *Feminilidade*. “Os homens de todos os tempos meditaram sobre o

²² É baseada, principalmente, em dois artigos anteriores: “Algumas conseqüências psíquicas da distinção anatômica entre os sexos”, de 1925, e “Sexualidade feminina”, de 1932, e foi feita logo após dois de seus mais importantes artigos sobre o tema: “A feminilidade”, de 1931, e “A sexualidade feminina”, acima citado. A última parte da conferência, sobre a mulher na vida adulta, contém material novo.

enigma da feminilidade” (ANDRÉ, 1998: 190). A frase em questão é colocada por Freud no início dessa conferência. As idéias defendidas por Freud envolvem seus estudos em um paradoxo: como é possível, com um saber faltoso (o da castração), fazer emergir a verdade de um ser que se julga encarnar essa própria falta – o ser feminino? (ANDRÉ, 1998: 13). Mais do que tentar descrever o que são as mulheres, a psicanálise indaga como a mulher se forma e se desenvolve.

Uma pessoa não nasce, mas se torna uma mulher. No trajeto que Freud efetua em torno da questão da feminilidade, surge a temática de que “a feminilidade não pode ser concebida como um *ser* que seria dado desde o início, mas como um *se tornar* – e um se tornar que, paradoxalmente, se inaugura para a menina a partir de seu complexo de masculinidade” (ANDRÉ, 1998: 24). É essa comparação – e, muitas vezes, até mesmo subordinação ao masculino – que norteia o trabalho de Freud em torno do feminino.

Na conferência de 1933, Freud retoma seu argumento por uma bissexualidade. “Como se um indivíduo não fosse homem ou mulher, mas sempre fosse ambos – simplesmente um pouco mais de um do que de outro”.

Esta tese tem por fundamento um postulado que, convenhamos, não é nada mais que um preconceito: a mulher teria uma tendência natural à passividade, e o homem, uma tendência natural à atividade. É evidentemente esta referência – na maioria das vezes implícita – a uma “natureza” da mulher ou do homem que cria dificuldades, na medida em que ela caminha em sentido exatamente contrário ao da trajetória freudiana, que visa a mostrar, precisamente, que não há natureza do masculino e do feminino (ANDRÉ, 1998: 86).

Mulheres analistas, como Karen Horney²³ (1926), contribuíram para a compreensão, pelos homens analistas, da importância dessas indagações e dos

²³ A alemã Karen Horney (1885-1952) é comumente designada como neo-freudiana e, ao mesmo tempo em que concorda com Freud em diversos aspectos, foi crítica em pontos-chaves de sua teoria, particularmente na noção freudiana da inveja do pênis. Segundo Horney, o que Freud estava realmente detectando era a inveja feminina justificada do poder masculino no mundo. Em seu estudo *The problem of feminine masochism* (O problema do masoquismo feminino), Horney prova que a cultura e a sociedade encorajam as mulheres a serem dependentes dos homens para o amor, prestígio, saúde, cuidado e proteção – e aponta a ênfase exacerbada em agradar os homens e a

cuidados em relação à comparação entre os sexos – essas observações desafiadoras chegaram a levar Freud a reconsiderar o problema da feminilidade (NYE, 1995: 152).

(elas) conseguiram expressar a suspeita de que nós, analistas homens, não tínhamos conseguido superar determinados preconceitos profundamente arraigados sobre aquilo que era feminino, e que esse fato estava sendo responsável pela parcialidade de nossas pesquisas. Nós, por nossa vez, com base na bissexualidade, não tínhamos dificuldades em evitar a indelicadeza.²⁴

A partir daí, Freud passa a abordar a investigação do tratamento sexual da mulher com duas expectativas: primeiramente, que a constituição não se adaptará à sua função sem uma luta. Em segundo lugar, que os pontos decisivos já estão preparados ou completados antes da puberdade. Ao comparar o desenvolvimento feminino com o masculino, a sexualidade masculina é mostrada como paradigma e termo de comparação para a feminina (ROCHA, 2002). Freud destaca um processo mais complexo para as mulheres, já que, segundo ele, há duas fases “extras”, que nada equivalem ao desenvolvimento de um homem.

A distinção anatômica (entre os sexos) deve expressar-se em conseqüências psíquicas. Foi uma surpresa, no entanto, constatar, na análise, que as meninas responsabilizam sua mãe pela falta de pênis nelas e não perdoam por terem sido, desse modo, colocadas em desvantagem.²⁵

Atribui-se, assim, um complexo de castração também às mulheres, ainda que com um conteúdo diferente daquele aplicado aos homens. Nestes, o complexo de castração surge quando constatarem, após verem os genitais femininos, que seu órgão não acompanha necessariamente o corpo. Lembra-se das brincadeiras com o órgão – uma ameaça que provocaram contra si mesmos? E temem a castração: “A mais poderosa força motriz do seu

supervalorização dos homens e do amor. Para Horney, a sociedade pede que as mulheres sejam lindas e charmosas, e ganham valor apenas por meio do marido, dos filhos e da família.

²⁴ Conferência XXXIII, de 1933

²⁵ Conferência XXXIII, de 1933

desenvolvimento subsequente”. Já as meninas, ao verem os genitais do outro sexo, sentem-se injustiçadas: tornam-se vítimas da inveja do pênis. Segundo Freud, essa inveja “deixará marcas indeléveis em seu desenvolvimento e na formação de seu caráter, não sendo superada, sequer nos casos mais favoráveis, sem um extremo dispêndio de energia psíquica”. Freud se resigna a fazer da inveja do pênis o termo insuperável da análise de uma mulher (ANDRÉ, 1998: 25).

É por efeito do complexo que a menina deve se reconciliar com sua anatomia. Isso demonstra o quanto, na elaboração freudiana, a feminilidade aparece pouco “natural”. Mas como pode o complexo de castração encorajar a emergência da feminilidade na menina? O raciocínio que Freud desenvolve a esse respeito é complexo e paradoxal. A descoberta da castração da mãe acarreta, tanto para o menino quanto para a menina, uma desvalorização do personagem materno; além do mais a menina, ao tornar a mãe responsável por sua própria falta de pênis, junta a esse desprezo um ressentimento, que se traduz por desejo com relação àquele que tem o pênis. A menina é assim levada a se voltar para o pai, portador do pênis, na esperança de receber dele aquilo que sua mãe, por natureza, não lhe pode dar. Em outros termos, é na medida em que ela quer ter aquilo que falta a sua mãe que se torna uma mulher (ANDRÉ, 1998: 25).

Fica clara a comparação entre os dois sexos e a estigmatização da mulher como um ser a-menos (ROCHA, 2002) – conservando uma tradição que, desde os gregos, transmitia para a cultura ocidental a imagem da mulher como a de um homem mutilado. “No que concerne à sua teoria sobre o feminino, Freud não faz mais do que reeditar ‘uma metafísica dos sexos’ (...), instaurando uma dicotomia hierárquica na qual o masculino é equivalente de ‘mais’, e o feminino de ‘menos’” (NERI, 2004: 155).

Ao final da conferência, Freud se refere a algumas peculiaridades psíquicas da mulher na maturidade – e pondera as forças da influência tanto da função sexual quanto da educação social. Freud aponta, por exemplo, a maior quantidade de narcisismo, o que relaciona com a escolha objetal da mulher. “Para ela, ser amada é uma necessidade mais forte que amar”. A inveja do pênis volta, aqui, como uma explicação à excessiva vaidade física que é vista como

uma forma de compensação tardia à sua “inferioridade sexual original”. Freud diz: “Elas não podem fugir à necessidade de valorizar seus encantos”.

Freud ainda enumera algumas características, para ele, típicas das mulheres: o pouco senso de justiça (pela predominância da inveja durante toda sua vida), a debilidade em seus interesses sociais e a menor capacidade de sublimar os instintos. Freud não se intimida em utilizar, várias vezes, a palavra inferioridade ao se referir às mulheres, o que para feministas como Simone de Beauvoir é razão mais do que forte para rejeitá-lo. As afirmações de Freud, tomadas fora da teoria da psicanálise, “pareciam nada mais que os insultos costumeiros que os chauvinistas masculinos jogam às mulheres” (NYE, 1995: 144). A própria Beauvoir, enraizada no feminismo existencialista, rejeita não apenas o Freud sobre a feminilidade, mas toda a concepção da mente humana de Freud. A crítica feminista recai sobre a impossibilidade de se progredir na constituição ou estrutura social, acusando Freud de um certo determinismo que impossibilitaria os avanços das teorias feministas.

Por outro lado, o argumento freudiano sobre a universalidade do patriarcado pode ser encarado como uma fuga a categorias dualistas entre eu individual e realidade social. “A estrutura do eu é ao mesmo tempo a estrutura do mundo humano, o mundo em que vivemos” (NYE, 1995: 149). Assim, o patriarcado, segundo os estudos de Freud, não consiste na vontade de poder dos homens, não é má-fé recíproca das mulheres. É a própria forma do social, as condições pelas quais a vida humana é perpetuada (NYE, 1995: 149). Um passo a frente, e podemos passar a questionar o modelo e a estrutura de família. E, nisso, feministas como Jane Flax²⁶ se aprofundaram e encontraram nas relações da criança com a mãe uma possível inspiração para uma estrutura familiar diferente. “Se houver uma partilha dos cuidados aos filhos, se a mãe assim como o pai puderem mostrar uma saída da família para uma existência independente, então o inexorável problema da menininha será afastado. O primeiro amor dela não precisa ser um objeto inalcançável e ela pode

²⁶ Jane Flex é cientista política formada pela Universidade de Berkeley em 1969 e PhD também em ciências políticas pela Universidade de Yale, ambas nos Estados Unidos. Estudou psicanálise freudiana e pesquisadores como Horkheimer, Adorno e Marcuse, além de Foucault, e escreveu sobre as relações de gênero – principalmente as questões de relações de poder.

identificar-se com um membro de seu próprio sexo como uma figura independente bem-sucedida” (NYE, 1995: 156).

3.2 Mistério necessário?

Será que homens e mulheres querem a solução do enigma que envolve a feminilidade? Essa questão é levantada por Serge André ao focar a releitura de Freud por Lacan, a qual lhe permite afirmar que “esta teoria da castração é, em si mesma, um meio-dizer, que tem uma certa função” (ANDRÉ, 1998: 205). E levanta a questão sobre se, em última instância, a teoria da castração e o primado do falo não situariam e protegeriam a feminilidade como mistério, trabalhando de maneira com a qual “a teoria é ao mesmo tempo máscara e reveladora do objeto a que visa” (ANDRÉ, 1998: 205). Assim, André coloca em questão os motivos que fazem com que a feminilidade seja um enigma e o que nos induz a cultivar esse enigma ao invés de resolvê-lo. “Talvez a vida do ser falante dependa de que não se levante o véu desse mistério”, argumenta, afirmando ainda que tanto homens quanto mulheres tiram proveito disso, e que a falta de uma resposta funciona como uma indução ao desejo.

Nesse comércio de tolos (patos)²⁷, nem a oferta nem a demanda se arriscam a acabar (...) O que acontece, com efeito, quando, em nome de uma verdade mais real, os parceiros querem sair do semblante? Observemos esse homem que costuma queixar-se de que as mulheres não lhe manifestam bastante seu desejo, que elas escondem dele a essência de seu gozo, até mesmo lhe mentem quanto à sua existência ou intensidade. Se uma mulher, em resposta, sair deste esconderijo que ele denuncia e lhe manifestar um desejo sem rodeios ou lhe disser de seu gozo em termos crus, veremos este homem, presa de pânico ou de repulsa, pôr-se em fuga (ANDRÉ, 1998: 205, 206).

Necessidade do ser falante ou não de conservar tal enigma, a cristalização de uma quase “entidade” escondida pelo véu do mistério aparece e é trabalhada diariamente nos discursos midiáticos, muitas vezes, até mesmo de uma forma

²⁷ O autor utiliza a expressão, no original em francês, *dupes*, que significa patos, no sentido de ingênuos, vítimas de logro. Segundo nota do tradutor, faz-se aí uma alusão ao texto de Lacan intitulado *Les non-dupes errent*, os não-patos erram, que soa como *Les noms du père*, os nomes do pai.

não intencional, mas como parte da rede cultural em que o emissor e o receptor estão envolvidos – esse, aliás, é o princípio do qual esse trabalho parte. Esse aparecimento no discurso, o mistério, o mito, as expressões-valises como “mulher moderna”, invenções sociais como o “eterno feminino” são alguns dos pontos que serão trabalhados nessa dissertação, durante a análise do corpus – e serão mais explicitados abaixo.

4. A busca pela identidade – natureza e cultura

Mas, afinal, quem é a mulher da qual falamos? O que é uma mulher? A filósofa existencialista e feminista francesa Simone de Beauvoir, em 1949, escreveu uma das obras inaugurais do pensamento sobre a mulher e da análise sobre o papel das mulheres na sociedade com *O segundo sexo*, no qual utilizou 32 páginas para explicar, biologicamente, o que caracteriza uma mulher – e problematiza a questão dizendo que os amantes das fórmulas simples diriam, ao responder tal pergunta, que a mulher simplesmente “é uma matriz, um ovário; é uma fêmea”. Tantas páginas dedicadas à biologia serviram para apresentar biologicamente a mulher, mas não para explicar seu papel na sociedade. No entanto, essa separação biológica dos corpos foi (e é), muitas vezes, a resposta para estratificar as relações de gênero e dizer quais papéis cada lado deve representar – seja o tradicional “mulher na esfera pública, homem no privado”, até explicações comportamentais “mulher é mais sensível e dotada de intuição, homem tem de ser bruto e racional”.

É preciso, no entanto, enxergar a posição histórica das mulheres na sociedade de uma maneira diferente à explicação baseada na naturalização dos corpos. É preciso olhar para um outro caminho: que destitua de sentido a proposição de uma suposta essência naturalmente determinada, na qual o corpo é utilizado como explicação para as funções e destinos de homens e mulheres. Assim, nos centramos na idéia de que os costumes da sociedade não se deduzem da biologia e os indivíduos não são abandonados à sua natureza – mas que “obedecem a essa segunda natureza que é o costume e na qual se refletem os desejos e os temores que traduzem sua atitude ontológica. Não é enquanto corpo, é enquanto corpos submetidos a tabus, a leis, que o sujeito toma

consciência de si mesmo e se realiza: é em nome de certos valores que se valoriza” (BEAUVOIR, 2002: 56).

As identidades propostas para as mulheres como explicação de sua existência estão fundadas em apostas políticas, em fábulas de gênero que estabelecem e fazem circular uma denominação errônea de fatos naturais. As identidades construídas são “efeitos de instituições, práticas e discursos cujos pontos de origem são múltiplos e difusos” (BUTLER, 2003: 9). Nessa teia que envolve as apostas em identidades fossilizadas, recorrer à explicação do “senso comum” é a saída mais utilizada.

O que é o senso comum? Um conjunto de crenças, valores, saberes e atitudes que julgamos naturais porque, transmitidos geração a geração, sem questionamentos, nos dizem como são e o que valem as coisas e os seres humanos, como devemos avaliá-los e julgá-los. O senso comum é a realidade como transparência: nele tudo está explicado e em seu devido lugar (CHAUI, 1996-1997: 116).

5. Relações de gêneros

Vimos que o estabelecimento de uma identidade se dá apoiada em seu oposto – ou seu “diferente” – e que, juntos, funcionam como dois pólos sujeitos à hierarquia. Pensaremos, então, na identidade genérica “mulher”. A sua identidade diferente, contraposta, não se pode negar, é o “homem”. E o que “ser mulher” e “ser homem” significa hoje – e já significou no passado? A relação entre os gêneros mudou?

Uma das problematizações levantadas pela filósofa pós-estruturalista Judith Butler é a categorização do termo “mulheres” como algo que denote uma identidade comum. “Se alguém ‘é’ uma mulher, isso certamente não é tudo o que esse alguém é. (...) se tornou impossível separar a noção de ‘gênero’ das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida” (BUTLER, 2003: 20). Butler analisa a distinção e a polarização dos gêneros como sendo construídos por meio de um acordo coletivo – que os exerce e os sustenta como ficções culturais. A credibilidade dessas produções e a punição que penaliza a recusa a acreditar nelas obscurecem a existência de tal acordo coletivo – e a construção, então, “obriga” nossa crença em sua

necessidade e naturalidade. (BUTLER, 2003: 199). A sedimentação dessa crença é produzida por meio de reproduções e reificações das ficções culturais (como performances repetidas), como aquelas que remetem a um “sexo natural” ou a uma “mulher real”. “Essa repetição é a um só tempo reencenação e nova experiência de um conjunto de significados já estabelecidos socialmente; e também é a forma mundana e ritualizada de sua legitimação” (BUTLER, 2003: 200). Essas ações de legitimação são “públicas” – não sendo reduzidas a um sujeito, mas, sim, com dimensões temporais e coletivas.

O gênero é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituído num espaço externo por meio de uma *repetição estilizada de atos*. O efeito do gênero se produz pela estilização do corpo e deve ser entendido, conseqüentemente, como a forma corriqueira pela qual os gestos, movimentos e estilos corporais de vários tipos constituem a ilusão de um eu permanentemente marcado pelo gênero. Essa formulação tira a concepção do gênero do solo de um modelo substancial de identidade, deslocando-a para um outro que requer concebê-lo como uma temporalidade social constituída. (...) a aparência de substância é precisamente isso, uma identidade construída, uma realização performativa em que a platéia social mundana, incluindo os próprios atores, passa a acreditar, exercendo-a sob a forma de uma crença (BUTLER, 2003: 200).

No entanto, esse ato performático não acontece como mágica – os dualismos, no caso, homem/mulher “profundamente enraizados nas coisas (as estruturas) e nos corpos, não nasceram de um simples feito de nominação verbal e não podem ser abolidos com um ato de magia performática” (BOURDIEU, 2007: 122). Ou seja, não existe por uma simples palavra performática (ser ou não ser), mas pertence a uma estrutura mais profunda. Pierre Bourdieu (2007) propõe, assim, que os gêneros não são simples papéis com os quais se pode jogar à vontade, mas, ao contrário, estão inscritos nos corpos e “em todo um universo do qual extraem sua força” (BOURDIEU, 2007: 122). Bourdieu, aqui, remete a Butler em *Bodies that matter*, ao falar sobre a rejeição de uma visão “voluntarista” de gênero e cita um trecho do livro: “the misapprehension about gender performativity is this: that gender is a choice, or

that gender is a role, or that gender is a construction that one puts on, as one puts clothes in the morning”.²⁸

Assim, o que Pierre Bourdieu (2007) expõe é a existência de uma espécie de estrutura fundamental coletiva que parece atravessar a história e estabelecer um inconsciente androcêntrico. Pensar a relação de gêneros, por exemplo, nos leva a pensar nos processos diferenciatórios que categorizam cada uma das partes e, conseqüentemente, a carga positiva/negativa que cada uma carrega. E a história mostra que, na sociedade ocidental, a relação de gêneros sempre esteve baseada em uma dominação masculina – a forma androcêntrica de ver e falar do mundo, como analisou Bourdieu.

Ao trazer à luz as invariantes trans-históricas da relação entre os “gêneros”, a história se obriga a tomar como objeto o trabalho histórico de des-historicização que as produziu e reproduziu continuamente, isto é, o trabalho constante de *diferenciação* a que homens e mulheres não cessam de estar submetidos e que os leva a distinguir-se masculinizando-se ou feminilizando-se (BOURDIEU, 2007: 102).

A des-historização, da qual fala Bourdieu, é um processo que naturaliza algo que é, na verdade, histórico – é retirar, no caso, as características de gêneros do processo histórico e passá-la ao simples naturalismo, à visão essencialista; é transformar a história em natureza, o arbitrário cultural em natural (BOURDIEU, 2007: 8). Assim, as diferenças entre os gêneros são vistas como oposições “naturais” e parecem estar “na ordem das coisas”, atitudes masculinas e femininas são dadas como “típicas”, esquecendo-se de que estão engendradas em uma estrutura social que as (re)produz – e, conseqüentemente, como um sem-fim, que acabam contribuindo para fazer existir.

Lembrar que aquilo que, na história, aparece como eterno não é mais que o produto de um trabalho de eternização que compete a instituições interligadas tais como a família, a igreja, a escola, e também, em uma outra ordem, o esporte e

²⁸ “A falha apreensão sobre a performatividade de gênero é essa: que o gênero é uma escolha, ou que o gênero é um papel, ou que o gênero é uma construção que as pessoas vestem assim como vestem suas roupas pela manhã” (*tradução da autora*). Trecho citado por Bourdieu do livro de Judith Butler – *Bodies that matter: on the discursive limits of sex*. New York, Routledge, 1993, p.94.

o jornalismo (...) é reinserir na história e, portanto, devolver à ação histórica, a relação entre os sexos que a visão naturalista e essencialista dela arranca (BOURDIEU, 2007: 5).

O que Bourdieu propõe é que não adianta apenas reconhecer esse processo e tentar modificá-lo: ao analisar as estruturas de dominação trans-históricas, irão sempre aparecer constantes e invariáveis da ordem social na diferença entre os sexos (invariáveis que se mantêm acima de todas as mudanças visíveis da condição feminina), que podem, ao invés de propor mudanças, ratificar essas representações conservadoras.

É preciso entender as estruturas inconscientes nas quais ele está baseado – e que acabam dando à dominação masculina vinda de uma visão androcêntrica um aspecto eternizado e solidificado nas relações entre gêneros. É preciso, ainda, analisar os mecanismos e as instituições históricas que elaboram e impõem esses princípios de diferenciação e dominação (BOURDIEU, 2007: 11). Entre as instituições estão a família, a igreja, o Estado, a escola que “com pesos e medidas diversas em diferentes momentos, contribuíram para arrancar da História, mais ou menos completamente, as relações de dominação masculina” (BOURDIEU, 2007: 101). Assim, de acordo com Bourdieu, uma verdadeira história sobre a relação de gênero implica uma história de combinações sucessivas de

mecanismos estruturais (como os que asseguram a reprodução da divisão sexual do trabalho) e de estratégias que, por meio das instituições e dos agentes singulares, perpetuaram, no curso de uma história bastante longa, e por vezes à custa de mudanças reais ou aparentes, a estrutura das relações de dominação entre os sexos; a subordinação da mulher podendo vir expressa em sua entrada no trabalho, como na maior parte das sociedades pré-industriais, ou, ao contrário, em sua exclusão do trabalho, como se deu depois da Revolução Industrial, com a separação entre o trabalho e a casa, com o declínio do peso econômico das mulheres da burguesia, a partir daí votadas pelo puritanismo vitoriano ao culto da castidade e das prendas do lar, à aquarela e ao piano, e também, pelo menos nos países de tradição católica, à prática religiosa, cada vez mais exclusivamente feminina (BOURDIEU, 2007: 101,102).

Assim, propõe-se uma estrutura do inconsciente construída historicamente, nascida em espaços sociais e reproduzida por uma aprendizagem ligada à experiência dentro desses espaços. Temos, por exemplo, uma organização dual baseada em oposições estritamente ligadas à do masculino/feminino, caso do forte/fraco, pesado/leve, dominante/dominado, ... Oposições que, inscritas na estrutura social, vêm registradas em “sistemas de adjetivos, que permitem produzir julgamentos éticos, estéticos, cognitivos” (BOURDIEU, 2007: 124). Exemplos dessas oposições e julgamentos serão expostos abaixo.

6. Expressões que representam

Muitas vezes, os discursos dominantes se transformam na aparência para que as mesmas relações hierárquicas de poder dos gêneros possam ser mantidas e produzidas apesar das mudanças sociais – e é o que revela Bourdieu ao falar das “estruturas inconscientes” que solidificam certas visões, ainda que na superfície pareçam novas e transformadas. A vitalidade desses discursos está na capacidade de manterem a própria continuidade e evoluírem sem transformar seus fundamentos básicos.

Mais do que biológicas, algumas denominações históricas do que é “ser mulher” passam por categorias vagas e que atingem grande subjetividade. Os discursos instauram em um ser histórico qualidades quase abstratas: maternidade, beleza, suavidade, doçura (BUTTONI, 1981). São expressões que pouco explicam a individualidade e sua posição de sujeito no mundo. E onde entram, na esteira do senso comum, estereótipos como o mito do eterno feminino e os problemas de mulher – “essa configuração histórica de uma indisposição feminina sem nome, que mal disfarça a noção de que ser mulher é uma indisposição natural” (BUTLER, 2003: 8).

Uma vez mais, a “essência naturalmente determinada” entra em cena e coloca atributos típicos à feminilidade, como a fragilidade, a doçura, a passividade, a afetividade mais desenvolvida, a capacidade de sacrifício e a subserviência – destacando-se, aqui, aquele modelo de mulher que deve servir à família burguesa.

“Há certas realidades humanas – e a feminilidade certamente é uma delas – que não podem ser totalmente desveladas, porque seu sentido é inesgotável e o seu segredo é da ordem do indizível” (ROCHA, 2002), diz Rocha em artigo intitulado *Feminilidade e castração. Seus impasses no discurso freudiano sobre a sexualidade feminina*, ao se referir à utilização da linguagem simbólica dos mitos e lendas para a tentativa de solução de segredos, principalmente, aqui, àqueles que se referem à feminilidade. Constatação que coloca as mulheres em uma zona alheia e mistificada. Colocar a mulher no papel de enigma e lhe dar atribuições ditas como “de sua essência” é transformá-la em mito. E essa idealização não serviria, então, para coisificá-la? “Convertida num ser mítico e místico, ela é então reduzida a um objeto de manipulação total” (SILVA, 1994: 198). Afinal, mistificá-la é negar-lhe o direito de apenas ser gente, um ser humano comum. Ao fim, colocada em um pedestal, passa a pertencer a quem a colocou ali (SILVA, 1994: 198). Transformada em enigma, a mulher passa a ser vista dentro de um conceito geral de “mulheres”, como um sujeito presumido, compreendido em uma categoria una, com uma concepção genericamente compartilhada (BUTLER, 2003: 21). Não se toma a contextualização com o mundo nem as especificidades de sujeito. Entre as maneiras com as quais se opera essa construção do mito, está a tessitura de hábitos, de repetições, de estereótipos, de cláusulas obrigatórias e de palavras-chaves.

É sempre difícil descrever um mito; ele não se deixa apanhar nem cercar, habita as consciências sem nunca postar-se diante delas como um objeto imóvel. É, por vezes, tão fluido, tão contraditório que não se lhe percebe, de início, a unidade: Dalila e Judite, Aspásia e Lucrecia, Pandora e Atena, a mulher é, a um tempo, Eva e Virgem Maria. É um ídolo, uma serva, a fonte da vida, uma força das trevas; é o silêncio elementar da verdade, é artifício, tagarelice e mentira; a que cura e a que enfeitiça; é a presa do homem e sua perda, é tudo o que ele quer ter, sua negação e sua razão de ser (BEAUVOIR, 2002: 183).

Entre as “personagens” criadas pelo pensamento mítico, encontra-se, por exemplo, o *eterno feminino* como uma concepção idealizada e cristalizada. Se uma mulher de carne e osso contraria a conduta desse eterno feminino, é ela quem

está errada, “declara-se que as mulheres não são femininas e não que a Feminilidade é uma entidade. Os desmentidos da experiência nada podem contra o mito” (BEAUVOIR, 2002: 299).

Beauvoir coloca que, ainda que as mulheres se manifestem sob aspectos diversos na realidade, cada um dos mitos edificados sobre elas pretende resumilas inteiramente (BEAUVOIR, 2002: 300). Mas, ainda que cada mito se afirme único, portador de toda a Verdade, há uma infinidade deles – alguns incompatíveis – “e os homens permanecem atônitos perante as estranhas incoerências da idéia de Feminilidade” (BEAUVOIR, 2002: 300).

Idéia que continua a assombrar as mulheres hoje, e que está presente nas páginas das revistas femininas. Em 1949 Beauvoir escrevia que

Dizem-nos que a feminilidade “corre perigo”; e exortam-nos: “Sejam mulheres, permaneçam mulheres, tornem-se mulheres”. Todo ser humano do sexo feminino não é, portanto, necessariamente mulher; cumpre-lhe participar dessa realidade misteriosa e ameaçada que é a feminilidade (BEAUVOIR, 2002: 300).

Em 2005 uma reportagem de Marie Claire exalta a mesma ameaça à feminilidade. Intitulada “Mulheres que vivem no limite”²⁹, a matéria traz a história de três mulheres brasileiras que fazem esporte radical. Mas o texto de abertura já adverte: “Em alguns casos, essa opção tão radical chegou a comprometer a própria feminilidade”. E o que é a feminilidade no discurso dessa matéria? “Dailza passou bons períodos distante de seu filho, hoje com 27 anos, para se dedicar à natação. Helena foi mais longe: desistiu de ser mãe para ter total liberdade de chegar aos pontos mais intocados da Terra. Já Caroline planeja um dia construir uma família”. Para pelo menos uma delas, ainda há salvação para sua feminilidade.

Autores como Bruno Mazzara definem a posição social da mulher como um exemplo do sistema de preconceitos e estereótipos – um sistema, alerta Mazzara, que inclui obviamente variáveis sociais, econômicas, históricas e

²⁹ Marie Claire, maio de 2005, pp.64 a 68.

políticas, mas que têm força principalmente porque são fundadas em uma “base de verdade”, ou seja, é exagerar e generalizar certas características.

Los prejuicios y estereotipos son muy comunes tanto en las relaciones con las minorías como en las valoraciones que se hacen sobre hechos de la vida cotidiana, de tal forma que nuestro modo de pensar y de enjuiciar la realidad se muestra decididamente menos elástico y libre de lo que nos gustaría que fuese³⁰ (MAZZARA, 1998: 7).

O exagero de certas características no texto de Marie Claire pode ser observado em expressões como “desistiu de ser mãe”, “ter total liberdade”, “ir mais longe”. No caso específico das relações de gênero, Mazzara enfatiza que a sociedade ocidental moderna, mesmo propagando tantas mudanças e ainda que não admita a discriminação da mulher, pode ser considerada ainda “una sociedad con predominio masculino, en la cual las reglas de convivencia han sido dictadas a la medida del hombre para su ventaja”³¹ (MAZZARA, 1998: 20). A concepção de estereótipo se encaixa pela difusão de uma certa imagem das mulheres e dos homens,

y podemos afirmar que, en general, el peso de los prejuicios y estereotipos se vuelve más evidente en la medida en que, como en las sociedades modernas occidentales, disminuye la oficialización jurídica de la subordinación: la diferencia tiende entonces a mantenerse por medios más sutiles que salvan el aspecto formal pero garantizan la supervivencia de la relación de poder (...) Se considera a las mujeres más emotivas, amables, sensibles, dependientes, poco interesadas en la técnica, cuidadosas en su aspecto, naturalmente solícitas; los hombres, por el contrario, se perciben como agresivos, independientes, orientados al mundo y a la técnica, competitivos, seguros de sí mismos, poco emotivos. Se trata, como se ve, de las características exactamente apropiadas para sostener la función social reservada a los dos sexos: el hombre dominante y orientado hacia el exterior y la mujer dominada sobre sí misma y la casa. Hay que señalar que este tipo de imagen no sólo la comparten los hombres sino

³⁰Os preconceitos e estereótipos são muito comuns tanto nas relações com as minorias quanto nas valorizações que se fazem sobre feitos da vida cotidiana, de tal maneira que nosso modo de pensar e de julgar a realidade se mostra menos elástico e livre do que nos gostaria que fosse (*tradução da autora*).

³¹uma sociedade com predomínio masculino, na qual as regras de convivência têm sido ditadas à medida do homem e para sua vantagem (*tradução da autora*).

también las mujeres (...) Las mujeres, al menos a nivel consciente y como actitud reivindicativa, se resisten al uso de ese estereotipo como instrumento de dominio por parte de los hombres, pero en realidad comparten algunos de los lineamientos constitutivos de la diferencia entre hombres y mujeres (MAZZARA, 1998: 22, 23).³²

Um dos exemplos mais sedimentados dessa diferença entre gêneros é a relação entre razão-masculinidade x intuição-feminilidade, carregado, ainda, de certa mistificação no caso da “capacitação” reservada às mulheres. Não há dúvidas de que a dualidade razão x emoção, principalmente ao se referir ao ‘estilo de se pensar’ de homens e mulheres, está inscrita no dia-a-dia das relações de gênero, seja na esfera doméstica ou no mercado de trabalho³³. Na maioria das vezes, no entanto, essa divisão não fica totalmente aparente – ao contrário, é algo implícito pela já sedimentação estrutural no inconsciente coletivo.

Miranda Fricker, em seu artigo *Why female intuition?* (1995) discute o “pertencimento natural” da intuição nas mulheres – seja a intuição feminina ou a materna – e questiona essa relação arbitrária que, ao mesmo tempo, coloca as mulheres em uma bolha de mistério e lhes diminui o poder racional.

It tends to be subject to an unfortunate mystification, due to the fact that its manifestation can sometimes appear to the uninitiated as mysterious – as some kind of primal, quasi-

³² E podemos afirmar que, em geral, o peso dos preconceitos e estereótipos fica mais evidente à medida em que, como nas sociedades modernas ocidentais, se diminui a oficialização jurídica da subordinação: a diferença tende, então, a se manter por meios mais sutis, que salvam o aspecto formal, mas garantem a sobrevivência da relação de poder. (...) consideram-se as mulheres mais emotivas, amáveis, sensíveis, dependentes, pouco interessadas na técnica, cuidadosas pelo seu aspecto, naturalmente solícitas; os homens, ao contrário, são vistos como agressivos, independentes, orientados ao mundo e à técnica, competitivos, seguros de si mesmos e pouco emotivos. Trata-se, como se vê, das características exatamente apropriadas para sustentar a função social reservada aos dois sexos: o homem dominante e orientado ao exterior, e a mulher dominada sobre si mesma e à casa. É preciso assinalar que esse tipo de imagem é vista não apenas pelos homens, mas também pelas mulheres. (...) As mulheres, pelo menos em um nível consciente e como atitude reivindicativa, resistem ao uso desse estereótipo como instrumento de domínio masculino, mas na verdade dividem algumas das linhas constitutivas da diferença entre homens e mulheres (*tradução da autora*).

³³ Basta lembrar a citação do então reitor da Universidade de Harvard, Lawrence Summers, em 2005, quando disse durante uma conferência que as mulheres têm menos capacidade em ciência e em matemática do que os homens. A declaração, apesar de ter causado polêmica na comunidade científica, mostra como essa visão dualística das características que pertencem ao homem e/ou à mulher estão socialmente sedimentadas.

telephatic Maternal Instinct. More than this, the romantic mystification has acted as a consolation prize for associating reason with masculinity”³⁴ (FRICKER, 1995: 241).

E Fricker vai além ao questionar a relação de oposição entre razão e intuição.

Far from standing in a relation of opposition to reason, intuition plays an essential role within human reasoning broadly construed. This view has three implications: first, that *intuition* is not well understood if it is sharply contrasted with reason; second, that a conception of *reason* which is sharply contrasted with intuition is an unduly technical or ‘thin’ conception; and, third, that exclusive association of intuition with *women* is mistaken – more than this, it is a piece of cultural mystification in urgent need of feminist philosophical analysis (FRICKER, 1995: 235)³⁵

Assim, o objetivo proposto por Fricker não é abolir a idéia de intuição, mas de abolir a idéia dicotomizada entre razão e intuição, sendo essa última relacionada magicamente às mulheres como um dom que lhes foi dado ao nascer. Para isso, exemplifica que a intuição também pode estar presente, por exemplo, em um trabalho como o do engenheiro mecânico ou o de um cientista – mas sempre totalmente ligado à prática do que se está fazendo. Ou seja, a intuição existe, mas só existe relacionada à razão, à experiência e ao conhecimento do que se faz – e, ainda que essa idéia seja aceita nos casos da intuição em um mecânico, por exemplo, não o é no caso da maternidade, em que a intuição passa a ser vista como um produto de seu sexo, relacionado aos “poderes femininos”.

The point, then, is that historically women have tended to fulfil a specific social role which encourages and develops

³⁴ Isso costuma ser sujeito de uma mistificação desafortunada, pelo fato de que essa manifestação pode aparecer, às vezes, como um mistério – como algum tipo de instinto maternal primário ou quase telepático. Mais do que isso, a mistificação romântica tem agido como um prêmio de consolação por associar razão com masculinidade (*tradução da autora*).

³⁵ Longe de estar em relação de oposição à razão, a intuição joga um papel essencial dentro da razoabilidade humana construída em todos os lados. Essa visão tem três implicações: a primeira, que intuição não será bem entendida se for rigidamente contrastada com razão; a segunda, que a concepção de razão rigidamente contrastada com a intuição é uma concepção excessivamente técnica ou “rasa”; e, a terceira, que a associação exclusiva da intuição à mulher é um erro – mais do que isso, é uma peça da mistificação cultural que necessita de uma análise filosófica feminista urgente (*tradução da autora*).

intuition in a particular range of activities relating primarily to childcare and family management, and perhaps by extension to personal relationships more generally. But my aim is not to prove that mothers exhibit this kind of intuition (although I think they generally do); nor that mother and no-mothers alike tend to exhibit this kind of intuition in virtue of a 'sex-gender system' where elements of maternal thinking contribute to gender-norms of femininity (although I think they do). Rather, my aim is to argue that in so far as women may exhibit this kind of intuitive capacity, the phenomenon is best understood as an instance of the same mode of hypothesis formation as in the cases of scientist or the car mechanic, male or female³⁶ (FRICKER, 1995: 241).

Há, então, duas possibilidades para, por exemplo, explicar a intuição materna, de acordo com Fricker: por um lado, a concepção romântica do instinto maternal e, por outro, o contexto social no qual as responsabilidades paternas são assumidas e as sensibilidades, aprendidas.

The latter is surely the more convincing. What affords a mother such powers of perceptiveness, if she has them, is a wealth of experience of a thousand-and-one near misses, minor accidents, upsets and recoveries which are the stock-in-trade parenting. (...) In this sense, the popular notion of female intuition conforms to a familiar pattern of the undermining of women's skills by false 'naturalization', whereby actual capabilities are construed as natural 'givens' of being female, rather than as skills which have to be learned³⁷ (FRICKER, 1995: 241, 242).

³⁶ O ponto, então, é que historicamente as mulheres tendem a preencher um papel social específico, que encoraja e desenvolve a intuição em uma esfera particular de atividades relativas primeiramente ao cuidado das crianças e à administração familiar, e talvez, por extensão, ao relacionamento pessoal mais generalizado. Mas meu objetivo não é provar que as mães possuem esse tipo de intuição (ainda que eu acredite que elas tenham); nem que as mães e não-mães tendem a ter esse tipo de intuição em virtude de um "sistema de sexo e gênero", onde elementos de um pensamento maternal contribuem para normas generificadas de feminilidade (ainda que eu acredite que contribuam). Ao invés disso, meu objetivo é discutir que, se as mulheres têm esse tipo de capacidade intuitiva, esse fenômeno pode ser compreendido do mesmo modo como que se formam as hipóteses da intuição nos casos de um cientista ou de um mecânico, seja homem ou mulher (*tradução da autora*).

³⁷ A última é seguramente a mais convincente. O que dá às mães tais poderes de percepção, se elas os tiverem, é uma grande quantidade de experiências de mil e um quase esquecimentos, pequenos acidentes, perturbações e recuperações que são como um estoque nas relações com os filhos (...) Nesse sentido, a noção popular da intuição feminina se encaixa no padrão familiar que despreza as habilidades das mulheres, colocando-as em uma falsa naturalização onde capacidades reais são construídas como dons femininos naturais, ao invés de serem vistas como habilidades que têm de ser aprendidas (*tradução da autora*).

Assim como a feminilidade, a intuição também pode ser vista como algo que pertence à natureza das mulheres, nas páginas das revistas femininas. É o caso de uma nota sobre uma nova arte marcial na seção “Pré-estréia”, de Marie Claire, que traz todos os meses novidades para se divertir.

Pense antes de agir

Imagine uma arte marcial em que o principal elemento é o uso da *intuição*, atributo normalmente inerente às mulheres, e o contato físico é mínimo. A modalidade existe, é derivada do kung fu e chama-se ving tsun. A idéia é que a praticante desenvolva o que se chama de inteligência estratégica: pensar antes de agir (grifo da autora)³⁸

Um outro exemplo que ilustra a idéia cristalizada de um senso comum é a noção da “mulher moderna”, mas que, nesse caso, trabalha com um suposto movimento de transformação – transformação que, como já tratou Bourdieu e como veremos a seguir, está apenas na superfície, raramente sendo observada na estrutura dos atos. A expressão “mulher moderna” é muito utilizada nas revistas femininas, como será explicitado na posterior análise do corpus, uma expressão criada com conceitos tidos como inquestionáveis e que orientam o modo de presença do sujeito no mundo. Além disso, há um vazio de significado por trás de tal expressão: “mulher moderna” ocupa a função, na verdade, de uma “palavra-valise”, isto é, uma expressão que serve para dizer tudo porque não diz absolutamente nada (CHAUÍ, 1996-1997: 123). Formada por fragmentos jogados e não-específicos, a expressão generaliza, parte de pressupostos e mostra algo não-completo. Ao mesmo tempo – e contraditoriamente –, a expressão é euforizada (ou seja, é dada a ela um valor positivo) pelo uso, já que essas “mulheres” têm a chave e a solução para os problemas de relacionamento e sabem viver felizes, entre outras habilidades. A idealização do “moderno” serve como forma de propaganda de uma imagem aparente de movimento, mudança e desenvolvimento constantes, que mascara a permanência de certas estruturas sociais.

³⁸ Trecho de nota publicada em Marie Claire, outubro de 2006, p. 28

Os modelos tradicionais aparecem mesclados e mascarados, com outros mais ‘feministas’, ou seja, a imagem de mulher vinculada à maternidade e à submissão aos desejos masculinos prevalece ao lado de uma fachada modernista que procura canalizar e reformular a tomada de consciência das mulheres e suas insatisfações em função do reforço dos estereótipos e do consumo de bens e idéias que mantêm a ordem estabelecida³⁹ (DARDIGNA *apud* BASSANEZI, 1992: 59).

Essa submissão aos desejos masculinos foi observada nos estudos britânicos sobre revistas femininas, como demonstra Angela McRobbie⁴⁰ em seu artigo *More!: New sexualities in girl's and women's magazines* (1996). Aqui, McRobbie mostra imagens femininas registradas por diferentes pesquisadores, em diferentes publicações para mulheres, nas quais prevalecem as idéias de “amor”, “domesticidade” e “a mulher fetichizada na moda”. Para McRobbie, a questão a ser discutida não é a de que a imagem da mulher nas revistas não mostra uma mulher inteira, mas deve se concentrar em como as imagens em revistas femininas são feitas para significar, e a resposta, para ela, é que

the meanings typically make a number of connections which continue to position a women in a relation of subordination, passivity and sexual availability. Thus whether it is legs, or breasts, or eyes, the meanings drawn out from these bodily parts are that these women either seek or have already gained the approval of the male gaze”⁴¹ (McROBBIE, 1996: 173).

Mais do que isso, as revistas passam a oferecer a imagem da feminilidade ideal, na maioria das vezes baseada no consumo – é preciso ter para ser. “Instead of being identified by what they produce, people are made to identify

³⁹ A citação faz parte dos estudos de Anne-Marie Dardigna, que analisou a imprensa feminina francesa da segunda metade dos anos 70 (*La presse féminine, fonction idéologique*. Paris, Maspero, 1978). O trecho foi reproduzido do trabalho de Carla Bassanezi (BASSANEZI, 1992: 59).

⁴⁰ Angela McRobbie é professora da área de comunicação no Goldsmiths College, em Londres, e estuda revistas femininas e para adolescentes dentro dos Estudos Culturais. Entre seus livros, está *Feminism and youth culture*. London: Macmillan, 1991.

⁴¹ os significados tipicamente fazem um número de conexões que continuam a posicionar as mulheres em uma relação de subordinação, passividade e disponibilidade sexual. Seja em forma de pernas, peitos ou olhos, os significados vindos dessas partes corporais são que essas mulheres ou procuram ou já ganharam a aprovação do olhar masculino (*tradução da autora*).

themselves with what they consume”⁴² (WILLIAMSON *apud* WINSHIP, 1987: 217). O trabalho de Janice Winship⁴³ é concentrado especificamente em anúncios de revistas femininas, o que não é o caso do presente trabalho. No entanto, oferece algumas possibilidades de imagens femininas que, sem dúvida, vão trabalhar em conjunto com o que a parte editorial irá apresentar. E o que Winship mostra em sua pesquisa é que as imagens de feminilidade nos anúncios estão baseadas naquelas estruturas androcêntricas das quais Bourdieu fala.

Even when it appears that ads are producing a new representation (for example, ‘Dress to kill’), not merely reproducing an idea of femininity found elsewhere, the signification is not completely autonomous but anchored by the patriarchal and capitalism relations in which we as individuals already have a history and which we already know about⁴⁴ (WINSHIP, 1987: 218).

Essa idéia do corpo-para-o-outro é discutida por Bourdieu e colocada como sendo característica do ser feminino, e mais reforçada na chamada por Bourdieu de “pequena burguesia”, onde a imagem para o outro passa a ser importante para sua afirmação como sujeito. “Tudo, na gênese do habitus feminino e nas condições sociais de sua realização, concorre para fazer da experiência feminina do corpo o limite da experiência universal do corpo-para-o-outro, incessantemente exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso dos outros” (BOURDIEU, 2007: 79). De acordo com Bourdieu, a dominação masculina coloca as mulheres como um objeto simbólico, o que tem como efeito um permanente estado de insegurança corporal,

⁴² Ao invés de serem identificadas pelo que elas produzem, as pessoas são feitas para se identificar com o que elas consomem (*tradução da autora*).

⁴³ Janice Winship pesquisa anúncios de revistas femininas britânicas desde 1970, com enfoque no feminino e nos estudos culturais. É professora da Universidade de Sussex. Entre seus livros, está *Inside women's magazine*. London: Pandora, 1987.

⁴⁴ Ainda quando parece que os anúncios estão produzindo uma nova representação (por exemplo ‘Vestida para matar’), e não simplesmente reproduzindo uma idéia de feminilidade encontrada em qualquer lugar, a significação não é totalmente autônoma, mas ancorada nas relações patriarcal e capitalista, nas quais nós, como indivíduos, já temos uma história que já conhecemos (*tradução da autora*).

ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam ‘femininas’, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas. (...) incessantemente sob o olhar dos outros, elas se vêem obrigadas a experimentar constantemente a distância entre o corpo real, a que estão presas, e o corpo ideal, do qual procuram infatigavelmente se aproximar (BOURDIEU, 2007: 82, 83).

Essas representações do ser-mulher estão presentes nas duas revistas aqui propostas para a análise? Há um suposto movimento de mudança, mas com uma estrutura social rígida, marcada por uma relação de gênero em que a dominação masculina ainda persiste? As revistas aqui tratadas, Marie Claire e Malu, vão ao encontro dessas expectativas da mulher ideal e trazem oportunidades de consumo capazes de satisfazer (ou de propor uma possibilidade de satisfação de) o corpo para o olhar do outro? Essas questões devem ser respondidas na análise do corpus selecionado.

7. Revistas femininas e três tipos marcados de alteridade

Admito, para a proposição desse trabalho, que o sujeito é determinado pelo desejo de uma completude ideal, na busca de uma unidade. Nossos desejos e atuações se dirigem a esse Outro, como suposto da unidade que gostaríamos de compor. É como a história de Aquiles e a tartaruga⁴⁵: Aquiles a persegue mas nunca a pode alcançar, porque lhe escapa. O sujeito, assim como Aquiles, busca a completude e a unificação, que lhe escapam.

Essa busca pela completude está intrinsecamente ligada à relação com o outro, com as imagens que o sujeito se coloca para a aprovação do outro, e à importância da alteridade para a constituição de sua própria identidade, como já foi explicitado neste capítulo. Assim, com base nesses conceitos, aponto neste trabalho três formas de alteridade mostradas nas páginas de revistas femininas

⁴⁵ Aquiles, o herói grego, e a Tartaruga decidem apostar uma corrida de 100 m. Como Aquiles é 10 vezes mais rápido que a tartaruga, esta recebe a vantagem de começar a corrida 80 m na frente da linha de largada. No intervalo de tempo em que Aquiles percorre os 80 m que o separam da Tartaruga, esta percorre 8 m e continua na frente de Aquiles. No intervalo de tempo em que ele percorre mais 8 m, a tartaruga já anda mais 0,8 m. Assim, não importa quanto tempo se passe, Aquiles nunca alcançará a Tartaruga, porque na altura em que atinge o ponto donde a tartaruga partiu, ela já terá se deslocado para outro ponto e assim sucessivamente, *ad infinitum*.

que seduzem o leitor para um modo de valorização de certos valores: o outro com quem o sujeito quer se identificar; o outro que está longe e com o qual não se quer identificação (o outro-diferente que garante a identidade do ideal de mulher) e o colocar-se como objeto e como o outro (a mulher sai da posição de sujeito e se assume como objeto, principalmente nas relações de gênero, onde é o homem que passa a ser o sujeito). Reunidas, essas três formas de alteridade formam o todo constitutivo de “ideais do eu”⁴⁶ do sujeito-leitor. Essas três formas de alteridade são tomadas como formadoras do sujeito-leitor que busca, por meio do discurso das revistas – talvez como se se olhasse em um espelho – encontrar sua completude.

Abaixo, exponho cada uma dessas formas de alteridade e, para comprová-las, incluo trechos do corpus aqui estudado.

a) O outro com quem o sujeito quer se identificar

O ideal de mulher imposto pela sociedade capaz de cumprir com perfeição seu papel social. O sujeito se reconhece no discurso (como se reconheceria no espelho) e vê seu ideal de perfeição ao qual vai tentar corresponder.

Estão incluídos neste caso as mulheres que são “ideais de beleza” que devem ser seguidos por todas as outras mulheres, como se houvesse apenas uma saída para a beleza – e, conseqüentemente, para a felicidade. Mais: é uma beleza adotada como padrão, estereotipada, sem levar em conta a diversidade. Reportagens com esse viés adotam, muitas vezes, um tom didático: ensinam a ser como a “mulher ideal”.

**Quer ter os cabelos de Juliana Paes?⁴⁷
O cabeleireiro da atriz, eleita uma das mulheres
mais lindas do mundo, revela tudo para você!**

⁴⁶ Tomo a concepção de “ideal do eu” da psicanálise. A expressão, utilizada por Lacan, veio de Freud, quando a usou no quadro da sua segunda teoria do aparelho psíquico. Ideal do eu (ou ideal do ego) é “a instância da personalidade resultante da convergência do narcisismo (idealização do ego) e das identificações com os pais, com os seus substitutos e com os ideais coletivos. Enquanto instância diferenciada, o ideal do ego constitui um modelo a que o sujeito procura conformar-se” (LAPLANCHE & PONTALIS, 2001: 222).

⁴⁷ Trecho de reportagem publicada na revista Malu, 8 de junho de 2006, p. 12.

Aqui se inserem certos simulacros que são criados dentro desses discursos e que são assimilados lenta, gradual e inconscientemente, como imagens ditadas pela crença e que governam os sujeitos. Um outro exemplo desses simulacros é a noção da “mulher moderna”, criada com conceitos tidos como inquestionáveis e que valorizam determinados valores que orientam o modo de presença do sujeito no mundo. “O discurso do senso comum modaliza um crer poder ser, um crer dever ser, um crer querer ser segundo certos valores tidos como inquestionáveis” (DISCINI, 2005: 284).

A expressão é usada desde em grandes reportagens até em pequenos textos despretensiosos como, por exemplo, na seção de notas sobre livros:

Sem glamour

A francesa Hélène Bruller é, ao mesmo tempo, autora e personagem dos irônicos quadrinhos que recheiam **Eu Quero o Príncipe Encantado** (Conrad, 72 págs., R\$ 30). Rindo de si mesma, ela aborda com humor refinado os problemas prosaicos e dramas existenciais das *mulheres modernas*. Nesse universo que vai da TPM às aulas de dança, passando pela moda, as amigas e, é claro, os homens, retrata as mulheres sem nenhum glamour e, por isso mesmo, de modo real e divertido⁴⁸ (*grifos da autora*).

Aqui, especifica-se o que seria essa “mulher moderna”: quem tem TPM, vai às aulas de dança, está por dentro da moda, possui problemas prosaicos e dramas existenciais, tem amigas e, **“é claro”**, aquelas em que os homens são ponto importante na vida. A falta de “glamour” ao retratar essas mulheres é tida como causa para um texto *real e divertido*. Este exemplo se encaixa no primeiro tipo de alteridade citada acima. Aquela à que o sujeito vai tentar corresponder. O outro com quem o sujeito quer se identificar: o ideal de mulher imposto pela sociedade capaz de cumprir com perfeição seu papel social. O discurso estereotipa o ator social (nomeando-o como “mulher moderna”) e mostra uma figura que se torna um sistema normativo de referência – no qual todos estão convidados a se moldar (DISCINI, 2003: 246). Formada por fragmentos jogados e não-específicos, a expressão “mulher moderna” generaliza, parte de

⁴⁸ Trecho de reportagem publicada na revista Marie Claire, agosto de 2005, p. 30.

pressupostos e mostra algo não completo mas que, por meio da euforização dessa expressão – afinal, a autora do livro “ri”, os quadrinhos são “divertidos” – coloca o leitor em conjunção a um “querer ser”, com o qual deve se identificar.

b) O outro que está longe e com o qual não se quer identificação

O outro-diferente que garante a identidade do ideal de mulher. Assim, mostra-se o outro como aquilo que o sujeito não quer ser para, com isso, assegurar o que quer ser. Sabendo que existe um contrário, o sujeito se assegura de sua identidade. É o outro-diferente que assegura a identidade do ideal de mulher, como na reportagem *Uma história de amor na Índia*⁴⁹, sobre uma pequena aldeia indiana na qual, segundo a reportagem, “mulheres carentes investem toda a sua energia na compra de uma vaca e começam a reinventar a vida”.

Aqui, conceitos genéricos como “mulheres carentes” são disfóricos ao que a leitora quer ser. A idéia de que o mundo retratado aqui é distante da leitora – e a intenção de que permaneça assim – é reforçada pelo uso de elementos que não pertencem ao dia-a-dia de consumo do leitor, como “a compra de uma vaca”. Item comprovado quando reportagens nas outras páginas da revista (tanto nas páginas anteriores quanto nas posteriores a essa matéria) reafirmam desejos de consumo como perfumes caros, maquiagens e roupas de moda. A alteridade e o papel do outro-distante estão sempre claros e bem marcados em toda a reportagem:

Amma teve alguma sorte. Sua mãe, em vez de vender tudo o que tinha em troca de um enxoval, encaminhou a filha aos estudos e, graças à ajuda de uma **outra mulher, rica e esclarecida**, Amma freqüentou a escola (...) ⁵⁰
(grifo da autora)

Assim, ao nomear a mulher que ajudou como “rica e esclarecida”, isola e separa as “personagens” dessa história – as mulheres indianas, que, conseqüentemente, são tidas como pobres e ignorantes. Ao colocar cada um em seu devido papel, traz para perto da leitora o ideal de mulher – rica e

⁴⁹ Reportagem publicada na revista Marie Claire, agosto de 2005, p. 84.

⁵⁰ Op. cit., p. 88.

esclarecida – e afasta seu contrário. A idéia de alteridade com a euforização do mais rico fica explícita no último parágrafo do texto, quando o enunciador também se mostra:

Amma conta que para construir uma casa são necessários apenas US\$ 130 de entrada. Eu olho para meus pés, vejo os meus sapatos e lembro que eles custaram mais do que isso⁵¹

Esse “mostrar-se” do enunciador vai à direção contrária ao que ocorreu em todo o texto, que até então seguia as regras do discurso jornalístico, com um narrador implícito que não se mostra, o que visa ao efeito de objetividade para produzir um efeito de verdade e de imparcialidade. Assim, até então, adotava-se o ethos distante que se supõe convir a quem expõe e avalia serenamente. Mas dar corpo e caráter a esse enunciador, mesmo que apenas no último parágrafo, funciona aqui para aumentar a força da alteridade marcada, apoiado em um conjunto de representações sociais valorizadas em contraste com outras desvalorizadas.

c) O colocar-se como objeto e como o outro

A mulher sai da posição de sujeito e se assume como objeto. Neste caso específico do discurso das revistas femininas, é quando o ser-sujeito passa a ser centralizado no homem, ainda que o discurso esteja direcionado às mulheres. É uma posição velada, não totalmente explícita e travestida em conceitos sociais aceitos. A mulher ideal é mostrada em posição às vezes contraditória e ambígua, como sendo independente mas, veladamente, submissa. A situação da mulher ainda não está bem estruturada e é como se se concretizasse a definição de Simone de Beauvoir, segundo a qual “o que define de maneira singular a situação da mulher é que, sendo, como todo ser humano, uma liberdade autônoma, descobre-se e escolhe-se num mundo em que os homens lhe impõem a condição do outro” (BEAUVOIR, 2002: 23). Imposta nessa

⁵¹ Op. cit., p. 89.

condição, aceita-a, age como se fosse independente, mas suas ações a colocam como sendo o outro.

Admitindo-se que “é enquanto corpos submetidos a tabus, a leis, que o sujeito toma consciência de si mesmo e se realiza: é em nome de certos valores que ele se valoriza” (BEAUVOIR, 2002: 56), temos impregnados no discurso analisado a concepção da mulher em posição subordinada que deve se adaptar e seguir valores que colocam o homem em primeiro plano. “A mulher determina-se e diferencia-se em relação ao homem e não este em relação a ela; a fêmea é o inessencial perante o essencial. O homem é o Sujeito, o Absoluto; ela é o Outro” (BEAUVOIR, 2002: 10). É a estrutura androcêntrica da qual fala Bourdieu (2007) e é o que se analisa, por exemplo, na matéria sobre etiqueta sexual, que “ensina” como agir em “dez momentos especialmente delicados do ritual de todo começo de namoro”:

Gritos e sussurros podem ser excitantes, mas, na primeira vez, é melhor ir devagar e **observar** as **reações dele**. **Contenha-se**, principalmente se **o homem** parecer mais espantado do que entusiasmado (...).

(...) Além de caprichar nas velas, nas flores e na arrumação da casa, **vistorie** o seu banheiro antes de receber um convidado.

(...) Dependendo da situação, pode ser gentil preparar o café da manhã, mas só se tiver certeza de que o gesto não vai ser interpretado como uma invasão pelo **dono** do espaço (*grifos da autora*).⁵²

Aqui, mais uma vez a contradição marca o discurso. Imagina-se que essa mulher a quem se fala é portadora de sua liberdade: mora sozinha, pode dormir onde quiser. Mas, ao mesmo tempo, essa liberdade é limitada: está cerceada pelas vontades do homem. As atitudes femininas ainda têm de passar pela aprovação masculina.

O enunciador/o ethos discursivo passa a idéia de que é uma mulher e o entrevistado nessa matéria é uma mulher, a consultora Claudia Matarazzo e

⁵² Trechos de reportagem publicada na revista Marie Claire, agosto de 2005, p. 153.

autora do livro *Amante elegante – um guia de etiqueta a dois*. Assim, é utilizada a palavra de especialistas para validar o discurso, que dá a esse enunciador um papel de saber-fazer. E validam a idéia de que são as mulheres que se colocam como o outro. “O drama da mulher é esse conflito entre a reivindicação fundamental de todo sujeito que se põe sempre como o essencial e as exigências de uma situação que a constitui como inessencial” (BEAUVOIR, 2002: 23).

Outra reportagem “didática”, o texto de Malu intitulado *Por trás é mais gostoso*⁵³ traz recomendações sobre como a mulher deve agir para satisfazer “seu homem” na cama.

Por trás é mais gostoso!

Deixe o receio de lado e tire proveito do sexo anal, uma prática que os homens adoram

Quando se fala em sexo anal, a regra é: os homens adoram e se sentem poderosos, mas as mulheres sentem medo da dor e carregam o peso de achar que isso é errado. Mas, com jeitinho e muitos segredinhos, essa prática pode ser prazerosa para você e deixar seu homem a seus pés. Que tal colocar de lado os preconceitos e curtir o sexo anal sem constrangimentos? (grifos da autora).

Aqui, uma vez mais, coloca-se a vontade do homem em primeiro plano. O importante não é encontrar uma nova forma de prazer para a mulher, mas fazer com que ela se acostume ou (talvez) descubra um novo prazer **por causa do** homem. É ele que ela tem de satisfazer – ele é o Sujeito. A mulher é, mais uma vez, colocada como o objeto.

Neste caso, ainda, a mulher é colocada como desconhecedora, mal-informada e vulnerável a acreditar em certos estereótipos, já que, de acordo com o texto, muitas mulheres ainda “carregam o peso de achar que isso é errado”. Com isso, à leitora-mulher é tirada a capacidade de “saber-fazer”, dando à revista e aos homens – que parecem compartilhar a idéia de que sexo anal é prazeroso – a capacidade de discernimento entre verdade x mentira. A revista e os homens são portadores do saber-fazer.

⁵³ Trecho de reportagem publicada na revista Malu, 31 de maio de 2004, p. 16.

CAPÍTULO SEGUNDO

Jornalismo feminino e os casos de Marie Claire e Malu

1. Breve histórico das revistas femininas

“Houve um momento em que apareceu, na civilização ocidental, um tipo de veículo impresso dirigido às mulheres” (BUTONI, 1981: 9). Mas esse veículo midiático sempre teve um papel secundário: “o jornalismo feminino já nasceu complementar, revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático” (BUTONI, 1981: 9). Atualmente, a atuação das revistas impressas passa por revisões: a internet cada vez mais ampliada passa a questionar qual o papel das mídias impressas e, claro, cabe aqui o questionamento sobre qual o papel das revistas femininas. Entretenimento, informação, fonte de conselhos, produto de consumo? Qual é a novidade que todos estão sempre atrás?

Como texto de cultura de massa, as revistas femininas são lidas por muitas pessoas: elas estão nos consultórios, nas clínicas, nos cabeleireiros. E atraem pela beleza. “O limite entre o real e o imaginário se aproxima e indiscutivelmente proporciona um prazer vicário (...). As formas culturais tocam mas neutralizam os problemas reais e as identidades pessoais de certa forma são reassseguradas ao se identificarem com os mitos criados pela imprensa” (CALDAS-COUTHARD, 1999: 12).

Essas identificações com mitos são baseadas em um espaço historicamente determinado – e uma volta histórica sobre as revistas femininas é quase como uma retrospectiva histórica dos costumes e da moral. Dulcília Butoni, em *Mulher de papel*, cita Evelyne Sullerot, pesquisadora francesa que via as revistas como um reflexo da vida social:

A história dessa imprensa é apaixonante porque nela lemos a história dos costumes: não a “pequena história” feita de anedotas sobre os grandes deste mundo, mas um reflexo significativo da vida cotidiana, da economia doméstica, das relações sociais, das mentalidades, das morais e dos esnobismos apaixonados, no seu monótono frenesi de novidade (SULLEROT *apud* BUTONI, 1981: 9).

Vou um pouco mais além ao situar essas revistas não como um reflexo social, mas como um conjunto de espelhos, como exemplifica Charaudeau: “São vários espelhos deformantes ao mesmo tempo, daqueles que se encontram nos parques de diversões e que, mesmo deformando, mostram, cada um à sua maneira, um fragmento amplificado, simplificado, estereotipado do mundo” (CHARAUDEAU, 2006: 20).

O primeiro periódico feminino editado na Grã-Bretanha, o *Lady's Mercury* (fevereiro de 1693), tem como principal coluna o consultório sentimental – nesta edição citada, “uma jovem correspondente narra sua sedução por um ‘infame e lúbrico’” (BUTTONI, 1981: 10). Sullerot aponta em suas pesquisas que o primeiro periódico feminino francês surge em 1758, o *Courrier de la nouveauté, hebdomadaire à l'usage des dames*⁵⁴, com poucos exemplares, seguido do *Le Journal des dames*⁵⁵ (1759) – este, a princípio, era apenas literário, e começou a abranger outros temas a partir de 1774. “Os precursores da imprensa feminina francesa foram os almanaques que continham conselhos de economia doméstica e de medicina caseira, fato que aconteceu também em outros países” (BUTTONI, 1981: 10).

Nos Estados Unidos, o mais conhecido foi o *Ladies Magazine*⁵⁶ (1828), produzido pela feminista Sarah Hale. “Sua filosofia de imprensa feminina se resumia em três pontos: entretenimento, esclarecimento, serviço. Era uma feminista que não falava em política; apenas defendia o direito da mulher à educação, como o mais essencial de todos: os outros viriam por acréscimo” (BUTTONI, 1981: 10).

A imprensa feminina brasileira deu seus primeiros passos no século 19 – a própria imprensa brasileira chega mais tarde do que em outros países, somente após a vinda de D. João VI, em 1808. Essa chegada ao Brasil da corte portuguesa, aliás, foi o que pautou os grandes assuntos das primeiras revistas femininas: era preciso saber de moda.

⁵⁴ “Correio da novidade, revista semanal de utilidade para as mulheres” (*tradução da autora*).

⁵⁵ “O jornal das mulheres” (*tradução da autora*).

⁵⁶ “Revista das moças” (*tradução da autora*).

As tendências européias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam figuras de moda. A necessidade estava criada; havia portanto um mercado. Foi por isso que as primeiras publicações dirigidas à mulher, no Brasil, traziam moda. Jornalismo feminino, nessa época, significava basicamente moda e literatura (BUITONI, 1981: 11).

Estima-se que o primeiro periódico feminino brasileiro tenha sido o carioca *O espelho diamantino* (1827), com literatura, belas-artes, teatro e modas, mas uma das publicações mais constantes do período foi *O correio das modas* (1834), que saía aos sábados com moda, literatura, bailes e teatro.

Já um dos primeiros a contar com mulheres na redação foi o *Jornal das senhoras* (1852-1855), jornal “ilustrado, com modas, literatura, belas-artes, teatro e crítica” (BUITONI, 1981: 21). A imprensa feminina no século 19 se mistura entre periódicos de entretenimento que informam como a mulher deve se comportar e os assuntos que lhe devem interessar (ou, nas palavras de Buitoni, “a tradicional, que não permite liberdade de ação fora do lar e que engrandece as virtudes domésticas e as qualidades ‘femininas’”), com periódicos mais “engajados”, que defendem os direitos das mulheres e alguns com orientação feministas, como *O sexo feminino* (1875-1877), da redatora e proprietária Francisca Senhorinha da Mota Diniz⁵⁷, “que defendia os direitos da mulher, lançando posteriormente jornais mais engajados politicamente”⁵⁸ (BUITONI, 1981: 23).

Esses periódicos femininos tinham mais força em São Paulo e Rio de Janeiro, mas há publicações também no interior do estado de São Paulo, em Curitiba e em estados do Nordeste, como Piauí e Pernambuco. “O século 19 foi um século de imprensa artesanal, das folhas tipográficas, que raramente

⁵⁷ Francisca Senhorinha da Mota Diniz também publicou, entre 1890 e 1896, *O quinze de novembro do sexo feminino*. Quinzenal, o periódico trazia informações sobre literatura, notícias e recreação.

⁵⁸ Aqui, trecho de um dos textos de *O sexo feminino* (25 de outubro de 1873, pp. 1-2), colhido por Jane Hahner, historiadora que fez uma antologia de textos relativos à mulher brasileira, publicados por Buitoni em *Mulher de papel*: “Queremos a nossa emancipação – a regeneração dos costumes; queremos reaver nossos direitos perdidos; queremos a educação verdadeira que não se nos tem dado a fim de que possamos educar também nossos filhos; (...) queremos enfim saber o que fazemos, o porque, o pelo que das coisas; queremos ser companheiras dos nossos maridos, e não escravas; queremos saber o como se fazer negócios fora de casa; só não queremos é continuar a viver enganadas” (BUITONI, 1981: 23).

ultrapassavam quatro páginas, a maioria de curta duração. Era ainda a pequena imprensa combativa, feita mais de idéias polêmicas do que de informação” (BUIIONI, 1981: 27).

A primeira década do século 20 assiste à popularidade das revistas ilustradas – que tratavam principalmente de teatro e literatura – e os periódicos das capitais já eram considerados empresas industriais e comerciais. O novo século também marca o início da fotografia na imprensa brasileira, não mais restrita à litografia e xilogravura (BUIIONI, 1981: 33). “O jornal *Voz feminina*, fundado em 1900 por três moças de família tradicional de Diamantina, lança em 1901 a campanha pelo voto da mulher” (BUIIONI, 1981: 35). Mas não há ainda veículos femininos de grande porte e duração. “Sobrevivem apenas as formas do século passado, ligados a uma imprensa artesanal, muitas vezes criadas por uma ou duas pessoas” (BUIIONI, 1981: 35).

Na década de 1910 surge o que Buitoni considera uma antecipadora da tendência que mais tarde predominou na imprensa feminina: a *Revista feminina* (1914-1935) trazia variedade de assuntos, ainda que não saísse da esfera doméstica, como trabalhos manuais, psicologia, beleza, notas sociais, culinária etc. A revista mensal alcançou 30 mil exemplares distribuídos por todo País – com concentração em São Paulo (capital e interior).

Na segunda metade do século surgem as fotonovelas, um produto que abre novos caminhos editoriais. A pioneira no Brasil, *Grande hotel* (1947), publicava histórias de amor em quadrinhos desenhados – um antecessor ao uso das fotos, que foram utilizadas pela primeira vez pela mesma revista em 1951. A revista, além das fotonovelas, trazia ao Brasil um novo jeito de fazer revistas femininas, copiadas das européias – como a italiana *Gran hôtel*, que lhe inspirou, e a francesa *Confidences*. Esta última, aliás, inaugurou o gênero confessional, “que explorava o filão dos sentimentos, servindo de catarse a suas leitoras” (BUIIONI, 1981: 78).

Cessando de considerar a mulher como uma boneca para vestir ou como uma mãe de família sobre quem repousava boa parte da estabilidade da sociedade, *Confidences* abriu a caixa de Pandora: as pessoas estão sós, especialmente as

mulheres; as pessoas estão sós com seus problemas; elas perderam a fé; as estruturas sociais se arrebutaram; a sólida armadura que os grupos primários (família e sociedade) exerciam sobre os indivíduos fende-se e desmorona; cada um está cheio de angústia e se crê só em seu caso; é preciso dar como alimento às mulheres seus próprios problemas, mas sob a forma mais tranquilizante para elas, isto é, apresentando-os como problema dos outros (SULLEROT *apud* BUTTONI, 1981: 77-78).

A *Grande hotel* também publica o que vai se firmar como quase obrigatório nas revistas femininas (e que é publicado até hoje): os testes. Na edição de 27 de agosto de 1947, por exemplo, a questão era: “Que mulher é você?”. Os rótulos propostos são: a amorosa, a esposa, a inteligente, a camarada, a mulher-criança, a deslumbrante e a maternal. O objetivo é saber qual o “potencial de encanto” da leitora para que ela saiba como explorá-lo para “agradar e triunfar na vida”.

Mas a grande representante das telenovelas foi *Capricho* (1952) – que chegou ao mercado acompanhada de uma campanha publicitária com jingles e anúncios em periódicos de grande circulação. A partir do nono número, sua vendagem saltou dos 26 mil exemplares iniciais (e tiragem de 100 mil), para vendagem de 100 mil exemplares, atingindo no ano seguinte 240 mil. No final da década de 1950, a venda chegava a 500 mil (na década anterior, nenhuma revista feminina ultrapassava 50 mil) (BUTTONI, 1981: 86). O rompante progressista pelo qual passava o Brasil, unido ao ritmo crescente de ídolos de TV e rádio – inclusive brasileiros – foram personagens importantes para promover o consumo dessas mídias. Já a década de 60 assistiu ao crescimento do poder aquisitivo das mulheres (ainda que fosse um poder aquisitivo muitas vezes calcado no do marido) e do consumo cada dia mais presente nas grandes cidades. Assim, as revistas trazem cada vez mais anúncios,

mais páginas a cores, mais “reportagem” de moda, matérias ensinando a comprar melhor eletrodomésticos etc. etc.: o projeto editorial de cada veículo dirigido às mulheres tem em vista o consumo, em primeiro lugar. Contos, culinária, psicologia, conselhos de beleza não são escolhidos por si; tudo o que vai dentro de uma revista ou está ligado diretamente a um produto (moda e maquiagem, por exemplo), ou serve de atrativo para que a revista seja

comprada e com isso divulgue a publicidade nela contida. O conteúdo é portanto instrumental: serve a objetivos empresariais bem delimitados (BUIIONI, 1981: 93).

É nesta década que surge *Clandia* (Editora Abril), dirigida à mulher de classe média urbana, geralmente casada. Além dos assuntos tradicionais (moda, beleza, culinária, decoração), “a sofisticação da vida exige uma variedade maior de seções, que vão de consultas jurídicas a cuidados com o cachorro, passando por reportagens sobre assuntos de saúde, contos, orçamento doméstico” (BUIIONI, 1981: 94).

Na década de 70, o boom editorial promoveu a crescente segmentação das revistas e a entrada de novos títulos.

Sexo foi o principal produto editorial vendido nesta década. A grande repressão política dos primeiros anos canalizou as insatisfações para desrecalque em outras áreas. As revistas masculinas eram censuradas (com retoques em fotos de nus etc.), mas havia uma permissividade controlada que interessava ao sistema – desviava as atenções. Nas revistas femininas, o sexo foi conquistando lugar, palmo a palmo. De referências à insatisfação sexual da mulher casada, foi passando a matérias sobre virgindade, masturbação, orgasmo etc. e no final da década, várias revistas femininas já conseguiam publicar, com todas as letras, os nomes dos órgãos sexuais femininos, coisa inimaginável nas contidas revistas da década de 60 (BUIIONI, 1981: 106).

E, neste contexto, com o novo filão descoberto, novas revistas apareceram, entre elas a *Carícia* para tratar de temas que em *Capricho* não cabiam, e a *Nova*, versão brasileira da *Cosmopolitan* norte-americana, que até hoje é voltada ao perfil da mulher mais “liberada”. E assim acontece nas últimas décadas do século 20: revistas cada vez mais segmentadas tentando conquistar um público que se identifique com elas, ao mesmo tempo em que oferece o consumo – ter os produtos ofertados nas revistas é, também, ser um pouco aquela mulher representada.

2. O mercado editorial brasileiro das revistas femininas no começo do século 21

Em 2003, as cinco maiores revistas femininas, juntas, somavam 1.053.061 exemplares mensais distribuídos pelo Brasil. – são elas: Claudia (Editora Abril), Nova (Editora Abril), Marie Claire (Editora Globo), Criativa (Editora Globo) e Uma (Editora Símbolo).

O crescimento do número de publicações chamadas “femininas” nos últimos anos demonstra a força que esse público tem para o mercado editorial – e nos dá uma idéia, conseqüentemente, de como essa imprensa feminina tem potencialidade para influenciar na vida social com visões de mundo que podem modificar, até mesmo, os não-leitores. Abaixo, duas tabelas mostram o número de títulos femininos publicados no Brasil (dados de 2003) e as dez revistas mensais de maior circulação no País (três delas são de comportamento e femininas).

Número de títulos por gênero (Brasil)

Comportamento feminino (popular)	8
Comportamento masculino (adultas/erotismo)	41
Comportamento teen	17
Comportamento feminino	65

Fonte: IVC (Instituto Verificador de Circulação) Dinap – 2003

Revistas semanais de maior circulação (Brasil)

Posição	Título	Editora	Média de circulação
1	Veja	Abril	1.104.040
2	Época	Globo	419.949
3	IstoÉ	Três	362.348
4	Caras	Caras	265.243
5	Viva Mais	Abril	214.024
6	Ana Maria	Abril	171.449
7	Recreio	Abril	144.611
8	Contigo	Abril	128.475
9	Tititi	Abril	126.126
10	MinhaNovela	Abril	115.601

Período: janeiro a dezembro de 2003; revistas pagas/total geral

Fonte: IVC (Instituto Verificador de Circulação)

Revistas mensais de maior circulação (Brasil)

Posição	Título	Editora	Média de circulação
1	Seleções do Reader's Digest	Reader's Digest	502.638
2	Nova Escola	Abril	403.482
3	Superinteressante	Abril	401.347
4	Claudia	Abril	384.877
5	Playboy	Abril	311.599
6	Nova	Abril	284.202
7	Manequim	Abril	270.589
8	Revista Monet	Globo	265.071
9	Boa Forma	Abril	230.831
10	Marie Claire	Globo	211.502

Período: janeiro a dezembro de 2003; revistas pagas/total geral

Fonte: IVC (Instituto Verificador de Circulação)

As cinco maiores revistas femininas

Posição	Título	Editora	Periodicidade	Média de circulação
1	Claudia	Abril	mensal	384.887
2	Nova	Abril	mensal	284.202
3	Marie Claire	Globo	mensal	211.502
4	Criativa	Globo	mensal	111.685
5	Uma	Símbolo	mensal	60.785

Período: janeiro a dezembro de 2003; revistas pagas/total geral

Fonte: IVC (Instituto Verificador de Circulação)

Entre todos os tipos de revistas, as mulheres têm grande participação na leitura desse tipo de mídia e são responsáveis por 56% dos leitores, segundo uma entrevista feita com 18.553.000 leitores brasileiros em 2003.

Perfil dos consumidores por sexo

Mulheres	56%
Homens	44%

Fonte: XLV Estudos Consolidados Marplan 2003

3. Marie Claire e Malu no começo do século 21

Pensar na história dessa imprensa especializada nos ajuda a traçar e a entender os caminhos que nos trouxeram até Marie Claire e Malu no começo deste século 21.

Abaixo, produzo um perfil das duas publicações, com base em entrevistas com a redação: na Marie Claire, pesquisou-se o projeto editorial e foi feita uma entrevista com a editora de reportagem internacional, Fernanda Cirenza; para o perfil de Malu, foi entrevistada Ianara Altero, editora. O objetivo é mostrar um pouco a maneira como a redação, na hora da produção das reportagens, imagina sua leitora e o que acredita que seja importante para ela. Além disso, busca-se desmistificar um pouco esta análise do conteúdo da revista, como se do outro lado houvesse apenas robôs fabricando reportagens, ou, ainda, seres maléficos e manipuladores – algo totalmente incoerente com os fundamentos desta dissertação, que parte do princípio de que estamos todos envolvidos em uma estrutura social e cultural. Assim, pretendo trazer mais para perto o sistema de produção e a maneira como são pensados os textos que estarão expostos na análise.

3.1 Marie Claire

O título teve seu início na França durante a década de 1930. Foi interrompido em 1939 por causa da Segunda Guerra e voltou a ser lançado em 1954. Chegou ao Brasil em abril de 1991 como um dos selos da Editora Globo. “Apesar de sua matriz ser a Marie Claire francesa, a nacional tem uma identidade própria, ou projeto editorial próprio”, explica Fernanda Cirenza, editora de reportagem e internacional da revista brasileira. Em dezembro de 2006, segundo dados do IVC (Instituto Verificador de Circulação), Marie Claire possuía cerca de 118 mil assinantes, uma circulação de 197.257 exemplares e tiragem de 268.865 exemplares mensais. Os mesmos dados no início da pesquisa (janeiro de 2005) são: tiragem de 271.931 exemplares e circulação de 185.217 exemplares – sendo 117 mil destes relativos a assinaturas. O preço de capa de Marie Claire em 2005 e 2006 foi de 8,50 e 8,90 reais.

A revista é reconhecida por ter como uma das bandeiras editoriais o tratamento de temas mais profundos – as chamadas grandes reportagens. “(*Marie Claire*) é capaz de quebrar tabus como o de que revista feminina não pode tratar de assuntos ditos pesados, e que o espírito da reportagem atuante, polêmica e informativa não combina com matérias de moda, beleza e culinária. Marie Claire rompe com esses padrões e junta o que outras separam, assumindo (com êxito) a contradição que existe na vida, entre belo e chocante, entre prazer e dor”, registra seu projeto editorial em 2007. O mesmo projeto explica tal multiplicidade de temas comparando-o ao cotidiano atual das mulheres – “pretende ser uma revista múltipla, porque nós mulheres somos múltiplas e, como Marie Claire, tentamos conciliar o aparentemente inconciliável: ambição profissional e família, cuidado com a aparência e dez horas de trabalho, preocupação com o mundo exterior e total atenção ao nosso mundo interior”.

Marie Claire tem como público-alvo mulheres da classe A e B, e de acordo com o projeto, é uma mulher classificada como “inteligente e moderna, que participa do avanço sócio-cultural, está aberta às diferenças de comportamento e defende a individualidade, a liberdade de opinião e credo. É uma leitora globalizada. Interessa-se pelo mundo como um todo e, por já ser bem informada, é muito mais exigente, quer surpresa. O que a diferencia não é o que ela faz, mas o que ela aspira: saber mais, crescer pessoal e profissionalmente, fugir do trivial”. O mesmo projeto indica o uso de uma linguagem adulta, sem paternalismo, que procura preservar o tom coloquial e o estilo da pessoa, “gerando alta confiabilidade nos seus textos”, e, em matérias de comportamento, a revista deve evitar o “tratado” psicológico e simplesmente ouvir mulheres “até selecionar as melhores histórias, capazes de *criar identificação*, indignar, comover, *ensinar*” (*grifos da autora*). A área de moda, de acordo com o projeto, deve representar um terço do espaço editorial (de 30 a 35 páginas por mês), e buscar o equilíbrio entre as últimas tendências internacionais e a realidade da leitora, funcionando como “um guia confiável de informação de compras”.

A capa, desde dezembro de 2001, com a Xuxa, é sempre destinada a uma celebridade. “Em geral, essa personalidade é nacional, mas, às vezes, damos

alguém de fora, e sempre mulher. Antes a Marie Claire expunha nas suas capas uma modelo, uma mulher bonita que, tecnicamente, representava a mulher daquele momento. Nesse caso, não havia texto nenhum de capa. Era uma mulher bonita e pronto. Como se aquela imagem fosse apenas uma ilustração. Com esse boom de celebridades, entramos nessa também. E agora a mulher da capa tem que ter algo para contar à leitora”, explica Fernanda.

Em 1995, Marie Claire foi contemplada com o prêmio Esso de “Melhor Contribuição à Imprensa”, a primeira vez que uma revista feminina ganhou o prêmio.

3.2 Malu

Malu foi lançada em março de 1999 como um título mensal pela Editora Alto Astral – uma editora do interior de São Paulo (Bauru) especializada em títulos para classes C e D. A editora iniciou seu trabalho há 21 anos, com revistas sobre horóscopos e, em novembro de 2007, possuía 25 títulos em dez segmentos como comportamento jovem, semanal, cozinha e culinária, femininas, infantil e astrologia. A Malu, revista que se enquadra no segmento de feminina semanal, leva às bancas cerca de 140 mil exemplares por semana. “Esse número pode diminuir ou aumentar de acordo com a procura da época”, explica Ianara Altero, editora. Malu nasceu com o formato 13,7 x 19,2 cm, conhecido como formato “pato”. Em julho de 2002 a revista mudou de periodicidade, passou a ser quinzenal, mas não mudou seu formato. Em maio de 2002, foram iniciados testes e Malu passa a ser lançada em uma parte do Brasil semanalmente e outra parte, quinzenalmente. As mudanças para o tamanho atual (20,3 x 26,5 cm) e periodicidade semanal para todo o Brasil aconteceram em dezembro de 2004. A mesma mudança também sofreu Ana Maria, da Editora Abril, publicação com o mesmo foco e público de Malu e uma de suas principais concorrentes. O preço de capa de Malu, em 2005 e 2006, foi de 1,99 reais.

A Malu não tem assinantes, e é vendida apenas nas bancas – com uma venda média de 55% por semana. “Isso faz com que a capa tenha de ser muito chamativa. Os leitores vão escolher a revista pelo apelo, pelo artista que está na

capa”, explica Ianara que define o público-alvo de Malu como mulheres de 20 a 40 anos que trabalham fora de casa e majoritariamente da classe C, além de algumas das classes B, D e E. “É um público que anda pelas ruas, que vai às bancas, não fica em casa esperando a revista chegar. E que quer ler mas não tem dinheiro para comprar revistas mais elaboradas”, conta. Ao ser questionada sobre como definiria a mulher de Malu, Ianara responde: “É bem batalhadora, também inteligente, também moderna, mas precisa de ajuda e gosta de informações que sejam práticas. Que não seja só informação, nem só entretenimento. E elas pedem matérias práticas, que dêem soluções, que passem dicas de como agir. Mas a primeira coisa que encanta a leitora é o encarte com receitas”, conta Ianara. Malu traz em todas as edições um pequeno encarte, de tamanho menor do que a revista (14 x 15 cm), anexado na capa, com receitas muitas vezes temáticas – carnes, doces, pudins, tortas etc. “Muitas leitoras contam que primeiro destacam o encarte e o levam para a cozinha. A revista fica na sala para ser lida depois”.

Assim, Malu representa, para a redação, um veículo que é uma opção de leitura barata e acessível, que deve informar, atualizar e facilitar a vida das leitoras que têm, muitas vezes, três jornadas diárias. “Tratamos de assuntos que também são tratados em outras revistas femininas, mas muitas vezes não podemos ter, por falta de espaço e por sermos semanal, a extensão e profundidade da matéria. Falamos sobre o que todas as mulheres têm, seja da classe A ou E: ciúme, inveja, sofrimento por dois amores, falta de prazer, rotina no casamento”. A força das celebridades também está presente em Malu que, além de expor o artista na capa, o utiliza muitas vezes como exemplo para assuntos das reportagens. “Vamos dar uma matéria sobre dor nas costas e falamos que a Alessandra Negrini sofre de dor nas costas, por exemplo”, explica.

4. Marie Claire e Malu em 2005 e 2006

O universo de revistas pesquisadas neste trabalho compreende os exemplares de Marie Claire e Malu entre janeiro de 2005 e dezembro de 2006, formando um total de 24 exemplares de Marie Claire e 22 edições de Malu (para

facilitar a pesquisa e a tabulação do material, foi escolhido aleatoriamente um exemplar de cada mês de Malu, totalizando 22 Malu – dois meses ficam de fora da pesquisa, por dificuldades na organização do material). A escolha do universo de exemplares é cronológica e baseada na data de produção da pesquisa.

Com o material, foi realizada uma tabulação⁵⁹ com o detalhamento de cada matéria, a fim de organizar os temas tratados e em que seções a mulher aparece representada. A proposta não é apresentar um estudo quantitativo, mas que esses números sirvam como uma amostra de como os temas aparecem nas revistas, de modo a auxiliar no maior entendimento das publicações e dos temas que as permeiam. Os resultados estão expostos nas tabelas abaixo.

5. Marie Claire – os temas tratados

Os temas tratados foram divididos em nove itens: relacionamento/sexo; viagem/diversão; saúde/beleza; perfil/entrevista; comportamento; reportagem; moda/consumo; culinária; horóscopo. A divisão dos itens levou em consideração os próprios temas tratados na revista⁶⁰, após a tabulação.

A seção “Eu, Leitora” foi considerada uma matéria de perfil/entrevista, já que a cada mês traz a história de uma leitora. A seção “Mil coisas”, que traz sempre um artigo/conto de Patricia Travassos, foi considerada como uma seção de comportamento, pois trata de fatos que acontecem na vida de uma personagem e das maneiras que a personagem encontra para transformar essas situações. A seção “Endereços” entra em moda/consumo, por sua função de conectar leitora e loja, assim como páginas específicas de vitrine de produtos, mesmo quando em seções de beleza, por exemplo, pois não trazem informações específicas de beleza/saúde, mas um serviço de compra.

Veja, abaixo, a tabela com a separação por temas das revistas Marie Claire, de janeiro de 2005 a dezembro de 2006. A última tabela traz o resultado total, das 24 edições.

⁵⁹ A tabulação completa está publicada no apêndice deste trabalho.

⁶⁰ A princípio, considerou-se incluir o tema “trabalho” como uma das divisões. Mas não houve reportagens específicas que pudessem ser classificadas no tema nas edições de Marie Claire, o que fez com que fosse abolido.

As reportagens sobre moda e consumo de Marie Claire, entre 2005 e 2006 preencheram 33,4% das páginas da revista. Saúde e beleza ficaram com 14%, empatadas com o tema viagem e diversão. Matérias de entrevista e perfil somam 10% do conteúdo, comportamento, 9,1% e reportagens sobre sexo e relacionamento, 9%. Reportagens diversas – onde se incluem as “grandes reportagens” de Marie Claire tomam 4,4% das páginas, seguida de 2,3% de horóscopo e 2,2% de culinária.

Esses dados nos permitem analisar alguns pontos: primeiro, que a revista está ligada estreitamente ao consumo: 33,4% (um terço) de suas páginas são dedicadas a apresentar roupas e produtos, novidades comerciais para que a mulher saiba o que se está usando, como se vestir, quais os tons da moda, os últimos cosméticos e o que precisa TER para SER uma mulher “moderna”, o ideal de mulher que aparece na revista – manipulação por sedução?

Monique Vandresen, em sua dissertação *Do leia é divertido ao agora, leia que é sério*, analisa duas décadas de editoriais de moda das revistas femininas (1970 a 1990). “Tenta-se persuadir o enunciário por tentação: se ele acreditar no texto publicado em Vogue, também poderá obter elegância e sucesso profissional” (VANDRESEN, 2004: 64). A análise, neste caso sobre uma entrevista, mostra que além dessa manipulação por sedução há, ainda, marcas de que há um castigo. “A mortalidade, o não poder ser elegante. O leitor não irá encontrar a

elegância e não terá direito a uma existência digna de ser vivida. Existem, portanto, duas estratégias de persuasão. A uma manipulação por tentação se sobrepõe outra, por intimidação” (VANDRESEN, 2004: 64).

Na esteira do ser-alguém, chegamos às entrevistas/perfis, que fica em quarto lugar com 10% das páginas dedicadas a eles e são um bom exemplo de como se mostram modelos de ser-mulher por meio de um personagem.

Enquanto essas modelos da Vogue são apenas estupendas, as socialites fotografadas para a revista são ricas, belas, incansáveis, ativas, cheias de vitalidade, brilhantes, espirituosas, participam de mais comissões do que congressistas, sabem mais sobre aviões do que Wolfgang Langerwiesche, vicejam no ar do campo mas se sentem igualmente à vontade nos salões de pôquer de Cannes; elas nunca envelhecem, nunca perdem o viço, nunca têm caspas, além de serem (nas palavras dos bajuladores que escrevem as chamadas da Vogue) “divertidas”, “requintadas”, “engraçadas” e “formidáveis” (TALESE *apud* VANDRESEN, 2004: 128).

O exemplo baseado em Vogue pode ser passado para Marie Claire (e também para Malu), se nos atermos ao texto do perfil como algo que “corroboras as funções do editorial e das peças publicitárias na construção da identidade feminina” (VANDRESEN, 2004: 128). A mulher representada nas páginas passa a ter uma história – normalmente de sucesso, ou de transformação para o que se supõe ser um sucesso ao ideal de mulher proposto.

A imagem da perfilada aproxima-se do mito. Dentro do grande texto da revista feminina, estes mitos parecem parte da engrenagem responsável pela sanção positiva de modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: o casamento, o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria (VANDRESEN, 2004: 128).

Vandresen toma, aqui, a concepção do pensador francês Edgar Morin, que estabelece relações entre consumo, espetáculo e imaginário⁶¹ e investe a

⁶¹ Essas relações são realizadas principalmente em sua obra *Cultura de massas no século XX: Neurose*, publicada no Brasil pela editora Forense Universitária (9ª edição em 2007). Nela, Morin discorre sobre como a cultura de massas estende seus poderes sobre o mundo ocidental e produz mitos condicionadores da integração do público consumidor à realidade social.

palavra “olimpiano” para designar a categoria sagrada dos campeões, príncipes, reis, astros de cinema, playboys, artistas célebres – são “sobre-humanos no papel que encarnam e humanos na existência privada que eles levam” (MORIN *apud* VANDRESEN, 2004: 131). Ou seja: possuem uma existência mítica para servirem como exemplo, mas também possuem uma existência “terrena” para que sejam alvo de identificação. “A imprensa de massa, ao mesmo tempo em que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN *apud* VANDRESEN, 2004: 131).

Se admitimos essa idéia, temos, assim, 33,4% das páginas de moda/consumo somadas aos 10% das páginas de perfis/entrevistas, totalizando 43,4% de imagens que mostram e manipulam⁶² o leitor a um modelo – a um estado de “querer-ser”.

Apenas 9% da revista aponta, diretamente, a um modelo de relacionamento e/ou sexo, e a um modelo sobre como deve ser a relação com o sexo masculino. Essas, no entanto, são as reportagens mais diretas. É preciso levar em conta que esses modelos também aparecem em outras reportagens, como os perfis/entrevistas, além das matérias de comportamento – foi admitido para a tabulação, por exemplo, que a seção de crônica *Mil coisas*, de autoria de Patricia Travassos, fosse incluída no tema “comportamento”, já que fala sobre o comportamento de mulheres. No entanto, é preciso frisar: todas as crônicas entre 2005 e 2006 citavam ou tinham como tema principal o lado sentimental das personagens, como a busca por um príncipe encantado, a traição do namorado, o envolvimento com homens mais velhos, com homens casados, a descoberta de ser solteira etc.

6. Malu – os temas tratados

Os temas tratados foram divididos em dez itens – sete deles correspondem aos utilizados em Marie Calire (relacionamento/sexo;

⁶² O sentido de “manipulação” na análise do discurso não tem o valor do “mal”, como é normalmente atribuído à palavra no senso comum. Significa, no entanto, a intenção e a ação de fazer com que um sujeito (no caso, o leitor) entre em conjunção com determinados valores sustentados pelo discurso.

saúde/beleza; perfil/entrevista; comportamento; moda/consumo; culinária; horóscopo). O tema viagem/diversão foi suprimido, e se admitiram quatro novos: notícias de celebridades e novelas; trabalho; filhos; matérias gerais. A divisão dos itens, como em Marie Claire, levou em consideração os próprios temas tratados na revista, após a tabulação.

Malu traz semanalmente seções dedicadas à vida dos famosos e às novelas – além dos “resumos da semana” sobre os capítulos das telenovelas, há seções específicas, como “Astros e estrelas” que trazem à “vida real” os artistas em destaque para mostrar o que fazem. É como uma coluna social dos famosos, em que se mostram artistas indo ao cinema, a festas, levando o filho para passear, namorando etc. Admitimos o tema “trabalho” por ser um assunto importante na revista: nas primeiras edições analisadas havia sempre uma reportagem sobre artesanato e objetos para se fazer em casa para ganhar dinheiro. Vinha, inclusive, com a chamada “Colecione”. Aos poucos o assunto se incorporou à revista de outras maneiras: mesmo como “maneiras de ganhar dinheiro”, ou, ainda, com informações relativas às leis do trabalho etc. Os filhos foram outro tema que apareceu com força na revista: ao invés de permear as matérias, há reportagens específicas sobre a família, sobre gravidez e sobre como educar os filhos, além de problemas que podem ocorrer – como de saúde e comportamentais. O tema “matérias gerais” inclui temas diversos abordados, que não se encaixem nos temas pré-selecionados.

Assim como em Marie Claire com a seção “Eu, Leitora”, as matérias com depoimentos em Malu foram consideradas no tema “perfil/entrevista”. No tema “horóscopo” foram incluídos todos os temas relativos à religiosidade e misticismo, como orações, reflexões e até assuntos de reportagens sobre intuições/percepções ligadas à religião.

Interessante notar, ainda, como alguns assuntos foram colocados e tirados da revista. Caso das “aulas de idiomas” – eram sempre pequenas lições sobre espanhol ou inglês, em um terço de página. Apenas duas revistas analisadas trouxeram a seção.

Veja, abaixo, a tabela com a separação por temas das revistas Malu, de 13 de janeiro de 2005 a 16 de novembro de 2006. A última tabela traz o resultado total, das 20 edições.

Culinária é o tema que mais aparece em Malu – principalmente porque a revista traz em todas as edições um pequeno encarte com receitas, de tamanho menor do que a revista (14 x 15 cm). Assim, representa 39,21% das páginas da revista. Com a opção de não levar em conta o encarte de culinária (mas não tirando sua importância na concepção da revista, já que o encarte é um atrativo que valoriza a publicação na hora da venda), proponho um novo quadro, sem o tema “culinária”. O objetivo, assim, é analisar apenas a revista maior.

Sem levar em conta o encarte de culinária, os assuntos sobre saúde e beleza aparecem em primeiro lugar com 29,8% dos temas tratados na página da revista principal. São matérias que versam sobre o corpo e abordam tanto conselhos sobre como evitar doenças quanto dicas para ter um cabelo perfeito (ou igual à da personagem da novela) e, principalmente, matérias sobre dietas – todas as capas de Malu, aliás, trazem uma sugestão de dieta. A comparação com modelos é explícita, principalmente com atrizes e personagens de ficção. Aqui, mostra-se a preocupação da leitora com seu corpo, com a maneira com que os outros – e ela própria – o enxergam, e o estabelecimento de certos padrões de beleza. Como exemplos de temas abordados, estão:

“Derreta 1,5 kg em 2 dias”⁶³

“Cortes belíssimos. Os cortes utilizados pelas atrizes da novela Belíssima”⁶⁴

“Diet ou light. Bobeou, engordou”⁶⁵

“Dieta do suco. Você pode eliminar até 7 kg por mês”⁶⁶

“Maquiagem das apresentadoras de TV”⁶⁷

Há, ainda, as matérias de saúde, que informam sobre algumas doenças, por exemplo:

“Você tem osteoporose?”⁶⁸

“Mitos e verdades sobre a pílula”⁶⁹

Admitindo a preocupação com a imagem e com ideais de beleza propostos, não é incongruente que o segundo tema mais tratado na revista seja

⁶³ Malu, 16 de março de 2006, pp. 16 e 17.

⁶⁴ Malu, 16 de fevereiro de 2006, pp. 24 e 25.

⁶⁵ Malu, 27 de outubro de 2005, pp. 19.

⁶⁶ Malu, 27 de outubro de 2005, pp. 12 e 13.

⁶⁷ Malu, 15 de setembro de 2005, pp. 8 e 9.

⁶⁸ Malu, 25 de agosto de 2005, pp. 24 e 25.

⁶⁹ Malu, 9 de junho de 2005, pp. 8 e 9.

em torno de celebridades e novelas, com 18,9%. São desde notas sobre a vida dos artistas até uma ou duas páginas por edição dedicadas ao resumo das novelas. É importante notar como a ficção e a realidade estão conectadas em Malu – personagens de novelas passam a ser personagens das matérias, atores aparecem ora como personagens ora como “pessoas reais”, num vaivém que demonstra modelos e ideais com os quais o leitor é levado a se comparar, a desejar e a se construir. Esse jogo de aproximação (afinal, nas novelas o telespectador é levado a crer na participação da vida daqueles personagens), também auxilia, por exemplo, o tratamento de temas comportamentais – é o caso de matérias como o “Golpe da barriga⁷⁰”, em que se utiliza o gancho da personagem de Flávia Alessandra na novela *Almas gêmeas* (Rede Globo, 2005-2006) para mostrar os riscos que as mulheres correm ao aplicar esse golpe. Soma-se a isso o terceiro tema que mais aparece nas páginas de Malu: os perfis e entrevistas, com 8,99%. Como explicitado na apresentação de Marie Claire, os perfis são um bom exemplo de como se mostram modelos de ser-mulher por meio de um personagem ao corroborar na construção da identidade feminina (VANDRESEN, 2004: 128). A mulher representada nas páginas passa a ter uma história – normalmente de sucesso, ou de transformação para o que se supõe ser um sucesso para o ideal de mulher proposto. É, novamente, aquele ser olímpico proposto pelo pensador francês Edgar Morin, que possui uma existência mítica para servir como exemplo, mas também possui uma existência “terrena” para que sejam alvo de identificação. “A imprensa de massa, ao mesmo tempo em que investe os olímpicos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN *apud* VANDRESEN, 2004: 131).

Se admitirmos essa idéia, temos, assim, 29,8% das páginas de beleza somadas às 18,9% das páginas de celebridades, mais 8,99% das páginas de perfis/entrevistas, totalizando 57,56% das páginas de Malu com imagens que mostram e manipulam o leitor a um modelo – a um estado de “querer-ser”. A relação homem-mulher está exposta em 8,4% das páginas da revista, com matérias sobre relacionamento e sexo.

⁷⁰ Malu, 27 de outubro de 2005, p. 20.

No próximo capítulo, a análise de matérias específicas aprofundam o conhecimento dessas revistas, que, antes, serão aproximadas com uma análise de temas concomitantes.

CAPÍTULO TERCEIRO

Marie Claire e Malu: análises

Neste capítulo, apresento as análises aprofundadas de matérias em Marie Claire e Malu. Foram escolhidos dez textos para análise, cinco de cada revista. A seleção do material para a análise final não foi aleatória. Não são utilizados apenas textos exclusivos sobre comportamento – foram escolhidos textos e reportagens que apresentam marcas comportamentais, de forma que seja possível identificar questões ligadas a estigmas, identidade de grupo (e, conseqüentemente, instauração das diferenças), posições de sujeito etc. Assim, os dados escolhidos para análise estão diretamente ligados à questão da mulher e de sua situação no mundo.

Antes de partir para a análise final, no entanto, faço uma análise comparativa entre as duas revistas, por meio de encontro de temas durante o período pesquisado (2005 e 2006).

1. Encontro de temas

Comparar as duas revistas, aqui, tem como objetivo mostrar de que forma alguns assuntos se repetem, e de que forma cada revista os apresenta. Assim, foram escolhidas algumas reportagens presentes nas duas revistas para mostrar que, se até agora essas publicações foram apresentadas separadamente, aqui elas se unem. Deve-se notar que apesar de o tema ser o mesmo o enfoque é outro, a maneira de se comunicar com a leitora é outro, a apresentação da reportagem nas páginas é outro. Claro, estamos falando de uma revista semanal x uma mensal, de revista para classe A/B e para classe C. Mas, no fundo, quais são os valores que importam? Qual a estrutura social que sustenta as reportagens? Quais os sistemas de valores que estão na base desses discursos? Com o objetivo de observar essas questões, parto para uma análise comparativa de algumas reportagens antes de me ater na análise principal.

Nos dois anos de pesquisa, variados assuntos apareceram tanto nas páginas de Marie Claire quanto de Malu, como exemplo, cito: o primeiro encontro; sair com garotos de programa; sexo casual; traição/o que fazem homens e mulheres traírem; violência contra a mulher; reportagem sobre a sexóloga Sue Johanson; cirurgias rápidas e baratas; premonições; entrar nos Estados Unidos (imigração ilegal); cosméticos e produtos no clima da Copa do Mundo; beleza/produtos: bronzeadores e autobronzeadores; a vida de Cicarelli etc. Há, ainda, entrevistas com atrizes que apareceram tanto em uma quanto em outra, caso da atriz Cléo Pires. Abaixo, comparações de alguns assuntos repetidos nas duas revistas, e como foram discutidos.

1.1 O corpo e a cirurgia plástica

Cirurgias plásticas: mais rápidas e discretas

As cirurgias plásticas para aumentar o bumbum, levantar a ponta do nariz e reduzir as coxas, o abdômen e os seios estão cada vez mais rápidas, seguras e discretas. Saiba quais são as melhores novidades nessa área (*Marie Claire*, junho de 2006, p. 152)

Plástica em 24 vezes

A medicina estética está mais acessível. Saiba como se beneficiar dela! (*Malu*, 10 de agosto de 2006, p. 10)

A reportagem de Marie Claire explica com detalhes os avanços de cada tipo de cirurgia em textos descritivos: como é a cirurgia, quanto tempo deve ter de repouso, período de internação, custos etc. Os títulos de cada texto ressaltam o resultado buscado: barriga chapada, coxas na medida, nariz arrebitado, bumbum em evidência, peitos perfeitos. A distância do enunciador, que diz sempre em terceira pessoa e não se refere diretamente ao leitor, dá a marca do distanciamento, seguido da palavra de especialistas que explicam tecnicamente as cirurgias. Assim, ao invés de dizer “você”, o discurso diz “ela” – “Boa notícia para quem sonha em ter um bumbum maior”. Para em seguida ter a eficácia comprovada por especialistas: “A diferença é que a gordura

retirada é centrifugada e lavada várias vezes com soro fisiológico para, em seguida, ser injetada no bumbum’, diz o médico”. E, se em todo o texto principal o discurso diz “ela”, a abertura da matéria se refere diretamente à leitora – com o uso, inclusive, do mesmo verbo e tempo verbal que no texto de Malu: “Saiba quais são as melhores novidades”.

Já a grande novidade para a matéria de Malu são os preços: “Foi-se o tempo em que utilizar os recursos da medicina estética para ficar bonita era coisa de gente rica”. Assim, destaca-se a facilidade de pagamento: “Nariz: 24 parcelas de R\$ 160,37 cada; Face: 24 parcelas de R\$ 288,04 cada; Redução mamária: 24 parcelas de R\$ 197,74 cada; Prótese mamária: 24 parcelas de R\$ 253,79 cada; Prótese de glúteo (bumbum): 24 parcelas de R\$ 340,98 cada”. O discurso de Malu se refere diretamente à leitora: “Saiba como se beneficiar”; “Você procura a empresa, diz que quer fazer uma plástica e recebe a indicação de alguns médicos”. Mas também utiliza o discurso de especialistas para validar o discurso: ““O que está acontecendo é que a cirurgia plástica está chegando mais perto da realidade’, explica (*Arnaldo Korn, diretor do Centro Nacional de Cirurgia Plástica*)”.

Entre as duas, no entanto, o que fica é a facilidade na “aquisição” de um corpo: seja pelos preços mais em conta, seja pela evolução das práticas cirúrgicas. Aquele corpo da modelo na página de moda, caso da Marie Claire, ou da atriz na seção sobre Celebidades, no caso de Malu, pode ser conseguido pelas cirurgias.

1.2 Relação homem x mulher: o primeiro encontro⁷¹

⁷¹ O tema do primeiro encontro, com dicas de comportamento, não é novidade nas revistas femininas. Aparece, por exemplo, no *Jornal das Moças* de 6 de outubro de 1955 (BASSANEZI: 1992), na forma de um teste que ensina as mulheres a agradar o homem, adaptando suas atitudes e sua personalidade. Intitulado *Sairá ele com você uma segunda vez?*, o teste mostra como se comportar: “A questão do vinho... a) deixa que ele encha sua taça todas as vezes que estiver vazia e bebe-a imediatamente? b) se a garrafa esvazia, deixa que ele encomende outra mesmo sabendo que o jantar está quase no fim? c) Você não toca na taça que está cheia diante de si? R: Zero para (a) e (b). Não despreze o vinho, mas beba pouco. Os vinhos generosos fazem sempre a gente cometer tolices. Ele se divertirá... Mas julgará você leviana...” O uso de “a gente” traz proximidade à leitora, e adquire um status de conselho. A forma coloquial do discurso aparentemente elimina distâncias, apresenta idéias como frutos do bom senso e passa conceitos como verdades cotidianas e naturais. A mulher

Começar de novo

Tensão, euforia, desejo: todos os dias, homens e mulheres repetem o mesmo ritual, em busca do romance perfeito. Aqui, eles dizem exatamente o que esperam de uma mulher no primeiro encontro, e elas ensinam seus truques para fazer a química funcionar (*Marie Claire*, abril de 2005, p. 76)

Marque o 2º encontro

Desenvoltura é um bom começo, mas, depois, deixe claro que quer vê-lo de novo (*Malu*, 24 de fevereiro de 2005, p. 7)

Marie Claire começa com uma linha fina (destacada acima) que explica o que a matéria traz: depoimentos de homens e mulheres sobre o primeiro encontro. A abordagem, no entanto, não traz a mesma perspectiva para os dois sexos: é sempre a perspectiva da satisfação do homem que conta. Isso porque os depoimentos dos homens dizem “o que esperam de uma mulher”, enquanto os das mulheres trazem “truques para fazer a química funcionar”. A reportagem é um bom exemplo de matéria de Marie Claire: é comum encontrar matérias totalmente baseadas em depoimentos e amarradas com uma linha fina ou um texto de abertura.

A maioria dos depoimentos dos homens, no entanto, não diz o que eles esperam, mas depreciam atitudes de mulheres que já saíram com eles. Por exemplo: “o pior é quando vira um encontro de família”; “fico chateado se ela fica olhando para os lados, distraída”; “o que atrapalha é papo de ex-marido ou problemas da infância”; “fico muito incomodado com mulher que fala alto, briga, reclama de tudo”; “mulheres que só falam delas mesmas o tempo todo me assustam”; “desagradável mesmo é falta de amor-próprio”. Essas frases antecedem cada depoimento masculino, como títulos dos depoimentos, e funcionam como um resumo do que cada entrevistado disse – ou a frase mais importante de cada um, de acordo com o critério editorial.

precisa agradar o homem, mas sem ser leviana, sem cometer tolices. Há um jogo de meias palavras em que a mulher deve ser disciplinada, controlada e perspicaz para escolher a atitude certa.

Em cada depoimento, ordens ditam o que a mulher tem de fazer e como tem de agir, de acordo com a palavra do “especialista”: o homem, que é quem elas devem seduzir e de quem devem ganhar aprovação. Exemplos: “Conta pontos se ela, no final, tenta dividir a conta”, “A mulher tem que ter um comportamento discreto e de bom gosto, tanto nas roupas quanto no modo de falar” e “Elas têm sempre que esperar o primeiro telefonema”.

Já Malu traz uma matéria sobre como agir no primeiro encontro para marcar o segundo. “Desenvoltura é um bom começo, mas, depois, deixe claro que quer vê-lo de novo”, diz a linha fina. Não há depoimentos masculinos, mas todo o texto é entremeado de imperativos e conselhos de como agir – dados não por um “especialista”, mas pela própria revista, que se dirige à leitora em primeira pessoa: “Cuidado para não começar errando na roupa”; “Escolha um cheirinho gostoso, mas que não enjoa”; “Deixe-o contar aquelas vantagens típicas do sexo masculino”; “Mostre-se simpática, leve e fale de coisas de que gosta de fazer”; “Ficar arrumando o cabelo a toda hora, esfregar uma mão na outra ou morder os lábios, nem pensar”.

Nas duas matérias, a opinião da mulher sobre o homem não importa. A estrutura social não permite que a mulher escolha: ela é escolhida, é dela a culpa pelo fracasso ou sucesso de uma futura relação.

1.3 Relacionamento: sexo com garoto de programa

Eu transei com um garoto de programa

Se a solidão aperta, se a vida está meio morna ou a curiosidade a mil, porque não pagar pelo prazer? Cada vez mais mulheres ficam à vontade com essa alternativa, assumem os riscos e não hesitam em contratar um “homem para chamar de seu” por algumas horas (*Marie Claire*, agosto de 2005, p. 68)

Sexo sem compromisso

Em Belíssima, Ornella (Vera Holtz) passou boa parte do tempo querendo transar com Mateus (Cauã Reymond) sem qualquer vínculo afetivo. No entanto, nas últimas semanas, Ornella já engatou um namoro sério com o garoto de programa. E na

vida real, será que vale a pena esse tipo de experiência? (*Malu, 16 de março de 2006, p. 11*)

A reportagem de Marie Claire é baseada em depoimentos de quatro mulheres que utilizaram o serviço de um garoto de programa. O texto de abertura da matéria, produzido pela jornalista, traz informações como o aumento da procura (dobrou nos últimos três anos), o perfil das mulheres (maioria com mais de 30 anos e separadas, mas sempre com alto poder aquisitivo), onde encontrar os profissionais e preço médio dos programas. A seguir, quatro mulheres com experiências diferentes contam como foi a aventura e o que aprenderam. O título que acompanha cada depoimento traz uma frase editada do texto: “‘Descobri o segredo para ter mais prazer’. Flávia*, 30 anos, advogada”; “‘Fui só me divertir mas acabei me apaixonando’. Clarice*, 33 anos, publicitária”; “‘A transa foi mecânica e me senti muito mal’. Suzana*, 34 anos, dentista”; “‘Tive coragem e vivi a experiência que toda mulher quer ter’. Carolina*, 30 anos, consultora estética” (os nomes foram trocados a pedido dos entrevistados).

Em pelo menos um dos textos nota-se a transformação: mudança de estado da mulher que o conta. Flávia transformou seu estado de “travamento”, pelo “segredo para transar bem com qualquer homem” – o garoto de programa é o agente da competência que deu a Flávia um “saber-fazer”. Carolina também aprendeu: “Toni e Marcelo foram marcantes, pois me ensinaram a ficar mais solta na cama e a não me preocupar com besteiras”. É importante notar como, mesmo que teoricamente a mulher seja quem toma conta da situação – pois “contrata”, “escolhe” e “paga” – o homem aqui é quem tem a força de ensinar, de mostrar para elas o que é bom e como se comportar – neste caso, um comportamento sexual.

Os textos sobre práticas sexuais, como a própria instituição das revistas, também produzem interpretações contraditórias. Por um lado, esta leitura provoca um tipo de conhecimento poderoso e um sentimento de modernidade, já que a mulher liberada deve ‘saber’ sobre sexo e também ser capaz de ‘agir’. Por outro lado, significa que a mulher deve concordar com

regras e comportamentos que tem por base valores tradicionais e patriarcais (CALDAS-COUTHARD, 1999: 16).

Em Malu o objetivo é dar dicas de como se comportar para que o relacionamento com um garoto de programa não termine em feridas sentimentais – e para isso abusa do texto em primeira pessoa, referindo-se diretamente à leitora. “O primeiro passo para **você** não se machucar nessa história é ter a certeza de que está preparada emocionalmente para esse tipo de prática sexual” (*grifo da autora*), diz o texto, apoiado na opinião da sexóloga Célia Pabst, que diz que “isso acontece muito com a mulher porque ela tende a agir com a emoção”. O texto, aqui, se apóia em um estereótipo da mulher ligada à emoção x homem ligado à razão, além de colocar mitos afetivos, como o do príncipe encantado: “Nada de imaginações férteis e muito menos achar que ele pode ser o seu príncipe encantado, esperado por longos anos” – essa afirmação, aliás, coloca a mulher como alguém inocente que quer um príncipe, que acredita que o importante é ter um relacionamento estável e que espera por isso por longos anos.

Paradoxalmente, no mesmo parágrafo aparece outra mulher: a liberada que pensa “igual ao homem”. “A mulher mudou. Assim como os homens, elas aprenderam a buscar somente o prazer”, destaca Célia”. Esse contraste de representações de mulheres pode parecer diversidade a princípio, mas esconde a estrutura social dominante: a androcêntrica, pois a compara com o comportamento masculino que, aqui, aparece como regra “Assim como os homens, elas **aprenderam** a buscar somente o prazer” (*grifo da autora*). O uso de “aprender”, aqui, tira a competência inicial da mulher – a mulher, a princípio, não sabia, não tem o saber-fazer – e lhe passa ao homem. Foi com o homem que as mulheres que mudaram aprenderam a buscar somente o prazer, foi na regra androcêntrica que elas se basearam (ainda que essa regra do homem buscar “somente o prazer” também esteja baseada em um estereótipo). Também deve-se salientar uma das características do texto de Malu: a utilização de personagens das novelas como exemplos e personagens das matérias para tratar de temas diversos. Aqui, a personagem é Ornela, da novela global *Belíssima* (2006).

1.4 Perfil: Sue Johanson

Doutora em sexo

À primeira vista, ela é simpática, doce e discreta. Mas essa senhora tão especial surpreende quando começa a falar. De sexo, claro, seu assunto predileto.

Se fosse jovem, loira e sedutora provavelmente não seria levada a sério – ela é a primeira a admitir. Mas sua imagem – a de uma senhora respeitável, dessas que todo mundo tem na família – empresta credibilidade a um assunto pra lá de provocante. Por trás dessa figura meiga está uma mulher que sabe falar e expor suas idéias com a segurança de quem estudou muito. (*Marie Claire*, maio de 2005, p. 54)

Falando de sexo com Sue Johanson

Apresentadora canadense ensina os segredos para que o casal seja mais feliz entre quatro paredes

Segredo do sucesso

Apesar de não falar de idade, os óculos aliados aos cabelos brancos fazem com que Sue Johanson seja respeitada pelo público, o que gera uma grande audiência para o *Falando sobre sexo*. “Como sou uma mulher madura, com rugas e corpo com algumas modificações, com formação em medicina e na área social, tenho mais credibilidade” (*Malu*, 12 maio de 2005, p. 25)

As duas revistas abordaram a mesma pauta no mesmo mês. E ambas, apesar de tratarem de maneira distinta a pauta (uma como entrevista de pergunta e resposta, outra com notas variadas sobre assuntos relacionados a sexo), recorrem à mesma tática na hora de falar sobre Sue e sua competência, que é aprovada quando apoiada em certos estereótipos femininos.

Para *Marie Claire*, a credibilidade de Sue se dá porque já é uma “senhora **respeitável**”, “dessas que todo mundo tem na **família**” (*grifos da autora*) – aqui, faz-se uma comparação com uma figura criada por estereótipos, uma figura

geral da senhora de família que funciona para dar proximidade entre a entrevistada e a leitora como se Sue fosse, realmente, da família. Para Marie Claire, é essa respeitabilidade que faz com que seu discurso seja ouvido – se fosse “jovem, loira e provocante provavelmente não seria levada a sério”. O conflito é instaurado: então aquelas mulheres das outras páginas da revista – modelos e atrizes de sucesso que seguem um padrão de beleza em que se deve ser jovem e sedutora – não podem ser levadas a sério? O discurso da revista se contradiz, perdido entre estereótipos de família e estereótipos de beleza; entre padrões de credibilidade e padrões de venda de como-ser (ser bela, ser sedutora, ser “inteligente”).

Mas, antes de lhe dar a competência do poder-fazer, o discurso de Marie Claire joga com outros estereótipos da feminilidade e do pertencimento de certos valores a apenas determinado tipo de pessoa. “À primeira vista, ela é **simpática, doce e discreta**. Mas essa **senhora** tão **especial** surpreende quando começa a falar. De sexo, claro”; “Por trás dessa figura **meiga** está **uma mulher que sabe falar e expor suas idéias com a segurança** de quem estudou muito” (*grifos da autora*). Ou seja: se a pessoa surpreende, é porque, a princípio, não se espera que ela vá falar sobre sexo. Que sexo não é algo que uma senhora especial deva falar, tampouco se for, à primeira vista, “simpática, doce e discreta” ou “meiga”. Instauram-se, aqui, aquelas características da dualidade feminina relatadas no capítulo sobre a identidade: a mulher ou é anjo ou é demônio; ou é doce e discreta ou fala sobre sexo. Não há outra alternativa e, quando alguém mostra que é possível, ela “surpreende”. Mais: quando se diz que “**por trás** dessa figura **meiga** está **uma mulher que sabe falar e expor suas idéias com a segurança** de quem estudou muito” (*grifos da autora*), diz-se que alguém “meigo” não tem a competência do “saber-fazer”, que esse “saber-fazer” está “por trás” da figura meiga. Não é concomitante.

Assim como Marie Claire, Malu se vale da maturidade de Sue para lhe dar a competência do poder e do saber-fazer. “Os óculos aliados aos cabelos brancos fazem com que Sue Johanson seja respeitada pelo público (...) ‘Como sou uma mulher madura, com rugas e corpo com algumas modificações, com

formação em medicina e na área social, tenho mais credibilidade”. Aqui, o discurso da revista é confirmado pelo discurso da apresentadora.

2. ANÁLISE FINAL

A organização do corpus para a análise aprofundada será dividida em duas partes, com dez textos no total: cinco para a parte de Marie Claire e cinco para Malu. São eles:

Marie Claire

- “O mundo a seus pés”, abril de 2004, pp. 72 a 78.
- “Tati Quebra Barraco – Entrevista”, fevereiro de 2005, pp. 44 a 49.
- “Mulheres do mundo – O que querem as mulheres?”, abril de 2005, pp. 86 a 92.
- “Mil coisas – Patricya Travassos”, julho de 2005, p. 162.
- “Angelina Jolie – A mulher que seduziu o planeta”, abril de 2006, pp. 56 a 60.

Malu

- “14 atitudes que os homens odeiam e as mulheres insistem em fazer”, 14 de abril de 200, p. 19.
- “Segredos das bem realizadas”, 7 de julho de 2005, p. 23.
- “Mudei a minha vida por causa do meu marido”, 25 de agosto de 2005, p. 6.
- “Fátima Bernardes, um exemplo para nós”, 15 de setembro de 2005, p. 6
- “Louca para casar”, 3 de novembro de 2005, p. 27.

2.1 MARIE CLAIRE – Análise de reportagens

2.1.1 O mundo a seus pés

Apesar de não pertencer ao período analisado, a reportagem de Marie Claire de abril de 2004 (pp. 72 a 78) foi escolhida para a análise por pretender fazer um retrato das mulheres de 30 e por ter sido a revista que instigou a produção desta dissertação. São 20 páginas com entrevistas e matérias de comportamento – um dossiê – sobre o que querem e como agem as mulheres brasileiras com cerca de 30 anos. Para esta análise, foi escolhida a matéria “O mundo a seus pés”, a primeira do dossiê.

O texto generaliza um certo “tipo de mulher”, como sendo real e característico a todas as pessoas que compartilham de duas características: ser mulher e ter cerca de 30 anos. A generalização coloca um “estigma” e uma “marca” e acaba também por categorizar:

“Em comum, todas as mulheres experimentam a sensação de estar andando na corda bamba, equilibrando duas bolas em cada mão.”

Aqui, passa-se a experiência de um grupo de mulheres como sendo algo sentido por todas – de todas as raças, credos e classes sociais desde que, claro, tenham cerca de 30 anos. Assim, o discurso faz com que *pareça ser* verdade essa figurativização, baseada em um crer compartilhado entre o enunciador e o enunciatário. Estereotipa-se o ator social e se mostra uma figura que se torna um sistema normativo de referência – no qual todos estão convidados a se moldar (DISCINI, 2003: 246). Por meio de certezas, tematizações e figurativizações, o discurso recorta o mundo e faz parecer universal a verdade construída (DISCINI, 2005: 284).

Assim, o texto analisado passa noções culturais como sendo naturais, e, muitas vezes, se desmente. Por um lado, essa mulher tem “experiências afetivas e sexuais que a deixaram pronta para transar com quem quiser”. Logo em seguida, diz que algumas “acabam se afogando no vazio do sexo sem intimidade”. Aqui, primeiramente, desmente-se a tal sensação boa de liberdade

da primeira sentença. Depois, aparece um ideal cultural revestido de natural – o sexo sem intimidade como sendo vazio. A ideologia aparece travestida de algo natural e não como criação ideológica para o mundo feminino. Além disso, ao mesmo tempo em que diz que a mulher de 30 tem várias opções, essas opções são dicotomizadas, ou seja: não mostra várias opções, tem “isso” ou “aquilo”. E até mesmo o resultado é dicotomizado: ela pode ser feliz ou infeliz. Não há meio termo.

No nível narrativo do discurso, temos a fase de transformação, isto é, uma passagem de um estado inicial para um estado final, trabalhando com a manipulação (um personagem induz o outro a fazer alguma coisa) e a competência (o sujeito do fazer possui um poder ou um saber).

Na oposição do sentido entre eu e outro – identidade e alteridade – temos no discurso analisado algo que, ao sugerir uma generalidade, faz apontar para a criação da identidade prototípica. Promove um sujeito (representado pela figura geral de mulher de 30) que pode entrar em conjunção com objetos desejáveis: ser talentosa, ter o mundo nas mãos, ter experiências afetivas e sexuais, morar sozinha, viajar para onde quiser, ser dona do próprio nariz. O destinador manipula esse sujeito como *crer* poder ser: ele pode ser tudo isso – ele, sujeito do discurso, e indiretamente o destinatário. Todos esses valores são carregados de valor do Bem. O grande paradoxo desse texto é que, ao mesmo tempo em que mostra o valor do Bem, diz que esse Bem está impregnado do Mal, que tem dentro dele também o seu outro.

Ao dizer que “Tanta liberdade tem seu preço” e que “todas as mulheres experimentam a sensação de estar andando na corda bamba”, o discurso leva a um *crer não poder ser*. Ao mesmo tempo que diz ser talentosa e aventureira, descredita a mulher de poder fazer, já que a leva a uma conjunção com o objeto de não saber fazer (“Elas têm o mundo nas mãos, mas não sabem muito bem o que fazem com ele”). Mais: ao propor que “ela tem a chance”, coloca-o não como sendo algo de sua aptidão, do *não crer não poder fazer* – neste caso, tem-se a sensação de que ela não o faz porque pode, mas por que “alguém” deixou, ou, como o texto sugere, “deu-lhe a chance”.

O texto principia com um eu da enunciação pressuposto – o narrador não se projeta no enunciado, alheia-se dele. É um narrador sempre implícito e que não diz *eu*, regra do discurso jornalístico que contribui para firmar um simulacro do sujeito ausente e não-comprometido (DISCINI, 1996: 213).

Essa distância, na verdade é um simulacro de distanciamento. Entre as artimanhas para a construção de tais estratégias discursivas está o emprego de certos recursos gramaticais. Neste caso, encontramos:

- O emprego de orações subordinadas substantivas subjetivas e predicativas, mecanismo que converge para o efeito de “neutralidade” do sujeito da enunciação.

difícil é decidir bem, sem cair nas armadilhas do caminho

pode ser a solidão, a sobrecarga de tarefas, a culpa, a frustração

- O emprego de nomes com traços de generalização para o preenchimento semântico do sujeito das orações

elas vestem a liberdade

Nunca foi tão bom ser uma mulher de 30

- O emprego recorrente da terceira pessoa confirma o aparente alheamento das pessoas enunciativas *eu-tu* em relação ao enunciado. No corpus estudado, explicita-se o *ele*:

Corajosas, elas vestem a liberdade como uma segunda pele

Assim, é na instância do enunciado que se constrói a pessoa do discurso. Não há referências explícitas a um *eu* ou um *tu* que se constroem a cada vez que se enuncia o enunciado. Mas a um *ele/ela*, a terceira pessoa que, na verdade, é

uma não-pessoa que pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum. Neste exemplo, inscreve-se no enunciado com o termo “ela”, no caso, a mulher de 30, de quem se fala sobre.

Sem a instauração de um *eu* e de um *tu*, o sujeito implícito da enunciação age ocultando a co-enunciação com o leitor. E, na convergência de simulacros de enunciador/enunciatário, o discurso da revista faz o leitor fazer e faz também o leitor ser – pois o faz crer nos valores ideológicos implícitos, para além de fazê-lo simplesmente saber de informações discursivizadas (DISCINI, 1996: 213).

Há apenas uma marca de debreagem enunciativa, o “aqui”. Mas que não se refere a um “aqui” da enunciação. Ao contrário, essa debreagem espacial faz referência ao enunciado – o “aqui” significa “nesta reportagem” – e não ao ato de enunciação. “A eliminação das marcas de enunciação do texto, ou seja, da enunciação enunciada, (...) produz efeitos de sentido de objetividade” (FIORIN, 2002: 45). Esse efeito de objetividade, característico do discurso científico, é encontrado também no discurso jornalístico, pela pretensão de criar simulacros do real, de criar efeitos de verdade.

Para criar o efeito de objetividade, há a ilusão, o simulacro de objetividade construído pelo próprio sujeito do jornal. “A enunciação, sempre pressuposta, faz crer no próprio alheamento para fazer-crer na própria imparcialidade” (DISCINI, 1996: 213). O efeito de objetividade confirma o ethos da justa medida.

O discurso jornalístico utiliza uma debreagem interna, ou seja, um actante torna-se instância enunciativa. É quando se dá a voz à Rosa Alegria, diretora de pesquisa do Núcleo de Estudo do Futuro da PUC-SP, que passa a falar do objeto/actante do enunciado, que é a instância “ele/ela – mulher de 30”.

“O difícil para essa mulher de 30 é escolher com equilíbrio”, diz Rosa Alegria, diretora de pesquisa do Núcleo de Estudo do Futuro da PUC-SP.

Ou seja, até esse momento havia um narrador pressuposto dando as coordenadas de como é essa mulher. O surgimento de um novo narrador, em

uma debreagem interna, serve para criar um efeito de sentido de realidade, “pois parece que a própria personagem é quem toma a palavra e, assim, o que ouvimos é exatamente o que ela disse” (FIORIN, 2002: 46). Mais: ao utilizar a palavra de especialistas para validar o discurso, dá-se a esse enunciador o papel de saber-fazer.

Tanta liberdade tem seu preço, claro. “O difícil para essa mulher de 30 é escolher com equilíbrio”, diz Rosa Alegria.

Por se tratar de um discurso jornalístico, existe o ethos pré-discursivo que monta as expectativas do co-enunciador. Mesmo que esse co-enunciador não saiba nada previamente sobre o caráter do enunciador, o simples fato de que um texto pertença a um gênero de discurso ou a um certo posicionamento ideológico induz expectativas em matéria de ethos (MAINGUENEAU, 2005c: 71).

As conclusões sobre a mulher de 30, por exemplo, são enunciadas por um ethos que joga com a língua. Há, aqui, escolhas lexicais, como “vestir a liberdade como uma segunda pele”, que dão a esse enunciador um papel de saber-fazer, de fiador, pois usa a língua de maneira culta – e brinca com ela. A corporalidade e o caráter do enunciador se apóiam em um conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas – estereótipos nos quais a enunciação se apóia e, por sua vez, contribui para reforçar.

A cenografia construída é o mundo no qual essa mulher de 30 habita. Ao construir esse mundo, coloca-o nas mãos dessa mulher, uma mulher figurativizada que crê poder-fazer/poder-ser muitas coisas. Mas cuja liberdade tem seu preço – preço que coloca essa mulher, paradoxalmente, em um não poder-fazer/não poder-ser.

2.1.2 Tati Quebra Barraco – Entrevista

A entrevista com Tati Quebra Barraco ocupa seis páginas da Marie Claire de fevereiro de 2005 (pp. 44 a 49). Com o título “Cinderela Funk”, a matéria é sustentada a partir de valores duais e de comparações com o outro. Levar uma

cantora de funk às páginas de Marie Claire pode parecer, a princípio, uma abertura para o conhecimento do diferente. Mas esse diferente não é trazido para “perto”, ao contrário, é visto pelas lentes de um outro mundo – do mundo da Marie Claire. Aqui, nota-se sempre a separação entre dois lados, com limites definidos, e Tati Quebra Barraco é vista como o “outro com o qual não se quer identificação”⁷². Em todo o texto, há a afirmação e a reafirmação de que a entrevistada é esse “outro”, um outro que circula entre os dois mundos – o que surpreende ao supostamente quebrar a barreira das separações. Tati não ocupa o posto de “herói” e, apesar dessa livre circulação entre dois mundos, a marca da fronteira e de pertencimento a apenas um mundo é constantemente ativada. Nota-se isso logo no texto de abertura, que antecede a entrevista em pingue-pongue: “Tati **se dá ao luxo** de recauchutar o visual”; “mas não abre mão de **viver entre os seus**” (*grifos da autora*). Ou seja: se ela se dá ao luxo, é porque, de algum modo, recauchutar o visual não está entre as atividades que ela pode fazer; principalmente porque ela “vive entre os seus” – o espaço aqui demarca o pertencimento a certo grupo. O discurso, aliás, recorre ao espaço para marcar o diferente. Também no texto de abertura, a repórter explica:

Mas não abre mão de viver entre os seus, na comunidade. Foi lá que Marie Claire a encontrou.
(*grifo da autora*)

O uso do advérbio de lugar “lá” marca a separação dos mundos de Marie Claire e de Tati Quebra Barraco. Ao instaurar um local longe, o texto instaura a desconexão entre os mundos, e ainda garante à leitora que Tati pertence a um espaço distante.

A marca do diferente também está nas perguntas feitas à Tati. Exemplo:

MC **O que é muito tempo sem fazer sexo?**
Tati **E você não sabe? Nunca ficou sem?**

⁷² Ver explicitação dos conceitos de identidade e alteridade no Capítulo Primeiro.

Enquanto a pergunta instiga que se está falando com alguém diferente, que tem outros valores, a entrevistada tenta apagar as fronteiras ao dizer que são iguais – tirar um estigma de que para ela seria diferente.

A reportagem trabalha a partir de um recorte do mundo baseado na diferença entre ricos e pobres, enquanto o nível profundo do discurso é baseado em valores antagônicos: subúrbio x cintilantes elites; escracho x acanhada; favela x socialites, violento x protegida. Assim, a personagem de Tati Quebra Barraco é construída por meio desses antagonismos, da inscrição da diferença. A imagem da mulher trabalhada aqui é recheada de ambiguidades: Tati é acanhada, mas foi mãe aos 13 anos.

Durante toda a entrevista, a repórter tenta construir a personagem de Tati Quebra Barraco a partir da modalização do “ser” – uma modalização da ordem veredictória, como tentativas de definição da entrevistada. Pelo menos seis perguntas recorrem a isso diretamente:

MC Você é namoradeira?

MC Você é religiosa?

MC Você é romântica?

MC Você é brigona?

MC Vocês são fiéis no casamento?

MC Como você era antes do sucesso?

Essas tentativas de definição recorrem, ainda, a uma tentativa de tirar a competência sobre o saber-ser/saber-fazer da entrevistada:

MC Você sabe quem ela foi? (*sobre Leila Diniz*)

MC Você viu o filme Cidade de Deus?

MC Você sabia dos riscos? (*de engravidar*)

MC O que você faz com seu dinheiro?

Assim, a repórter está, a toda hora, instigando sobre os conhecimentos de Tati Quebra Barraco. Admitindo que se instaura um ethos discursivo que fala “desde cima”, com um tom que confere autoridade (e um tom que constrói uma cenografia de que a repórter sabe do que está falando pois, entre outros aspectos, ela foi à favela realizar a entrevista), essas questões demonstram uma constante dúvida acerca dos conhecimentos da cantora sobre a cultura e sobre um mundo que, na verdade, não é o dela, pois são adotados a partir de valores que sustentam o mundo da mulher-ideal de Marie Claire: ser romântica, ter namorado (com certos limites de quantidade), ter sucesso, saber o que fazer com o dinheiro etc. As questões não tentam, em nenhum momento, entender o mundo de Tati a partir do mundo dela, quebrar essa barreira de pertencimento a mundos distintos e instigar novos olhares. É mais fácil generalizar e partir para o óbvio. “As mídias acham-se, pois, na contingência de dirigir-se a um grande número de pessoas, ao maior número, a um número planetário, se possível. Como fazê-lo (...) a não ser distribuindo no mundo inteiro as mesmas simplificações e os mesmos clichês? (CHARAUDEAU, 2006: 19)

Marie Claire, então, generaliza o mundo das mulheres na pergunta:

MC Você está dando voz às mulheres, invertendo o machismo do funk?

Tati Não. Eu falo por mim, mas não pelos outros. Não é porque moro aqui que estou respondendo pela comunidade. Elas são elas e eu sou eu.

A tentativa de gerar generalizações limita a visão de mundo e faz com que o discurso se esqueça de que o ser humano é singular. Tentar categorizar grupos é uma constante no discurso midiático, até como forma de simplificar uma mensagem, o que, muitas vezes, faz com que se corra o risco da superficialidade. Caso da questão que coloca a entrevistada como porta-voz das questões das mulheres, como se todas tivessem os mesmos problemas e inquietações, como se todas tivessem os mesmos objetivos. A resposta da entrevistada, no entanto, quebra com essa regra ao lembrar da individualidade dos sujeitos. É interessante notar essa questão como forma mesmo de diferença

de mundos: talvez essa generalização baseada em “valores burgueses” não faça sentido e não tenha atingido cultural e socialmente Tati, que enxerga o mundo de outra forma – neste caso, de uma forma mais clara e até mais profunda: ela entende as questões como próprias de cada indivíduo, não como aspirações gerais nem parece querer ser líder de um grupo – algo que, para o modelo-ideal de mulher Marie Claire, é ligado ao sucesso e tratado como um valor eufórico.

2.1.3 Mulheres do mundo – O que querem as mulheres?

A reportagem de Marie Claire de abril de 2005 (pp. 86 a 92) traz entrevistas com seis diretoras internacionais da revista Marie Claire em seis países: China, Estados Unidos, Rússia, Espanha, África do Sul e Austrália. O objetivo é saber, com cada diretora, o que querem as mulheres de cada país. Cada entrevista ocupa um pouco menos de uma página da revista (completadas com imagens), totalizando seis páginas, mais um texto sobre o amor em vários países, intitulado “Amor em cheque”.

O texto foi escolhido para análise por trazer nitidamente os modelos de ideal de mulher, e baseados na opinião de profissionais da publicação – é, praticamente, a opinião da revista, em vários países, sobre o que é importante para uma mulher de 30 anos hoje.

O texto de abertura da matéria explica sua proposta:

No mês em que Marie Claire completa 14 anos de Brasil, montamos um painel especial sobre as lutas, os sonhos e os valores femininos ao redor do mundo. Seis diretoras internacionais da revista – China, Estados Unidos, Rússia, Espanha, África do Sul e Austrália – revelam o que pensam as mulheres de 30 anos: elas não abrem mão de um grande amor, mas nem sonham em perder a liberdade. Pouco importa a geografia: elas querem, como nós, tudo o que é de bom

O texto de abertura já resume (e responde) a questão colocada pelo título: “O que querem as mulheres?”. Para a repórter, é não abrir mão de um grande amor e não perder a liberdade. O texto generaliza a mulher de 30, e inutiliza as

entrevistas a seguir: se a idéia é fazer um retrato diversificado das aspirações das mulheres, o texto de abertura os une ao dizer que “pouco importa a geografia”.

Poucas vezes o discurso de Marie Claire instaura a primeira pessoa no texto. Esta reportagem é um dos raros exemplos, pois normalmente utiliza-se a terceira pessoa como quem fala de fora, uma regra do discurso jornalístico para garantir a objetividade e neutralidade. Neste caso, não há neutralidade: apela-se para o emocional, a repórter se junta às mulheres de todo o mundo para dizer que isso também é o que ela quer – “elas querem, como nós, tudo o que é de bom”. Nesta frase, podem-se analisar alguns aspectos, começando pelo uso dos pronomes “elas” e “nós”. Dizer apenas “elas” deixaria essas mulheres em um espaço longínquo – elas já estão espacialmente longe, pois pertencem a outros países. Para garantir a identificação e um pertencimento de grupo – é preciso ter suas aspirações, é preciso ser aquele modelo de mulher moderna (o outro com quem se quer identificação) – utiliza-se, então, o pronome “nós”, como um pronome global, que insere a todos em uma mesma aspiração: ter tudo o que é de bom. Mas, afinal, o que é “tudo o que é de bom”? Quais são esses valores calcados no Bem e euforizados, de que a revista diz que é tudo “o que queremos”? O bem, aqui, é ter um grande amor aliado com a liberdade. É essa a imagem figurativizada da mulher – esteja ela em qualquer país, desde que tenha 30 anos.

A primeira pessoa também se instaura na frase: “montamos um painel sobre as lutas, os sonhos e os valores femininos”. Aqui, o ethos discursivo não é um “ethos distante de quem avalia e expõe serenamente”, ao contrário, é um ethos que se mostra, negando as regras do discurso jornalístico, mas com uma intencionalidade que não rompe com a pretensão de marcar o efeito de verdade. O ethos se coloca para fazer com que a leitora se sinta no mesmo nível que as mulheres da revista – como uma amiga. Mas, neste caso, não se segue uma cenografia de aconselhamento, caso das reportagens em que se possa instaurar um eu-tu (faça isso, não deixe aquilo).

A idéia, aqui, é fazer com que a leitora se sinta “uma igual a nós, igual a todas”, mas sem deixar de assumir a figura do “fiador”, de quem sabe do que está falando – de quem tem a competência para fazê-lo. Essa confiança marca o

caráter imaginário do simulacro fiducitário – que, aqui, é garantido pelo ethos pré-discursivo do discurso jornalístico, que supõe a exposição de fatos e do retrato da verdade. Há uma mistura de objetividade com cumplicidade, para, assim, chegar ao efeito de verdade. Lembrando que, para o efeito de verdade, o importante é parecer verdadeiro – o simulacro de um dizer verdadeiro renova o pacto de confiança entre enunciador e enunciatário, para que se legitimem o próprio dizer e o dito.

E a revista se coloca no papel da competência para unir diversas vozes sobre a mulher no mundo e fazer um painel sobre suas “lutas, sonhos e valores femininos”.

E o que são essas lutas, sonhos e valores? As seis diretoras responderam a cinco questões propostas por Marie Claire que, de acordo com o texto, seriam o retrato de suas lutas, sonhos e valores.

- **O que significa ter uma vida bem-sucedida hoje para uma mulher na faixa dos 30 anos?**
- **O que essa mulher procura em um homem?**
- **A (*nacionalidade*) segue algum padrão feminino?**
- **Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?**
- **Qual a principal reivindicação das (*nacionalidade*)?**

As questões procuram por uma mulher cuja figurativização é baseada em alguns valores cristalizados: ser bem-sucedida, ter um homem ideal (um príncipe encantado?), seguir (ou estar dentro) de certos padrões, encontrar a felicidade. É a partir dessas questões que se descobrem as lutas, sonhos e valores das mulheres – ou seja, as cinco perguntas se propõem a analisar a situação da mulher no mundo, mas a cerca de estereótipos e já a categoriza em determinados valores importantes para a mulher ideal de Marie Claire.

O relacionamento amoroso é tão importante que, das seis entrevistas, cinco são ilustradas com imagens de casais – sendo que quatro delas são cenas

de casamento. É importante citar, no entanto, que as respostas às questões da entrevista nem sempre dão mais atenção ao relacionamento, e as imagens são mais resultado de uma edição da reportagem (escolhas midiáticas?)⁷³ do que uma representação daquilo que o texto mostrou. Um exemplo é o texto sobre as australianas, onde aparecem questões sobre a menor remuneração em relação aos homens e a inexistência de uma licença-maternidade remunerada. A imagem que ilustra a entrevista, no entanto, traz um casal no mar, o homem carregando a mulher, com a legenda: “a australiana quer um homem que entenda suas aspirações”.

A entrevista sobre as mulheres espanholas é calcada em modelos de ideais – seja de homens ou de mulheres. A palavra “ideal”, inclusive, aparece duas vezes nas respostas da diretora.

Marie Claire **O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?**

Joana Bonet **Conciliar o trabalho, o companheiro e a família. Ou seja, encontrar o equilíbrio *ideal*.**

MC **O que essa mulher procura em um homem?**

JB **Ela quer tudo. O homem *ideal* tem imaginação, humor. Ele é *moderno*, sabe exprimir suas emoções e, ao mesmo tempo, é viril. (grifos da autora)**

Aqui, mais do que em todas as entrevistas, fica clara a figurativização de ideais de mulher e de relacionamentos em cima de valores cristalizados sobre o que é o Bem, o Ideal, o modelo a ser seguido. Nas duas imagens que ilustram a matéria, é o casal que está representado. Em uma aparece o casal real, com a legenda: “Letizia Ortiz, a jornalista que casou com o príncipe, é uma forte referência”. Não há nada mais figurativo dos ideais de perfeição do que o príncipe encantado (o homem ideal de quem fala a diretora espanhola?) – e a grande referência das espanholas, segundo a Marie Claire, é uma mulher que casou com o príncipe.

⁷³ “Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro” (CHARAUDEAU, 2006: 39).

2.1.4 Mil coisas – Patricya Travassos

A crônica de Patricya Travassos ocupa sempre a última página de Marie Claire e traz a história de uma personagem que tem um problema, passa por uma transformação e, por fim, encontra uma solução ao problema inicial – como na trajetória narrativa dos heróis. Apesar de não ser um texto jornalístico, a crônica foi escolhida para a análise por conter exemplos concretos de estereótipos e generalizações das mulheres – e por marcar presença mensalmente na revista.

O texto escolhido para a análise foi “Decifra-me ou devoro-te”, de julho de 2005 (p. 162). No texto, resumidamente, Silvinha, romântica, não consegue namorado: todos desaparecem. Uma amiga lhe diz que ela é o problema, pois é muito gostosa e é vista apenas para o sexo, e lhe propõe que assuma esse seu lado. Silvinha, então, fica feliz ao assumir esse seu lado de apenas se divertir com os homens.

Entre os valores que sustentam o texto está a dicotomia entre modelos de mulher: a gostosa pegadora x mulher para casar. Esses dois modelos são baseados em estereótipos – assim como o “modelão deusa do prazer” ou o “boneca inflável”, que também aparecem no texto com essa exata definição. São valores que reproduzem o imaginário social e são mostrados por meio de uma figurativização de conceitos/temas. Um imaginário que, transmitido por gerações, passa a constituir um campo de manipulação inconsciente (DISCINI, 2005: 284). A cada “tipo” lhe está reservado um jeito de se portar e um destino igual. Mais: são modelos baseados em uma estrutura social androcêntrica, na qual os valores masculinos são euforizados em detrimento de qualquer outro valor. Não se aborda a individualidade dos acontecimentos e dos sentimentos da personagem, ao contrário, ela ocupa uma categoria de mulheres e, por isso, deve seguir esse seu destino.

“Deixe de bobagem e aproveite esse corpão que Deus lhe deu. E faça bom uso desse breve momento em que suas formas estão no apogeu”

Assim como a recomendação da amiga acima, todas as atitudes da crônica são tomadas tendo como base o valor masculino: o que os homens querem, como pensam, como percebem a mulher – a mulher que, neste caso, é quem tem de se adaptar. O que é, afinal, esse “bom uso” do momento? A partir de que valores esse “bom uso” está apoiado? É um bom uso do senso comum, baseado no que a estrutura androcêntrica impõe como sendo o ideal – é o objeto desejável com o qual essa mulher, que tem um corpão, deve entrar em conjunção. A amiga manipula Silvinha a *crer poder ser*: ela pode ser tudo isso.

Silvinha não tem a competência do saber-fazer – quem tem a competência é uma “amiga mais experiente”, que faz uma análise do seu caso e lhe dá soluções. No nível narrativo do discurso, temos a fase da transformação, isto é, uma passagem de um estado inicial para um estado final, trabalhando com a manipulação (um personagem induz outro a fazer alguma coisa) e a competência (o sujeito do fazer possui um poder ou um saber). É a partir da conversa com a amiga que Silvinha passa de uma “romântica Silvinha cheia de amor para dar” a uma Silvinha que “tem consciência de quem era, do que provocava e do que queria”. Aqui, instaura-se uma personagem que não tem o saber-ser/saber-fazer – ao dizer que passa a ter essa consciência, o discurso mostra que, antes, ela não sabia quem era nem o que queria. E o que ela passa a querer?

Você atíça a fantasia dos homens. Para eles, você é uma boneca inflável. Bonecas infláveis não são para casar e ter filhos, são para ‘pegar’.

A frase acima, dita pela amiga “mais experiente” mostra os valores de que se tratam aqui: os desejos do homem, um estereótipo cristalizado pelo discurso. “O discurso do senso comum, modalizado por um *crer poder ser*, um *crer dever ser*, um *crer querer ser* segundo valores tidos como inquestionáveis, constitui um bom exemplo para a cristalização de temas e figuras que fundamentam sistemas de preconceitos” (DISCINI, 2005: 284).

O texto também trabalha com uma transformação superficial: não instiga a pensar. A solução, na verdade, é se acomodar, é servir literalmente de objeto

(fato corroborado pelo uso da expressão “boneca inflável”), é admitir que “bonecas infláveis” não são para casar. Ratificam-se, aqui, o ideal, os valores e a estrutura social androcêntrica pois por trás dessa suposta “liberação” de Silvinha estão calcados os desejos masculinos.

2.1.5 Angelina Jolie – A mulher que seduziu o planeta

A reportagem de quatro páginas da Marie Claire de abril de 2006 (pp. 56 a 60) traz um perfil de Angelina Jolie, atriz que também estampa a capa da edição. A reportagem trabalha todo o tempo com a transformação da atriz: de louca e depravada no passado a mãe de família, casada com Brad Pitt e sexy, no presente. A primeira imagem, de página inteira, mostra o rosto de Angelina, com a legenda: “Nunca fui santa. Louca, depravada, moça de família: qual delas é a verdadeira Angelina?”. Em todas as outras fotos da reportagem, Angelina aparece com um homem – primeiro, ex-namorados com os quais manteve “casamentos regados a sangue”, de acordo com o texto de abertura da matéria. Depois, imagens com Brad Pitt e os filhos – incluindo uma capa para a revista W, em que está em um jardim com Pitt e três crianças brincando e representando uma família feliz. Ou seja: a mulher que seduziu o planeta, de acordo com o título da matéria, seduz homem após homem, de acordo com as fotos, mas termina casada e com filhos.

A legenda da primeira foto adianta o modo com que a reportagem vai tratar a vida de Angelina: entre dois extremos, na busca por uma Verdade.

Nunca fui *santa*

Louca, depravada, moça de família: qual delas é a verdadeira Angelina? (*grifos da autora*)

Os valores, o Bem (santa, família) e o Mal (louca, depravada), estão bem divididos e investidos de adjetivos hiperbólicos durante o texto de abertura. Tudo é levado ao extremo, para criar personagens e figuras estereotipadas carregadas de valor – e, assim, atrair a emoção do leitor. A persuasão é trabalhada em cima do imaginário do co-enunciador que aos poucos adere a esse mundo que exige essa cenografia e nenhuma outra: quase como a da santa

x a prostituta – a mulher ou é uma, ou é outra, qual será a verdadeira?. Entre os artifícios para se trabalhar a intensidade dos extremos está o uso dos adjetivos com traços avaliativos intensos, como: “lábios **irresistíveis**”, “**loucas** histórias”, “declarações **atrevidas**”, “casamento **regado a sangue**”, além de palavras que levam à sensação de grandiosidades: “**sempre** despertou”, “**multidão** de fãs que **vibrava**”, “**longas** entrevistas”, “falava **sem escrúpulos**” (*grifos da autora*) etc. É pelo próprio discurso que o co-enunciador vai, aos poucos, entrando nesse mundo de dualidades – um mundo que, ao mesmo tempo em que o discurso descreve, também faz surgir.

Há uma mistura de objetividade com cumplicidade, para, assim, chegar ao efeito de verdade. A reportagem sobre a atriz mistura o discurso em terceira pessoa, que fala e avalia de longe, com frases da própria Jolie, que está amalgamado ao discurso em debreagens internas: quando um actante se torna instância enunciativa e toma a palavra. “A debreagem interna serve, em geral, para criar um efeito de sentido de realidade, pois parece que a própria personagem é quem toma a palavra e, assim, o que ouvimos é exatamente o que ela disse” (FIORIN, 2002: 46). O discurso direto cria, em geral, um efeito de sentido de realidade, “pois dá a impressão de que o narrador está apenas repetindo o que disse o interlocutor” (FIORIN, 2002: 74).

Lembrando que, para o efeito de verdade, o importante é parecer verdadeiro – o simulacro de um dizer verdadeiro renova o pacto de confiança entre enunciador e enunciatário, para que se legitimem o próprio dizer e o dito.

A paixão selvagem do casal parecia ultrapassar todos os limites. “Se dependesse de mim, nós dois jamais sairíamos da cama”, diria na época.

A debreagem interna, realizada pela atriz de quem o texto está falando, firma o contrato fiduciário. Mais uma vez, a construção da imagem da atriz é trabalhada em cima de extremos: “paixão selvagem”, “ultrapassar todos os limites” etc. Imagem que é trabalhada também com a noção de ser/parecer: era verdade, pois era o que parecia.

No texto de abertura, diz-se quais são as qualidades da mulher perfeita.

Na era das celebridades, Angelina é a estrela perfeita: linda, casada com o homem mais desejado de Hollywood e preocupada com a fome na África.

Angelina representa, então, a imagem da mulher ideal, ou seja, a que possui beleza (linda), é casada (com um certo príncipe encantado, “o homem mais desejado de Hollywood”) e inteligente (preocupada com a fome na África). O uso do verbo **ser** “Angelina é a estrela perfeita” transmite, com jeito de descrição, uma verdade construída. Mais: faz *parecer* verdade uma verdade que é mediatizada – a perfeição está apoiada em valores de um mundo que crê ser natural o que é cultural e historicamente determinado. “Parece bom demais para ser verdade”, diz a próxima frase, que brinca com expressões cotidianas da comunicação oral para parecer mais próximo do co-enunciador e para reafirmar a veracidade da proposição da vida perfeita, da que “parece verdade”. Essas sentenças descritivas também funcionam para mostrar a transformação de Angelina.

O novo papel de mãe fez bem a Angelina Jolie.

O ator havia encontrado a pessoa certa para realizar todos os seus desejos.

Essas duas frases aparentemente descritivas carregam valores culturais: a maternidade como salvadora das mulheres e da feminilidade, na primeira; e a necessidade de ter alguém que realize todos os desejos de uma pessoa (o amor romântico, de certa forma), na segunda.

A transformação de Angelina é contada cronologicamente, desde 1996, quando “era apenas uma atriz desconhecida que tentava a sorte em uma série de filmes independentes”. Ou seja: a Angelina não lhe é dado o saber-fazer, nem o saber-ser. Ela não é inteira, ela é “apenas”; ela não sabe fazer, ela “tenta a sorte”, tampouco tem um alvo, um objetivo de vida, ela tenta a sorte em “uma série de filmes independentes”. A fama só chega quando começa a namorar um ator – a fama chega junto com a figura masculina. “O casamento

foi a primeira mostra da excentricidade da moça”. Aqui, Angelina não tem ainda nome nem profissão. É uma “moça”. É a única parte da reportagem em que se refere a ela assim – nas outras referências ela ou é Angelina, ou é “a atriz”, ou é pessoa ou profissional.

As transformações estão claras já no texto de abre, com palavras que apontam diretamente para o processo, como “a imagem se suavizou”; “a atriz se transformou”; “decidiu virar mãe adotiva”; “tudo mudou”; “fama ganhou proporções estratosféricas”. A fama da atriz, em qualquer parte deste texto de abertura, está relacionada diretamente à sua vida pessoal. Uma vida que já foi “desregrada” de acordo com os valores de Bem e Mal colocados – as atitudes de Jolie antes de ser mãe são carregadas pelo valor do Mal, sempre seguidas de adjetivos que julgam (“loucas histórias”, “declarações atrevidas”, “imagem de louca e depravada” etc). Mas Jolie só ganhou fama universal quando engravida... de Brad Pitt. A fama está ligada, portanto, tanto à idéia de maternidade quanto à presença masculina.

2.2 MALU – Análise de reportagens

2.2.1 14 atitudes que os homens odeiam e as mulheres insistem em fazer

A reportagem de uma página de Malu de 14 de abril de 2005 (p. 19) traz à tona a relação homem-mulher e a necessidade de satisfazer o parceiro. A matéria é direta e adota claramente um discurso professoral, ao se dirigir diretamente à leitora e a dar regras sobre como ela deve se comportar. Também fica exposta a posição da mulher como objeto em relação ao homem: aqui ela é o outro-objeto, quando o ser-sujeito passa a ser centralizado no homem, ainda que o discurso esteja direcionado às mulheres. É uma posição travestida em conceitos sociais aceitos, onde a mulher ideal é mostrada em posição às vezes contraditória e ambígua, como sendo independente mas, veladamente, submissa.

O discurso não utiliza a voz de especialistas para sua legitimação. Neste caso, a legitimação é trabalhada dentro do próprio discurso, ao se criar um universo de sentido em que não há dúvidas, no qual o bom relacionamento

entre homem e mulher só pode ser tratado de uma forma. Este universo dicotomizado é baseado em estereótipos de comportamento muitas vezes caricaturais e exagerados, e no julgamento das ações da mulher. O leitor que se incorpora à cenografia adere progressivamente ao mundo que exige essa cenografia e nenhuma outra. Uma cenografia que propõe, como espaço, um mundo dicotomizado entre certo e errado, com regras de comportamento que satisfaçam aos homens. “O co-enunciador captado pelo ethos, envolvente e invisível, de um discurso, faz mais do que decifrar seus conteúdos. Ele é implicado em sua cenografia” (MAINGUENEAU, 2005c.: 90).

Assim, o discurso coloca ações que as mulheres (termo geral) fazem que são consideradas erradas, ou seja, embutidas do valor do Mal. A cenografia instaurada traz o tom professoral que age sem relatividades. Há apenas o dualismo do certo e do errado, e os sujeitos (as mulheres) devem seguir o modelo certo para não irritar o homem. A enunciação não relativiza, mas ataca e defende diretamente. O discurso, assim, constrói a justa medida do sujeito: nem mais, nem menos, é preciso seguir à risca as regras. É pela leitura do discurso que o co-enunciador se vê em um mundo em que há apenas duas opções: a certa e a errada. E, se não quiser ser punido, é preciso seguir a opção certa.

O ethos traz um enunciador que fala dos altos eufóricos (onde se sabe o que é certo fazer) que supõe ter um sentimento de aptidão para interpretar o mundo. É o ethos da mulher que sabe: aquela que deve saber como agir é representada por uma mulher que conhece tudo o que os homens não gostam. A voz categórica, aparentemente sem dúvidas, faz crer serem renegados os “baixos”, alvos da crítica e faz crer no punitivo como fator de equilíbrio de forças.

Se ele estiver presente, é briga na certa!

Ao mesmo tempo, joga com o simulacro da cumplicidade com o co-enunciador, ao supostamente se colocar na mesma generalização “mulheres” –

o enunciador, mais do que se referir ao co-enunciador diretamente, se coloca no discurso ao dizer “nós”.

Às vezes, seu amor fecha a cara e você fica sem entender o que fez de tão terrível? Isso acontece porque nós, mulheres, fazemos coisas que consideramos normais, mas que eles detestam. Conheça algumas delas e fique atenta!

Além do uso das primeira e segunda pessoas, o enunciador investe no simulacro da cumplicidade ao utilizar expressões que simulam uma oralidade, e ao interpelar a leitora como em uma conversa familiar entre uma amiga que tem a competência do saber-fazer e outra que não o tem.

Ficar babando na beleza de Reynaldo Gianecchini, Fábio Assunção e Marcello Antony e perguntar, suspirando: eles não são lindos?

Bater altos papos com aquela amiga superindependente, que adora falar de homens. Se ele estiver presente, é briga na certa!

Dar show de ciúme com as melhores amigas dele

Se ele souber que você conta a intimidade de vocês para as suas amigas, vai ficar louco da vida (grifos da autora)

O texto de abre da matéria explica a razão das dicas que compõem o texto: as mulheres não têm o saber-fazer e, por isso, sem perceber, irritam os homens. O enunciador, que tem a competência do saber-fazer, irá operar na transformação da leitora, primeiro fazendo com que ela creia dever-fazer (só assim não será punida), para então fazer com que creia saber-fazer – e, conseqüentemente, saber-ser uma mulher que não irrita os homens. Ou seja, o sujeito deverá entrar em conjunção com o objeto considerado desejável, a felicidade de “seu” homem. Não importa a felicidade da mulher – a felicidade dela estaria conectada à dele? O não-saber-fazer das mulheres é avaliado de

forma intensa, sublinhando o mal comportamento como algo fora das regras, fora da linha do que é certo.

Nem ouse dizer que são todos uns bêbados que só pensam em mulher, apesar de detestar que eles saiam juntos

Ao dizer o que não fazer, o discurso joga com a hiperbolização das avaliações pejorativas: as ações das mulheres não são ruins, são muito ruins. Tudo é supervalorizado para o mal, chegando ao ponto de se apoiar em estereótipos que muitas vezes são caricaturais, como a “amiga **superindependente**” e o amigo “que paquera você **descaradamente**”. Além disso, são exemplos de avaliações comportamentais supervalorizadas: “discussão **seriíssima**”, “ficar falando **sem parar**”, “se você quiser curtir **intensamente**”, “bater **altos** papos”, “ficar um **tempão**”, “por mais que você **jurar**”, “ele vai ficar **possesso**” (*grifos da autora*) etc.

2.2.2 Segredos das bem realizadas

A reportagem de uma página de Malu de 7 de julho de 2005 (p. 23) traz dicas sobre como as mulheres modernas agem para preservar o casamento.

Mais uma vez, o texto generaliza e, ao mesmo tempo, categoriza um certo “tipo de mulher”. Neste caso, constroem-se e se afirmam os estereótipos do que o senso comum admite como sendo as características e aspirações da “mulher moderna” e da “mulher de hoje”. Mais: figurativiza-se também o mundo no qual vive e ao qual aspira: “o casamento moderno”, com as características de como deve ser.

A figurativização segue a via em que os valores são tidos como inquestionáveis e a realidade é mostrada como sendo tal qual é, sem contradições. E, assim, faz com que *pareça ser* verdade essa figurativização.

Generalizar e individualizar são duas das características que marcam o senso comum. Assim, ao generalizar todas as mulheres sob a marca de “mulher moderna” ou de “mulher de hoje”, e o ideal de “casamento moderno”, o discurso “tende a reunir numa só idéia (...) coisas, pessoas e fatos julgados

semelhantes sem indagar se a semelhança não seria aparente” (CHAUI, 1996-1997: 117). Mas ao mesmo tempo individualiza, separando e isolando os conceitos como se “não tivesse história, passado, um contexto no qual faz sentido. Por isso, cada juízo do senso comum é sempre um absoluto: ‘é isto’, ‘é assim’” (CHAUI, 1996-1997: 117).

Fica claro, aqui, que essa figurativização remete àquilo com o qual o co-enunciador vai querer se identificar e tentar corresponder: o ideal de mulher imposto pela sociedade capaz de cumprir com perfeição seu papel social.

ela entrevistou dezenas de esposas que, por tabela, ensinam você a driblar os problemas que mais balançam o relacionamento.

O discurso estereotipa o ator social (nomeando-o como “mulher moderna”) e mostra uma figura que se torna um sistema normativo de referência – no qual todos estão convidados a se moldar (DISCINI, 2003: 246).

É o que acontece, ainda, com outros ideais culturais transmitidos pelo texto. Como o estereótipo calcado na noção cultural de que é importante “preservar o casamento”, “driblar os problemas que mais balançam o relacionamento” e o ideal cultural revestido de natural de que é preciso estar casada ou se relacionando com alguém. Mais: joga com conceitos subjetivos mas tomados como se fossem universais, isto é, verdadeiros em todos os tempos e lugares (CHAUI, 1996-1997: 116). É o caso do “ensinamento”:

- Não briguem por tudo: “Quando me sinto irritada, me pergunto: ‘Isso é realmente importante?’. Agora, eu só brigo quando é realmente importante”, ensina Mandi.

Afinal, como distinguir o tamanho e grau de “importância” que algum assunto tem? E não discutir não seria uma forma de se calar diante de algo que incomoda? E se a imagem desse casamento moderno é, segundo a reportagem, aquele em que “ela e o marido possam trocar idéias e se incentivarem

mutuamente”, a mesma reportagem se desmente, ao evitar essa troca de idéias e sugerir o “calar-se”. É o que acontece, também, no ensinamento:

- Se você não pode ser positiva, seja neutra, aconselha a escritora, que conta como coloca isso em prática: “Uma coisa que aprendi com meu marido que sempre faz isso: no calor de uma discussão, chego perto dele e digo: ‘Não concordamos em relação a esse assunto, mas quero que você saiba que te amo demais’”

Aqui, colocam-se na mesma balança a discussão de uma idéia e de um sentimento – e se estigmatiza a idéia da mulher como aquela volúvel a um sentimento.

A ideologia, mais uma vez, aparece travestida de algo natural e não como criação ideológica para o mundo feminino. Constrói-se discursivamente um mundo pautado pelo simulacro do indubitável. Um modo de dizer que, ao silenciar a polêmica, confirma o acento único da voz (DISCINI, 2005: 287).

No nível narrativo deste texto, trabalha-se com a manipulação e a competência. Ao dizer o que devem-fazer, o discurso mostra, primeiro, o que querem-ser:

a escritora Mandi Norwood (...) conta o que as mulheres modernas esperam do casamento.

O casamento que a mulher de hoje quer é aquele em que ela e o marido possam trocar idéias e se incentivarem mutuamente.

E uma vez que não queremos ser vistas como ‘sexo frágil’, ele nos incentiva a exceder nosso potencial

Todos esses valores são carregados de valor do Bem. E, para alcançá-lo, basta seguir meia dúzia de regras.

O sujeito da competência é representado pela figura de mulher moderna e mulher de hoje como tendo o “saber” de entrar em conjunção com objetos desejáveis: casamento duradouro, relacionamento feliz. Esse sujeito tem ainda a

competência de ensinar a entrar em conjunção a esses objetos – e, consequentemente, ao entrar em conjunção com o objeto “relacionamento perfeito”, entra-se em conjunção, também, com o objeto de valor “mulher moderna”, fazendo com que o sujeito se transforme na mulher “bem realizada”.

O destinador é o sujeito capaz de realizar as esperanças do destinatário, porque tem a competência do saber-fazer. É um ethos eufórico que fala “de cima” e, assim, manipula o destinatário. A estrutura modal do dever-fazer, denominada prescrição, rege a natureza do enunciado (GREIMAS & COURTÉS, s. d.: 283).

Descubra como as mulheres modernas agem para preservar o casamento

ela entrevistou dezenas de esposas que, por tabela, ensinam você a driblar os problemas que mais balançam o relacionamento

Assim, o destinatário crê no destinador – ele crê-ser o destinador aquele capaz de realizar seus desejos, e, assim, fazer com que entre em conjunção com seu objeto de valor. Aqui, a felicidade, “efeito de sentido decorrente da conjunção com o objeto-valor ou, ao menos, no saber sobre sua possibilidade, deve estar ligada à confiança, pois só a confiança no fazer do outro permite saber sobre a possibilidade de conjunção” (BARROS, 1990). Essa confiança marca o caráter imaginário do simulacro fiduciário – que, aqui, é formado pelo ethos pré-discursivo do discurso jornalístico, que supõe a exposição de fatos e do retrato da verdade.

O eu da enunciação é, também nesse exemplo, um eu pressuposto, no qual o narrador não se projeta no enunciado. É um narrador implícito e que não diz eu, regra do discurso jornalístico que contribui para firmar um simulacro do sujeito ausente e não-comprometido (DISCINI, 1996: 213). Há, por exemplo, o emprego de nomes com traços de generalização para o preenchimento semântico do sujeito das orações, e o emprego recorrente da terceira pessoa com o aparente alheamento das pessoas enunciativas *eu-tu* em relação ao enunciado.

(...) como as mulheres modernas agem para preservar o casamento

O casamento que a mulher de hoje quer é aquele em que ela e o marido possam trocar idéias e se incentivarem mutuamente.

Pesquisas revelam que as esposas que se masturbam (...)

“Usar a terceira pessoa em lugar de qualquer outra é objetivar o enunciado, é esvaziar a pessoa e ressaltar a *persona*, é enfatizar o papel social em detrimento da individualidade” (FIORIN, 2002: 100). É generalizar para investir na objetividade.

No texto analisado há a presença de discurso reportado, em que há a citação, pelo narrador, do discurso de outrem. Assim, a palavra de um especialista é citada em uma perfeita integração sintática, “de modo a que não se perceba nenhuma outra demarcação, além da tipográfica, entre discurso citante e o citado” (FIORIN, 2002: 81), característica típica de textos jornalísticos, em que a escolha das citações e a colocação em determinado contexto é feita pelo enunciador, o que revela, assim, seu ponto de vista. O surgimento de um novo narrador, em uma debreagem interna, serve para criar um efeito de sentido de realidade, “pois parece que a própria personagem é quem toma a palavra e, assim, o que ouvimos é exatamente o que ela disse” (FIORIN, 2002: 46).

Apesar de o enunciador não instaurar um *eu* e, assim, não se mostrar no discurso, há, no entanto, a instauração de um *tu*.

Descubra como as mulheres modernas agem para preservar o casamento (você)

**ensinam você a driblar os problemas que mais
balançam o relacionamento.**

Quando se dá a voz à especialista, o discurso reportado também instaura o *tu*:

**Lembrem-se de que vocês são iguais: não se
desvalorizem mutuamente porque um ganha mais
do que o outro, por exemplo.**

Se você não pode ser positiva, seja neutra

Tanto na voz do narrador quanto na debreagem interna, o efeito que a que se propõe é o de cumplicidade com o enunciatário, em que o *ele* torna-se um *tu* e o genérico fica particularizado (FIORIN, 2002: 101).

A instauração do *eu* aparece no discurso reportado, na voz da especialista que conta sua própria experiência. Assim, ao instaurar o *eu*, o que é individual passa a ser compartilhado:

Agora, eu só brigo quando é realmente importante

**(...) no calor de uma discussão, chego perto dele e
digo (...) (eu)**

O discurso reportado abandona, assim, a não-pessoa genérica para estabelecer um *eu* e um *tu* instauradores da subjetividade. A criação de um efeito de sentido de realidade se dá pela experiência da especialista, dotada de competência pois é “editora-chefe das revistas femininas norte-americanas Cosmopolitan e Mademoiselle” e “entrevistou dezenas de esposas” modernas.

Como um discurso jornalístico, há a existência de um ethos pré-discursivo, com as expectativas do co-enunciador, ou seja, um ethos que prima pela verdade e exposição verídica dos fatos.

No texto de Malu, há uma mistura de objetividade com cumplicidade, para, assim, chegar ao efeito de verdade. Lembrando que, para o efeito de verdade, o importante é parecer verdadeiro – o simulacro de um dizer

verdadeiro renova o pacto de confiança entre enunciador e enunciatário, para que se legitimem o próprio dizer e o dito. A instauração de *eu-tu* não abala a competência do destinador porque os lugares estão bem marcados: o ethos é dado como senhor das normas prescritivas e firma o olhar que parte dos altos eufóricos para os baixos disfóricos (DISCINI, 2005: 287). A corporalidade e o caráter do ethos são mostrados por um conjunto de representações sociais valorizadas – estereótipos nos quais a enunciação se apóia e, por sua vez, contribui para reforçar.

A cenografia, aqui, assume um caráter professoral, e a imagem do fiador como especialista, experiente e, ele mesmo, um ícone da mulher moderna, legitima o enunciado que ensina como agir para ser, também, uma mulher moderna com um casamento estável.

2.2.3 Mudei a minha vida por causa do meu marido

A matéria de uma página de Malu de 25 de agosto de 2005 (p. 6) traz uma foto da jornalista Ana Paula Padrão sorrindo, e, na parte inferior da página, uma foto menor apenas de seu marido, Walter Mundell. Com várias aspas da jornalista, a reportagem tem como mote a transformação da vida profissional de Ana Paula Padrão por causa da vida pessoal. A jornalista estampa a capa desta edição da revista.

Por se basear principalmente na fala da personagem, o discurso valida a informação proposta, passando credibilidade: é Ana Paula quem toma a palavra, em uma debreagem interna, como se estivesse respondendo diretamente ao que a matéria propõe – as falas são escolhidas para preencherem o contrato da mulher que fez tudo por amor e teve sucesso.

O discurso é baseado no valor de felicidade e traz para a leitora o crer poder ser feliz.

Aos 39 anos, a jornalista Ana Paula Padrão está feliz da vida!

E sobra felicidade na vida pessoal: ela está casada há três anos e meio com o economista Walter Mundell (51 anos) e planeja ter um filho

A felicidade, aqui, é decorrente da conjunção com certos objetos-valor: a mudança de emprego – onde ela “assume o desafio” de transformar o jornalismo do SBT – e pela vida pessoal – onde ela é casada e pretende ter filhos. A idéia de felicidade, abstrata, ganha aqui um valor euforizado e dirigido a certos ideais culturais. Os objetos com os quais se deve entrar em conjunção para ser feliz são: ser casada, ter (ou planejar ter) filhos e ter sucesso profissional. Além, claro, de ser bonita – ao lado direito da matéria há um pequeno box intitulado “segredo da beleza”. Nele, Ana Paula não sabe dizer exatamente qual o “segredo” que a mantém bela – pois não segue nada específico, como as dicas sugeridas nas outras reportagens da revista. “Só passo filtro solar e creme para a área dos olhos. (...) Nunca faço exercícios”, diz Ana Paula no box. O segredo, então, é explicado pela felicidade: “Acho que a felicidade reflete muito”. Ou seja, a felicidade é o que transforma, aqui, a mulher em uma pessoa bela. Vejamos: para ser feliz a mulher tem de entrar em conjunção com os objetos de valor: ser casada, ter sucesso profissional e pensar em ter filhos. E são esses objetos de valor que, ao trazer felicidade, fazem com que a mulher também tenha beleza.

O texto de toda a reportagem, apesar de tratar de profissão e vida pessoal, na maioria das vezes deixa os dois assuntos separados. Apenas no título e na linha fina, profissão e amor se unem, como indicação de que um condiciona o outro.

**Mudei minha vida por causa do meu marido
Ana Paula Padrão, que trocou a Globo pelo SBT,
garante que fez tudo por amor ao economista
Walter Mundell**

Em nenhum momento da matéria se explica o motivo da troca de emprego estar vinculada à vida pessoal – essa relação é euforizada apenas no título e na linha fina, onde o amor é capaz de transformar vidas. Este é o valor é euforizado pela matéria, baseada em uma concepção romântica – e até de conto de fadas – do “fazer tudo por amor”.

Estão, portanto, carregados do valor do Bem as concepções de: “mulher realizada”, “sonho de ser mãe” e “paixão pelo marido” – todas são usadas como subtítulos para as falas de Ana Paula Padrão, funcionando como temas que resumem a mudança de vida da jornalista. Um deles, sobre a paixão pelo marido, a fala de Ana Paula lhe dá a competência do saber-fazer.

“Acredito que o destino a gente faz! Me preparei muito para encontrar uma pessoa como o Walter. Eu fiz por merecer um homem como ele. Cuido dessa relação: mudei minha vida por causa dele, dessa relação... Tem que cuidar todo dia!”

Aqui, toma-se um valor cultural como sendo natural, faz-se uma generalização dos acontecimentos tidos com valor do Bem, como sendo de responsabilidade de cada um, intenção euforizada pelas expressões “fazer por merecer” e “o destino a gente que faz!”. Assim, de acordo com a fala de Ana Paula, a mulher encontra seu grande amor apenas se o fizer por merecer, já que cada um tem o destino em suas mãos. Um discurso recheado de senso-comuns e estereótipos e que ainda coloca nas mãos da mulher a responsabilidade por ter ou não encontrado um parceiro “ideal” – um senso comum que tem a função de garantir uma realidade transparente, colocando tudo em seu devido lugar (CHAUI, 1996-1997). Um discurso que “cobre um sistema de dominação e avalia positivamente valores tradicionais” (MCCRACKEN *apud* CALDAS-COUTHARD, 1999: 13).

A reportagem também dá voz ao homem, ao “maridão” de Ana Paula Padrão – expressão utilizada na matéria, que dá ares de cumplicidade, como se fosse uma conversa informal com a leitora. Mundell reafirma a imagem de Ana Paula Padrão como a de um personagem perfeito ao dizer: “Ela é a mulher da minha vida”.

2.2.4 Fátima Bernardes, um exemplo para nós

A reportagem de uma página de Malu de 15 de setembro de 2005 (p. 6) traz um perfil de Fátima Bernardes, com duas fotos da jornalista: uma dela sozinha, maior, e outra acompanhada do marido.

O título da matéria já mostra a que vem o texto: é um exemplo de “como ser”.

Fátima Bernardes, um exemplo para nós!

Aqui, Fátima Bernardes é o outro com quem se quer identificação. Esse “exemplo para as mulheres” é estruturado em cima dos valores: casamento, filhos, beleza e trabalho de sucesso. Valores que criam a figura da mulher perfeita.

Aos 42 anos, a apresentadora do Jornal Nacional Fátima Bernardes pode ser considerada uma mulher de sorte: casada há 15 anos com William Bonner; mãe de Laura, Beatriz e Vinícius, 7 anos; e uma profissional respeitada. E ela não vive cercada de empregados.

Na tela do parecer, a verdade é construída. O discurso faz *parecer* verdade uma perfeição apoiada em valores de um mundo que crê ser natural o que é cultural e historicamente determinado. A figura de Fátima Bernardes é revestida, ainda, de elementos quase mágicos (só uma mágica poderia dar conta de marido, filhos e trabalho sem ajuda e ainda aparecer linda na TV?). Essa quase magia é intensificada pelo uso da palavra “segredo”, que aparece em três ocasiões:

O *segredo* do casal 20 da TV é o respeito mútuo
Seu *segredo* é tomar muita água e nunca dormir com maquiagem
“*Segredo* do sucesso” (*grifos da autora*)

Ou seja, o “segredo” do saber-fazer aparece em três ocasiões: sobre o casamento, sobre a beleza e sobre o sucesso na profissão. São todos objetos euforizados positivamente: Fátima tem a competência do saber-fazer em todos os pontos de sua vida – o que a faz ser uma “mulher de sorte”, nas palavras da matéria.

Mas a figurativização e esse saber-fazer não são colocados distantes da leitora. Para dar conta do papel de fiador do discurso e para convencer a leitora de que ela também pode ser como Fátima, a jornalista é colocada em uma rotina “normal”. Seu dia, então, é cronologicamente avaliado.

Fátima faz questão de acordar cedo para preparar o lanche das crianças, de levá-las à escola, de almoçar com eles e ainda ajudá-los na tarefa. Às 14h, entra no trabalho e volta para casa às 21h. Depois desse horário, o tempo é dedicado ao maridão: eles saem para se divertir à noite

Transformar a vida de Fátima Bernardes em uma rotina espartanamente dividida faz parecer fácil a tarefa de lidar com competência em vários assuntos da vida cotidiana. E instiga a leitora a *crer poder fazer*. Além disso, a exposição de todos esses supostos “segredos” surge como dicas para que a leitora saiba-fazer para saber-ser como Fátima. Essa mulher-faz-tudo, aliás, aparece sozinha em suas tarefas. Ela “não vive cercada de empregados” e a figura do marido aparece aqui apenas como diversão, ou como alguém a quem ela dedica o tempo à noite. Ou seja: o discurso faz parecer que a mulher deve tomar conta de tudo, sozinha – sem ajuda de empregados ou marido.

Na busca pela credibilidade, o discurso trabalha com a cumplicidade, euforizada pelo uso de expressões de um discurso mais oral do que escrito – é como se a leitora e a revista estivessem em uma conversa entre amigas, mas, claro, a revista falando desde os “altos eufóricos”, pois é ela que sabe tudo sobre a vida de Fátima e seus segredos. Assim, vemos expressões como “a coisa muda de figura”, “são uma benção”, “não tem frescuras”, “maridão”, e até uma simulação de diálogo:

Brigas podem acontecer? Claro que podem.

O texto, no entanto, nunca se dirige diretamente à leitora. A criação da figura perfeita da mulher é realizada com a descrição do dia-a-dia de Fátima, somados aos cuidados que ela toma com o corpo, dicas do sucesso dela, fatos marcantes em sua profissão e até um perfil astrológico de seu “casamento perfeito”. Assim, o texto prima pela terceira pessoa, para dar o efeito de objetividade ao discurso. A única vez em que aparece o eu-tu é no título “um exemplo para nós!”, no qual, além da leitora, o próprio enunciador se coloca. Cria-se, assim, um ethos que fala de cima, pois sabe todas as dicas, mas que também se coloca na posição da leitora: uma mulher que tem de ser perfeita.

A figura de Fátima, no entanto, entra em conflito com o dever-fazer nas outras páginas da revista quando o assunto é dieta. Todas as edições de Malu trazem exemplos de dietas para perder peso. Mas, quando o tema é tratado a respeito da vida de Fátima, dieta se transforma em “frescura” – “Não tem frescura para comer: gosta de bife, arroz, feijão e salada”.

Fátima Bernardes é aquele ser olímpiano proposto pelo pensador francês Edgar Morin – o personagem que possui uma existência mítica para servir como exemplo, ao mesmo tempo em que assegura uma existência “terrena” para que seja alvo de identificação.

2.2.5 Louca para casar

A matéria de uma página de Malu de 3 de novembro de 2005 (p. 27) traz dicas para quem quer casar: o que fazer e o que não fazer para encontrar um futuro marido. Com uma cenografia professoral, adota o didatismo ao trazer prescrições de atitudes que devem ser evitadas ou seguidas.

Cuidado: a ansiedade de encontrar sua alma gêmea pode deixar você sozinha

A matéria coloca, então, o leitor (co-enunciador) em certa posição, em uma identidade na cena de fala: aquele que não tem o saber-fazer, mas que pode

(e deve) aprendê-lo com os ensinamentos da revista. Discursos que recorrem a determinadas cenografias são os que “visam a agir sobre o destinatário, a modificar suas convicções” (CHARAUDEAU & MANGUENEAU, 2004: 97). A identidade dos parceiros da enunciação – mulheres que buscam um marido mas não encontram e mulheres que sabem como fazer para encontrá-lo – vai de par com o espaço/lugar da cena: um mundo em que “cada panela tem sua tampa”, um mundo que acredita na existência de “almas gêmeas”. O momento da enunciação supõe que se está em uma época em que casamento é obrigatório e todas as mulheres precisam ter isso como meta. A partir desses três fatores, o discurso pretende uma ação determinada sobre outrem.

O espaço criado pela cenografia (um mundo em que “cada panela tem sua tampa”, em que existem “almas gêmeas”) irá apoiar o ethos para a persuasão do leitor, ao lhe garantir a imagem de si no discurso como a de um fiador. “A imagem discursiva de si é (...) ancorada em estereótipos, um arsenal de representações coletivas que determinam, parcialmente, a apresentação de si e sua eficácia em uma determinada cultura” (CHARAUDEAU & MANGUENEAU, 2004: 221). Assim, esse ethos que tudo sabe se ancora na falta de saber do co-enunciador e instiga (ou exige) sua necessidade de saber. A corporalidade e o caráter do enunciador se apóiam em um conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas – estereótipos nos quais a enunciação se estrutura e, por sua vez, contribui para reforçar. A casamenteira é um desses estereótipos marcados, a mulher louca para casar. Outro estereótipo é o da mulher desesperada que fica com todos, e a que fiska o homem pela culinária (a mulher dona de casa?).

A presença de uma especialista, a escritora Rosana Braga, apresentada como escritora dos livros “Alma gêmea”, “Segredos de um encontro” e “Amor: sem regras para viver” aparece no discurso para legitimá-lo, criando um efeito de sentido de realidade por meio da debragem interna (a inclusão de uma enunciação em outra), como se tomasse a voz no texto de forma natural.

O desespero para arranjar marido é tanto que Mirna, quando sai de casa, já vai paquerando vários

ao mesmo tempo, na esperança de que pelo menos um se interesse por ela. “Não se pode fazer isso de olhar para todos os lados. A mulher não tem que ficar ligada a todos os homens, tem que se ligar nela mesma. Tem muita mulher que quer compromisso sério, mas fica com todo mundo porque quer tentar todos para ver se um dá certo. Ela pode até querer compromisso, mas, desse jeito, ninguém vai acreditar”, avisa a escritora.

A presença da escritora no discurso serve para legitimar os fatos, por suas atribuições e especialidades (é escritora e estuda o assunto). No entanto, acaba também reforçando os estereótipos ao generalizar um certo tipo de mulher e uma certa forma ideal de se comportar, sem colocar em questão as individualidades e as diversidades de sujeitos e de situações, mas estabelecendo uma norma, uma regra a ser seguida – quem sair desse caminho será punido pois nunca encontrará sua alma gêmea e será deslocado do mundo.

A figuratividade é bem trabalhada no texto, e reforçada pela imagem de Mirna, uma personagem da novela *Alma gêmea* (2005-2006), da Rede Globo, que busca um marido – e que aparece na única foto da reportagem, acompanhada de seu par romântico na novela. É Mirna a principal personagem também da matéria, e suas atitudes na telenovela servem de exemplo do que se deve ou não fazer – é a partir de suas atitudes na ficção que se desenvolvem os conselhos da matéria para a vida real. Essa figurativização se apóia em alguns valores euforizados, como a necessidade de se encontrar uma alma gêmea, e a tampa da panela – é baseado, por isso, na existência desses dois conceitos já consagrados e que são vistos como naturais, ao invés de socialmente construídos. Esses valores tornam-se inquestionáveis e fazem com que a figurativização *pareça ser* verdade. O texto se apóia, também, nos valores do Bem: ter alto-astral, demonstrar suas qualidades, mostrar o que tem melhor dentro de si, desencalhar, arranjar marido; e do Mal: desespero, paquerar vários pretendentes, ficar sozinha.

A especialista é a “julgadora” dos atos das mulheres. Por ter a competência do saber-fazer, ela julga suas atitudes tendo como referência as normas sociais – normas, aliás, dentro de uma visão androcêntrica, com

comportamentos ditados pelos homens; são eles afinal que devem ser conquistados, são suas necessidades e vontades que devem ser seguidas para que a mulher não acabe “encalhada”. Mirna é o exemplo da mulher que não tem a competência do saber-fazer, apesar de querer-fazer.

A Mirna (Fernanda Souza), de *Alma gêmea*, bem que tenta arranjar marido, mas não consegue. Ela prepara quitutes maravilhosos, faz simpatias, paquera os amigos do irmão, mas acaba sempre sozinha. O desespero da simpática caipirinha para desencalhar não deve servir de exemplo para mulher nenhuma, pois os homens percebem e dão o fora.

O trecho mostra que, apesar de querer-fazer e crer poder-fazer, a personagem não tem a competência do saber-fazer. E faz parecer verdade que nenhuma mulher “encalhada” sabe-fazer, e que todas devem crer dever-fazer (aqui como necessidade, não como prescrição). A competência do saber-fazer é dada pela especialista, que trabalha para a transformação das mulheres (transformação que é a passagem de um estado inicial para um final, trabalhando com a manipulação – um personagem induz outro a fazer algo – e a competência, onde o sujeito do fazer possui um poder ou um saber). Os ensinamentos têm como principal fundamento não fazer com que os homens “caiam fora” – pois eles têm a competência de saber identificar quando as “encalhadas” estão “desesperadas”. Aqui, outro estereótipo: os homens solteiros não querem se casar e estão sempre fugindo das mulheres solteiras que sempre querem o casamento.

O ethos que fala de cima, pois tem a competência do saber-fazer, joga com a cumplicidade com o co-enunciador, ao tratá-lo diretamente como tu (você) e ao usar palavras do jargão popular, como o encalhada, que não apareceriam em textos jornalísticos/informativos tradicionais. É, na verdade, um simulacro de cumplicidade. Cabe ainda, aqui, uma observação sobre o termo “encalhada”. A palavra, de acordo com o Houaiss, vem do verbo encalhar, que possui como um dos significados “ter interrompido seu deslocamento (sobre água) pela presença de algum obstáculo; não ter

continuidade, ficar preso”. O Houaiss também indica o uso da expressão aos solteiros, caso utilizado na reportagem. Interessante notar os valores que apóiam o discurso: quem não casa fica parado, não tem continuidade na vida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Stuart Hall em *A identidade cultural na pós-modernidade* define o discurso como um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos (HALL, 2006: 50). Nas últimas décadas, pesquisadores de várias disciplinas reconhecem as maneiras pelas quais mudanças na linguagem estão ligadas a processos culturais e sociais mais amplos, e por isso começam a perceber a importância da análise da linguagem como um método de estudo das mudanças sociais – percebe-se que mudanças em práticas discursivas são um elemento importante nas mudanças sociais, e que o discurso contribui para a produção, transformação e reprodução de objetos – e de sujeitos – da vida social (FAIRCLOUGH, 1994). “Discourse is a mode of action, one form in which people may act upon the world and specially upon each other, as well as a mode of representation”⁷⁴ (FAIRCLOUGH, 1994: 63).

A partir dessa definição de discurso e das apresentações e análises realizadas neste trabalho, consideramos o discurso midiático das revistas femininas – especificamente de Marie Claire e de Malu, alvos deste estudo – como um discurso que traz representações de mulheres e que, assim, acaba por legitimar as identidades que constrói, ao mesmo tempo em que produz e restringe um conhecimento da condição da mulher a certas imagens da sexualidade feminina.

Legitimadas pelo discurso jornalístico, essas publicações oferecem textos como sendo o real (real que não existe, senão, mediatizado). As sugestões/prescrições e rumos oferecidos pelas revistas estão entrecortados por escolhas, por fronteiras, por demarcações de espaço social. É um discurso e, como todo discurso, imprime uma marca, estabelece influências, constrói identidades sociais e articula aquilo que o sujeito “se torna”. É neste ponto que se encontra a questão-chave deste trabalho: a participação desses discursos na

⁷⁴ Discurso é um modo de ação, uma forma pela qual pessoas podem atuar sobre o mundo e, especialmente, sobre cada um, além de ser um modo de representação (*tradução da autora*).

construção da identidade social das leitoras. O quanto esses discursos funcionam como aqueles espelhos deformantes de que falava Charaudeau⁷⁵ e que acabam por influenciar o modo como as mulheres se denominam, agem, o modo como se vêem como sujeitos no mundo – e, ao mesmo tempo em que são espelhos deformantes, possibilitam a identificação por meio de fragmentos de ideais de mulher (como os personagens das telas cubistas de Picasso), cada uma fazendo apelo a uma parte da leitora, mas sempre baseados na naturalização de certos padrões – que é o que, afinal, colabora para a identificação do que está mostrado, ou para o desejo de ter (para, então, ser) o padrão-ideal que se mostra.

Esses espelhos deformantes podem ser aquele mesmo espelho a que me referi no capítulo primeiro ao comparar o olhar ao discurso das revistas com o olhar ao espelho pelo sujeito-leitor na busca de uma completude ideal. Essa busca pela completude está intrinsecamente ligada à relação com o outro, com as imagens que o sujeito se coloca para a aprovação do outro, e à importância da alteridade para a constituição de sua própria identidade. Foi assim que se apontaram neste trabalho três formas de alteridade mostradas nas páginas de revistas femininas que seduzem o leitor para um modo de valorização de certos valores: o outro com quem o sujeito quer se identificar; o outro que está longe e com o qual não se quer identificação (o outro-diferente que garante a identidade do ideal de mulher) e o colocar-se como objeto e como o outro (a mulher sai da posição de sujeito e se assume como objeto, principalmente nas relações de gênero, onde é o homem que passa a ser o sujeito).

Desses três modelos de alteridade, dois aparecem com mais força: o outro com quem se quer identificação e a mulher colocada como objeto. São a partir desses dois modelos que as imagens da sexualidade feminina propostas nas revistas acabam reproduzindo (e criando) paradigmas físicos e morais e criam associações que tendem à homogeneização do que é o “ser mulher ideal”: meiga, inteligente, bem vestida, magra, casada, sexualmente ativa, conhecedora

⁷⁵ “Se são um espelho, as mídias não são mais do que um espelho deformante, ou mais ainda, são vários espelhos deformantes ao mesmo tempo, daqueles que se encontram nos parques de diversões e que, mesmo deformando, mostram, cada um à sua maneira, um fragmento amplificado, simplificado, estereotipado do mundo” (CHARAUDEAU, 2006: 20).

de segredos na cama, boa moça na rua, simples, mas intensa. Os discursos exigem: “tenha um corpo de modelo”, “tenha um bumbum perfeito”, “surpreenda o parceiro”; expõem verdades absolutas, sem relativização: “as mulheres lutam por um grande amor”, “há uma tendência das mulheres a mergulhar de cabeça nas relações afetivas”; julgam: “porque o mundo não perdoa quem está fora das medidas”, “as mulheres tendem a não dar atenção às conversas com os filhos. Isso é um erro fatal”⁷⁶.

Modelos de como-ser, como-agir, como-pensar estão impressos nas reportagens, nas fotos, em expressões que influenciam e organizam nossas ações e a concepção que temos de nós mesmos.

E quais são essas concepções? São posições de sujeito no mundo que, ainda que colocadas como simples (ou como lógicas, como verdades absolutas) são criadas culturalmente – e são mostradas, muitas vezes, de forma contraditória. Há, por exemplo, múltiplos registros de significação para expressões como “verdadeira mulher” ou “mulher realizada”. Todos, no entanto, são baseados em supostos ideais de felicidade, mas ideais paradoxais: diferem e são conflitantes quando comparamos os significados que estão na superfície e os que estão na estrutura, pois são registros que colocam um feminino travestido de slogans modernizadores, com imagens de liberação (superfície), mas cujos sentidos remetem a um assujeitamento à ordem constituída (estrutura). Principalmente quando o assunto são as relações de gênero. Aqui, voltamos a Bourdieu: vivemos em um mundo cuja estrutura social é androcêntrica, apesar das mudanças propagadas. E é a partir desses valores que assumimos nossa presença no mundo. Valores que não são criticados ou questionados, pois são vistos na ordem do “natural”. As diferenças entre os gêneros, por exemplo, são vistas como oposições “naturais”, atitudes masculinas e femininas são dadas como “típicas”, esquecendo-se de que estão engendradas em uma estrutura social que as (re)produz – e, conseqüentemente, como um sem-fim, acabam contribuindo para fazer existir. Temos, por exemplo, uma organização dual baseada em oposições estritamente ligadas à do masculino/feminino, como forte/fraco, pesado/leve,

⁷⁶ Todas essas expressões foram retiradas de reportagens de Marie Claire e Malu.

dominante/dominado... E é neste ponto em que revista de mulheres, aparentemente progressistas, reafirmam em sua essência a visão tradicional do papel da sociedade moderna (CALDAS-COULTHARD, 1999). Um papel baseado na dicotomia “homem-mulher” que muitas vezes fossiliza relações de poder, enquanto se imagina que esteja revolucionando o mundo das mulheres e das relações de gênero. Apesar de enfatizar mudanças e sempre se posicionar como veiculadora do “novo”, do “moderno”, muitas vezes percebe-se que, dificilmente, as revistas femininas propõem questionamentos profundos ou transformações reais para as mulheres.

Neste ponto, Marie Claire e Malu são como as revistas das nossas avós. A pesquisadora Dulcília Buitoni, que analisou revistas femininas brasileiras do século 20 (até 1980), mostra que as publicações dessa época “nunca ultrapassam os limites da adaptação das normas vigentes” (BUIIONI, 1981: 130). Ou seja, para Buitoni, elas mostram um novo que trabalha apenas no nível secundário das aparências – que não é vanguarda, somente serve para o consumo, não subvertendo a ordem estabelecida. Ao contrário, essas revistas mantêm o instituído, pois refletem as concepções de gênero internalizadas por homens e mulheres, e veiculam a ideologia dominante de uma maneira mais sutil.

Antes, o sexo era marido, e não se falava na satisfação sexual da mulher, assunto que começou, a partir de 1960, a ser abordado. Hoje, nas revistas mais “modernas”, sexo pode significar um companheiro eventual. Mas, basicamente, a única coisa que mudou foi a chancela do casamento. Pois a mulher continua a ter que ser bonita, bem vestida, bem maquiada, compreensiva, alegre, boa cozinheira (ou pelo menos saber fazer alguns pratos sofisticados) etc., etc. para segurar seu homem. Continuam os preceitos de como a mulher *deve ser* (BUIIONI, 1981: 134).

Mais do que divulgar e manter o instituído, mais do que veicular a ideologia dominante, essas revistas sutilmente constroem identidades – são mais do que um meio que transmite informações, fazem parte da engrenagem que influencia e organiza a produção da identidade social das leitoras.

Na Introdução desta dissertação, coloco que, de acordo com Caldas-Couthard, as revistas femininas se apóiam sobre três tipos de ideologias-âncoras: o consumo, o conselho e a informação. O que vimos com as análises aqui colocadas foi que as reportagens sobre moda e consumo de Marie Claire preencheram 33,4% das páginas da revista, entre 2005 e 2006. São páginas editoriais centradas em novidades comerciais para que a mulher saiba o que se está usando, como se vestir, quais os tons da moda, os últimos cosméticos e o que precisa TER para SER uma mulher “moderna”, o ideal de mulher que aparece na revista – manipulação por sedução? Nas páginas de consumo é oferecida uma multiplicidade de identidades, cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós, e criando, como propõe Hall, um efeito de supermercado cultural. “Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito do ‘supermercado cultural’” (HALL, 2006: 75).

Ao se apoiarem na âncora do conselho, as revistas admitem as leitoras como mulheres com “uma série de inseguranças e fragilidades (...). A identidade genérica que posiciona as leitoras onde tudo é naturalizado e homogeneificado trabalha com a díade sucesso versus inferioridade” (CALDAS-COUTHARD, 1999: 15). Em Malu, os assuntos sobre saúde e beleza atingem 29,8% das páginas, com textos que versam sobre o corpo e abordam tanto conselhos sobre como evitar doenças quanto dicas para ter um cabelo perfeito (ou igual à da personagem da novela). Além da manipulação por sedução (tenha você também beleza e sucesso profissional) há, ainda, marcas de que há um castigo. “A mortalidade, o não poder ser elegante. O leitor não irá encontrar a elegância e não terá direito a uma existência digna de ser vivida. Existem, portanto, duas estratégias de persuasão. A uma manipulação por tentação se sobrepõe outra, por intimidação” (VANDRESEN, 2004: 64). A âncora da informação se apóia na escolha do que se irá informar – e aí “questões de beleza, moda, maternidade e educação são constantemente abordados” (CALDAS-COUTHARD, 1999: 15). E é inútil colocar o problema da informação em termos de fidelidade aos fatos ou a uma fonte de informação, já que nenhuma informação pode pretender, por definição, à transparência, à neutralidade ou à factualidade. O

discurso não é passivo à realidade, ao contrário, “discourse is in an active relation to reality, (...) languages signifies reality in the sense of constructing meanings for it” (FAIRCLOUGH, 1994: 42)⁷⁷. Ou seja, não há transparência.

É preciso, no entanto, não enxergar vilões manipulando mocinhos, não dicotomizar a análise. Deve-se entender esses discursos como construídos historicamente, nascidos em espaços sociais e reproduzidos por uma aprendizagem ligada à experiência dentro desses espaços. Afinal, todo discurso está engendrado em interdiscursos – assim como os sujeitos que o fabricam e os sujeitos que o recebem. E, neste ponto, tanto o emissor quanto o receptor estão inseridos nessa construção histórica, em uma arena histórico-cultural na qual os sentidos são construídos – também os jornalistas são interpelados como sujeitos. Mostrar que em determinada reportagem o jornalista relata que a mulher desistiu de sua feminilidade ao abdicar de ter filhos não significa que o jornalista não acredite nisso nem que ele esteja conscientemente manipulando as leitoras sobre o que é ser feminina: ele simplesmente expõe valores que para ele é da ordem do natural.

A diferença é que o papel do jornalista é de ação: ele age para atrair mais leitores, para chamá-los a comprar a revista, e o que lhes oferece como consumo é o lugar-comum – acaba distribuindo os mesmos clichês e simplificações de mundo, sem questionar os valores que estão por baixo de seu discurso, sem questionar se seu discurso não distribui modelos de ser, fragmentos de ideais de mulher, nem em como esse seu discurso atinge a mulher-leitora, quais os efeitos que ele produz. Como propõe Charaudeau,

A cada momento, o informador deve perguntar-se não se é fiel, objetivo ou transparente, mas que efeito lhe parece produzir tal maneira de tratar a informação e, concomitantemente, que efeito produziria uma outra maneira, e ainda uma outra, antes de proceder a uma escolha definitiva (CHARAUDEAU, 2006: 38).

⁷⁷ discurso está em ativa relação com a realidade, (...) linguagens significam realidade no sentido de construir sentidos para ela (*tradução da autora*).

O que as análises revelam é uma escolha pelo apelo emocional, pelo agradável ao olhar, por imagens que tentam normatizar a mulher, colocando-lhe caminhos certos e errados a serem (ou não) seguidos. E isso não muda se a revista é para a classe A e B ou para a classe C e D, não muda se é Marie Claire ou se é Malu. Elas podem utilizar artifícios diferentes, técnicas textuais ou visuais diferentes, mas estão estruturadas nos mesmos valores. Em um mundo de crescente consumo de livros de auto-ajuda não é de se espantar que as revistas funcionem um pouco assim: mostrando às leitoras que há uma possibilidade de vida perfeita, que a felicidade pode, sim, ser atingida. Que valores como família, marido, filhos e um bom emprego são carregados do valor do Bem e são essenciais para a felicidade da mulher – é só ver como as mulheres que aparecem na revista sorriem: elas estão felizes. Mas cuidado. É preciso seguir à risca os conselhos, estar dentro dos padrões. É preciso ser feminina (o que inclui ser um pouco misteriosa, mas o suficiente para não desagradar ao homem), é preciso ser bem vestida, é preciso ser bonita, é preciso ter um corpo bonito, é preciso ser mil em uma. É preciso ser.

O que proponho para a produção desses discursos não é que o jornalista busque uma maneira mais real ou verdadeira de se mostrar a mulher, porque isso significaria cair em normatizações, em generalizações. É preciso, no entanto, pensar e entender quais são os significados interconectados em torno da categoria “mulher” (McROBBIE, 1996) – questionar cada expressão que busca categorizar, cada lugar-comum escolhido para significar. É começar a perceber que há valores por baixo de cada discurso e entender quais são esses valores – e quais os efeitos que causam nos leitores, quais as (re)produções de identidade que se está fazendo.

O que deixo com este trabalho de análise é o questionamento sobre como as revistas femininas contribuem para a manutenção de valores culturais ao construir uma leitora ideal que é ao mesmo tempo produzida e “aprisionada” pelo texto (CALDAS-COUTHARD, 1999: 12). O questionamento sobre se o veículo que traz entretenimento e informação também não pode ser crítico, não pode fugir das simplificações. Ou ficaremos sempre sem questionar as

identidades que nos são jogadas e os valores que temos de assumir para sermos socialmente (e até, internamente) aceitos – sermos mulheres ideais?

O que deixo com este trabalho é a instigação sobre a necessidade de uma leitura mais crítica – e de um fazer jornalismo feminino de forma mais crítica, pois é preciso entender esse fazer-jornalismo como uma das engrenagens na construção de sujeitos. Fica a instigação por um novo olhar a esse jornalismo e à presença de questões que precisam ser problematizadas em seu caráter histórico e cultural.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRÉ, Serge. *O que quer uma mulher?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1998.
- AZEVEDO, Ana Vicentini de. *Mito e psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004. (Col. Passo a Passo).
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Paixões e apaixonados: exame semiótico de alguns percursos*. In: *Cruzeiro Semiótico*, nº 11/12, 1990. p. 60-73.
- BARTHES, R. “El efecto de realidad”. In: *Lo Verosímil*. Buenos Aires: Tempo Contemporâneo, 1970.
- BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres. Relações homem-mulher e revistas femininas, 1945-1964*. Dissertação de mestrado. Departamento de História, FFLCH-USP, 1992.
- BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo 1. Fatos e mitos*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002.
- _____. *O segundo sexo 2. A experiência vivida*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002b.
- BUTTONI, Dulcília. *Mulher de papel. A representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1981.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 5ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CALDAS-COUTHARD, Carmen Rosa. “O picante sabor do proibido: narrativas pessoais e transgressão”. In: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.
- CIVITA, Laura Taves (org.). *O melhor de Carmem da Silva. A arte de ser mulher*. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- CHAUÍ, Marilena. “Senso comum e transparência”. In: *O Preconceito*. USP. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1996-1997.
- _____. *O que é ideologia*. São Paulo: Editora Braziliense, 2005.
- DISCINI, Norma. “O sujeito no jornal”. In: *Gragoatá*, nº 1 (2º semestre 1996). Publicação semestral do programa de Pós-Graduação e Letras da UFF. Niterói: EdUFF, 1996.

- _____. “Figuratividade e Percepção”. In: BERTRAND, Denis. *Caminhos de semiótica literária*. Bauru: Edusc, 2003.
- _____. *A comunicação nos textos*. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- _____. “HQ e poema: diálogo entre textos”. In: LOPES, Ivã Carlos & HERNANDES, Nilton (orgs.). *Semiótica, objetos e práticas*. São Paulo: Editora Contexto, 2005b.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press, 1994.
- FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Editora Ática, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo, Edições Loyola. 2004.
- FREITAS, Jeanne-Marie Machado de. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992.
- FREUD, Sigmund. *Obras completas de Sigmund Freud*. Vol. XXII. CD-ROM.
- FRICKER, Miranda. “Why Female Intuition?” In: *Woman, a cultural review*. Volume 6, número 2. Oxford University Press. Autumm 1995.
- GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. *Freud e o inconsciente*. 22ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.
- GOMES, Mayra R. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Edusp e Hacker Editores, 2000.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÈS, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Editora Cultrix, s/d.
- HALL, Stuart. “Quem precisa da identidade?” In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª edição. Rio de Janeiro: DP & A, 2006.
- KEHL, Maria Rita. “As máquinas falantes”. In: NOVAES, Adauto. *O homem máquina*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- KOLTAI, Caterina. “A escuta do político”. In: *A lógica do sujeito. Lacan*. Coleção Memória da Psicanálise. Revista Viver Mente e Cérebro. São Paulo: Editora Duetto, 2005.
- LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean-Baptiste. *Vocabulário da psicanálise*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LEMAIRE, Anika. *Jacques Lacan. Uma introdução*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1986.
- LISPECTOR, Clarice. *Clarice Lispector – Entrevistas*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- LOPES, Ivã Carlos & HERNANDES, Nilton (orgs.). *Semiótica, objetos e práticas*. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

_____. *Gênese dos discursos*. Curitiba: Criar Edições, 2005b.

_____. “Ethos, cenografia, incorporação”. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2005c.

MAZZARA, Bruno. *Estereotipos y prejuicios*. Madri: Acento Editorial, 1999.

McROBBIE, Angela. “More!: New sexualities in Girl’s and women’s magazines”. In: CURRAN, James; MORLEY, David & WALKERDINE, Valerie (ed.). *Cultural studies and communications*. 2ª edição. Londres: Arnold, 1996.

MORLEY, Dave. “Texts, readers, subjects”. In: HALL, Stuart; HOBSON, Dorothy; LOWE, Andrew & WILLIS, Paul (ed.). *Culture, media, language. Working papers in Cultural Studies*. Essex: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham e Hutchison University Library, 1987.

NÉRI, Regina. “O encontro entre a psicanálise e o feminino. Singularidade/diferença”. In: BIRMAN, Joel (org.). *Feminilidades*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2002.

_____. *Falo ou feminilidade: uma discussão instigante*. Artigo publicado na revista *Ágora*, vol. VII, nº 1, jan./jun. 2004.

NUNES, Silvia Alexim. “O feminino e seus destinos: maternidade, enigma e feminilidade”. In: BIRMAN, Joel (org.). *Feminilidades*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2002.

NYE, Andrea. *Teoria feminista e as filosofias do homem*. Rio de Janeiro: Record e Rosa dos Tempos, 1995.

OLIVEIRA, Maria de Fátima Cabral Barroso de. *A mídia e as mulheres: feminismos, representação e discurso*. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. 2006.

PAPAVERO, Nelson; LLORENTE-BOUSQUETS, Jorge; ORGANISTA, David Espinosa; MASCARENHAS, Rita. *História da biologia comparada. Desde o Gênesis até o fim do império romano do ocidente*. 2ª edição. Ribeirão Preto: Holos Editora, 2000.

ROCHA, Zeferino. *Feminilidade e castração. Seus impasses no discurso freudiano sobre a sexualidade feminina*. 2002. Disponível em <http://www.cbp.org.br/artigo2.htm>. Acessado em 01/10/2006.

SILVA, Carmen da. *O melhor de Carmen da Silva*. Organização: Laura Tavaes Civita. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

SILVA, Tomaz Tadeu. “A produção social da identidade e da diferença”. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SOARES, Rosana de Lima. *Margens da comunicação: discurso e mídias*. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2002.

_____. “Por um modo de pensar a comunicação: Linguagem & Inconciente”. In: *Líbero, revista acadêmica de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero*. Ano 6, Volume 6, número 11. 2003.

VANDRESEN, Monique. *Do leia é divertido ao agora, leia que é sério*. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2004.

WINSHIP, Janice. “Sexuality for sale”. In: HALL, Stuart; HOBSON, Dorothy; LOWE, Andrew & WILLIS, Paul (ed.). *Culture, media, language. Working papers in Cultural Studies*. Essex: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham e Hutchison University Library, 1987.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

TABULAÇÃO DO CORPUS - Marie Claire

Edições: janeiro de 2005 a dezembro de 2006

Janeiro 2005

1) Boa vida (4 páginas)

São Paulo e Rio de Janeiro. Seção dedicada a bares, restaurantes e lojas (sapatos e roupas) nas duas capitais, além de dicas de livros, peças de roupa.

2) Viagem (8 páginas)

3) Bebel acerta o tom (5 páginas)

Entrevista com Bebel Gilberto. Temas discutidos: namoro, relacionamento, homens brasileiros e estrangeiros, relação com a família, carreira.

4) Ele disse/ela disse (5 páginas)

Matéria sobre relacionamentos. Quatro casais dão suas versões do namoro – e do fim dele.

5) Reportagem sobre a indústria do sexo (6 páginas)

6) O coração não tem regras (2 páginas)

Entrevista com Daniella Cicarelli. Tema: o relacionamento com Ronaldo; a beleza marcante dela x fama internacional dele. Futura primeira-dama do futebol; mulher caseira e singela, quer casar e ter filhos, ser reconhecida por suas **conquistas** (o verbo remete ao da primeira frase – “a modelo, apresentadora e triatleta Daniella Cicarelli, de 25 anos, ainda está se acostuando à idéia de **ter conquistado o coração** de um dos homens mais conhecidos – e badalados – do mundo”).

7) Alívio imediato (5 páginas)

Reportagem sobre “perdoar”, com depoimentos.

8) Invasão de privacidade (6 páginas)

Histórias sobre invasão/violação de privacidade com o aumento de câmeras, internet etc.

9) Eu, leitora (3 páginas)

“Sou taxista e dirijo minha vida”. **Mulher valente** assumiu o táxi que era do marido; tudo começou há 18 anos, quando ela se viu viúva com duas filhas pequenas. “Já levei muita cantada de motorista porque o homem admira a mulher que compete com ele **sem perder a feminilidade**”. “(as *mulheres*) conseguem ser mais machistas do que os homens. (...) A mulher tem que conquistar seu lugar com diplomacia”.

10) Vitrine/moda (5 páginas)

Biquíni (2 páginas); óculos escuros (1 página); acessórios de praia (1 página); chapéu (1 página).

11) Editorial de moda (18 páginas)

12) 101 idéias (moda) (4 páginas)

- 13) Beleza/bronzeamento (8 páginas)
“Bela na praia”. Reportagem sobre filtros solares e autobronzeadores, com vitrine de produtos.
- 14) Dois em um (2 páginas)
Reportagem sobre novas pílulas.
- 15) Saúde (3 páginas)
As diferenças entre os produtos ligh, diet e os convencionais.
- 16) Estilo de vida/viagem (4 páginas)
Reportagem sobre Paraty.
- 17) Estilo de vida/consumo (2 páginas)
Produtos à prova d’água.
- 18) Estilo de vida/cozinha (2 páginas)
Receitas.
- 19) Horóscopo (2 páginas)
- 20) Endereços (2 páginas)
- 21) Artigo – Patricya Travassos (1 página)
Frases: **“98,9% das mulheres acreditam que precisam de um homem para se sentir seguras e protegidas”**; “Nove entre dez mulheres nutrem a ingênua crença de que vão conseguir dividir com o **príncipe encantado** sua agenda alucinante”; A personagem se transforma de uma pessoa com “vergonha de dizer que estava solteira” a uma que “responde de boca cheia: solterérrima”.

Fevereiro 2005

- 1) Boa vida (5 páginas)
São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. Páginas dedicadas a bares, restaurantes e lojas (sapatos e roupas) nas três capitais.
- 2) Viagem (8 páginas)
Umbria.
- 3) Cinderela Funk (6 páginas)
Entrevista com Tati Quebra Barraco, marcada pela alteridade: o outro diferente com quem não se quer identificação. Discurso pontuado por **frases curtas** e por vezes **ríspidas**; conta que o universo dos desejos de consumo sempre foi estranho à realidade do lugar onde nasceu e cresceu, a Cidade de Deus. Na mesma favela que inspirou o **violento** filme do diretor Fernando Meirelles, ela se sente **protegida; se dá ao luxo** de recauchutar o visual, mas não abre mão de **viver entre os seus**. Temas: beleza, sucesso, fama, dinheiro, consumo, roupas, namoro, sexo, filhos, as letras das músicas, violência, vícios.
- 4) Segredos sexuais (5 páginas)
Matéria sobre segredos e curiosidades de sexo pelo mundo.
- 5) A musa consciente (2 páginas)

Entrevista com Ana Paula Arósio. O outro com quem se quer identificação. Aos 29 anos, é uma mulher **bela** e **madura**, ainda que **o jeito de menina** faça lembrar a **modelo adolescente** que se **consagrou** mundo afora; Como atriz, **conquistou** seu espaço; “Vou ter um **corpo** no estilo violão, para dar a ela um **toque de vulgaridade**”, conta a **bela**; **Adora sair** para dançar; Para encarnar Consuelo, **estudou** piano e **leu** várias vezes o romance de Márcio de Souza. Adora livros; Ana Paula **já foi chocólatra**, mas hoje ingere **só o açúcar das frutas** (*a transformação do personagem*). É **fã** de alface. (...) A **forma**, mantém com corrida; **Romântica**, pensa um dia em se **casar** na **igreja** e ter **filhos**. Acredita em **relações duradouras**, como a de **seus pais**, Claudete e Carlos Arósio.

6) Pais x filhos (5 páginas)

“Amor proibido”. Reportagem sobre três casais que enfrentaram oposições da família no início do relacionamento. Com depoimentos da mulher e do homem. Em todos, o final foi feliz (com casamento ou promessa de) e a família aceitou o relacionamento.

7) Turistas na mira (6 páginas)

Reportagem sobre novos “malandros” que se misturam aos turistas em busca de dinheiro rápido – são “relações públicas” de joelheiras que se misturam aos turistas para vender jóias e receberem comissão. “Interessados em dinheiro rápido, eles se misturam aos turistas, sobretudo mulheres, num jogo emocional cheio de mentiras, sedução e manipulação”; “Posso fazer o papel de neto, pai, marido. Hoje em dia, as mulheres estão carentes”.

8) Eu, leitora (4 páginas)

“Sobrevivi ao tsunami”. Relato de uma médica brasileira que estava na Tailândia durante o tsunami e se salvou porque estava mergulhando.

9) Vitrine/moda (3 páginas)

Relógios, biquíni e combinações com bermuda.

10) Editorial de moda (18 páginas)

Vestidos (6 páginas); maiôs decotados (6 páginas); geral (6 páginas).

11) 101 idéias (moda) (4 páginas)

Roupa para ficar em casa (2 páginas); roupa preto e branco (2 páginas).

12) Beleza/pele (4 páginas)

“Brilho da dose certa”. Cuidados e características de peles oleosas, com vitrine de produtos.

13) Jornal da Beleza (2 páginas)

Vitrine com novidades de produtos cosméticos: maquiagem, perfume, esmaltes etc.

14) Beleza/cabelos (2 páginas)

Cuidados com os cabelos no verão, com vitrine de produtos.

15) Jornal da saúde (2 páginas)

Notas sobre bebidas, banhos, dietas. Nota sobre remédio para aumentar a libido feminina (versão feminina do Viagra). “Mas, por enquanto, nenhum remédio garante a sensação de orgasmo, e menos ainda a percepção do desejo sexual. ‘O desejo não é só uma questão orgânica – e o prazer feminino começa no cérebro, não nos genitais’, diz Carla (*Zeglio, do Instituto Paulista de Sexualidade*). **A química feminina é mais complexa**: precisa de intimidade, tempo, clima e interesse mútuo. **Para conseguir** uma resposta sexual

adequada, a **mulher tem de aprender** a lidar com as suas sensações e descobrir o seu próprio caminho”.

16) Saúde/intoxicação (3 páginas)

“O gosto do perigo”. Como identificar alimentos contaminados.

17) Estilo de vida/viagem (3 páginas)

Pequenas notas sobre destinos variados frente ao mar.

18) Estilo de vida/cozinha (2 páginas)

Receitas.

19) Endereços (2 páginas)

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Artigo – Patrícia Travassos (1 página)

“Os brinquedos dos adultos”. Personagem viciada em vibrador passa por uma situação constrangedora, depois, abordada por uma senhora, fareja uma possibilidade de negócio e monta uma empresa de venda de produtos de sex shop em casa.

Março 2005

1) Boa vida (6 páginas)

2 páginas dedicadas a bares, restaurantes e lojas (sapatos e roupas) no Rio de Janeiro e em São Paulo; 2 páginas com dicas de livros, cds e spas; 2 páginas com dicas de culinária e restaurantes vegetarianos/naturais.

2) Viagem (13 páginas)

Raso da Catarina, Bahia.

3) “Sem retoques” (6 páginas)

Entrevista com Adriane Galisteu. Temas: perdas, relação com o pai e o irmão, figuras masculinas, amadurecimento, paixão, casamento, cicatrizes de amor, Ayrton Senna, família, religião, compulsões, viagens. **Moça loira** que entra na sala do **imenso apartamento de 700 metros quadrados** – está “sem maquiagem, vestindo jeans, moletom (...) **acomodada em um canto à meia luz**, ela traz no rosto uma **expressão séria**, de **cansaço**, reforçada pelos **cabelos presos na nuca**”; “Adriane Galisteu vive todos os dramas da geração a que pertence, das **modernas mulheres de 30 anos**. O principal deles é conciliar carreira e amor, ao lado de um homem que **faça dela uma mulher feliz, cercada por filhos**”. Contrapõe o cansaço com a esperança de uma vida feliz cercada por filhos.

- “Como é chegar aos 32 anos bem-sucedida profissionalmente, mas ainda sem essa família que você quer ter?”

(...) continuo trabalhando muito, mas minha vida pessoal tem hoje a mesma importância que o meu trabalho.

- “Não parece que você esteja fazendo isso, você trabalha tanto, sem tempo...”

- “Você já disse que não está nem no meio da escada profissional, que quer muito mais. Isso não passa a impressão de que você tem uma ambição desmedida?”

4) Sexo casual (5 páginas)

“Elas contam como foi aquela transa de uma noite só”. Cinco depoimentos com cinco mulheres, cada um com um “fim” diferente: a que adora (e sempre faz) sexo casual; a que odiou (e jura que nunca mais faz) sexo casual; a que fez sexo com outra mulher; a que casou com sua transa de uma noite só; a que transou com o ex de sua melhor amiga.

5) Fogo cruzado (6 páginas)

“Memórias de guerra”. História de vida e de profissão de Cristiana Mesquita, brasileira e correspondente de guerra da Associated Press. Mulher com quem se quer identificação. “ela se despede dos filhos para trabalhar na Bósnia, em Kosovo, no Afeganistão, no Haiti, no Iraque” – a vida profissional ainda está marcada pela pessoal/pelo papel de mãe e esposa; “ex-bailarina clássica, **trocou as sapatilhas pelo mundo da informação** ao se **casar**, no final dos anos 70, com um jornalista e se mudar para Londres”. Mas, ao mesmo tempo, não lhe é passada uma imagem de “culpa” por seguir sua carreira.

6) Vida dupla (4 páginas)

“Retratos de uma traição”. Depoimentos de homens e mulheres sobre o porquê de traírem.

(homens)

“O melhor é conhecer alguém na boate. São mulheres que não querem nada sério, não preciso nem dar o telefone”; “Acho que aceitar a traição é mais fácil para a mulher do que para o homem”; “Quando você casa, atrai ainda mais as mulheres. (...) Faz parte **do instinto do homem** desejar outras mulheres”; “No lado masculino, sempre rola uma pulada de cerca”

Entrevista com Clara Feldman, autora do livro “Sobre-vivendo à traição”

MC: As **mulheres** hoje traem tanto quanto os **homens**:

CF: Eles ainda traem com mais frequência. Mas elas estão traindo mais. Há 30 anos, quando comecei, ouvia um relato a cada dois anos, e hoje é muito mais comum. Na maioria das vezes, elas traem quando se envolvem afetivamente. Para os homens, é mais comum trair sem envolvimento amoroso. A **cultura** incentiva neles esse tipo de traição ainda execrada nas mulheres. O que torna um **homem viril** é o que faz de uma **mulher** uma **vagabunda**.

(mulheres)

“Traio com prazer mesmo. É gostoso revidar”; “A coisa começou porque meu ex-marido não transava comigo (...). Isso, só em casa, porque fora ele transava. (...) Entrei numa de competição”; “Tive muitas paixões, muitos namorados, mas sempre achava outro mais interessante. Na verdade, gostava de todos”.

7) Capitalismo teen (5 páginas)

“Pequenos notáveis”. Adolescentes que investem em um negócio próprio.

8) Eu, leitora (3 páginas)

“Sou amante virtual do meu marido”. “Tenho a esperança de que, quando eu me revelar, ele passe a me ver como **mulher**”. A mulher como objeto. A satisfação do homem é mais importante que a dela. Ela não está feliz nesse papel, quer ser reconhecida por ele. Mas se satisfaz porque sabe que, de alguma forma, dá prazer ao seu marido.

9) Vitrine/moda (3 páginas)

Assessorios estampados (1 página); jóias com metal e madeira (1 página); acessórios azuis (1 página).

10) Editorial de moda (16 páginas)

Roupas que **incitam a feminilidade** (8 páginas); roupas sedutoras (8 páginas).

11) 101 idéias (moda) (6 páginas)

Bermudas (2 páginas); calças (2 páginas); saias (2 páginas).

12) Beleza/pele (4 páginas)

“Linda em seis lições”. Guia: para que serve cada produto de cuidado com a pele.

13) Jornal da Beleza (2 páginas)

Vitrine com novidades de produtos cosméticos. Atenção para a nota *Uma nova mulher*: “Os últimos desfiles Yves Saint Laurent mostram uma **mulher sensual**, com **personalidade**. A boca escura e marcada contrasta com a pele clara, impecavelmente coberta com base. Quem **quiser experimentar** pode **tentar** o batom Boirdeaux Astral, nº 26, Rouge Personnel, R\$ 126”.

14) Saúde/chocolate (2 páginas)

“Meu bem, meu mal”. Chocolate: importância para a saúde e perigos em dietas.

15) Filhos do futuro (2 páginas)

“Por que congelei meus óvulos”. Avanços da ciência para permitir que as mulheres possam ter filhos em momentos de sua vida nos quais, talvez, não estejam mais no período fértil.

16) Estilo de vida/viagem (3 páginas)

Matéria de turismo sobre San Marino e notas sobre destinos variados frente ao mar.

17) Estilo de vida/consumo (2 páginas)

Vitrine com porta-retratos e locais para guardar fotos.

18) Estilo de vida/cozinha (2 páginas)

Receitas.

19) Horóscopo (2 páginas)

20) Endereços (2 páginas)

21) Artigo – Patricya Travassos (1 página)

“O tortuoso caminho do coração”. Mulher descobre amor pela amiga depois que o namorado propõe sexo a três – e as duas passam a se relacionar e namoram.

Abril 2005

1) Boa Vida (5 páginas)

Locais para sair, restaurantes, lojas, pessoas, coleções de moda no Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

2) Viagem/Sudão (10 páginas).

“Arco-íris no deserto”. O outro diferente. Reportagem sobre as casas coloridas na Núbia, pintadas pelas mulheres, mostra a força da cultura local e a continuidade das tradições.

3) Entrevista (6 páginas)

Lygia Fagundes Telles. Temas: vaidade, plásticas, a relação da mulher com seu corpo, com a liberdade que conquistou (“Talvez (...) seja cedo – ou difícil – para a mulher entender e usufruir dessa liberdade que conquistou”), a relação da mulher com o homem (“Com relação ao próprio corpo, às vezes essa mulher age como se estivesse dando uma espécie de troco ao homem – ‘agora eu também posso!’”. Acho ótimo que a mulher agora tenha liberdade de escolher a vocação, o companheiro. Mas prefiro que o comportamento seja o de arrogância e desafio”), sua atuação na literatura, a importância da leitura, a maturidade, a solidão, os medos.

4) Ser feliz (9 páginas)

“O gosto da felicidade”. Matéria de comportamento sobre a felicidade. Entrevista com Contardo Calligaris. “Felicidade também se aprende”, sobre como trilhar caminhos para aprender a ser feliz, o que traz felicidade, a intensidade de viver. Teste: “Como você saboreia a vida?” – para a leitora descobrir qual sua forma de experimentar a felicidade. “A mágica dos hormônios”: os hormônios que entram na “fórmula da felicidade”.

5) Primeiro encontro (6 páginas)

“Começar de novo”. O que os homens esperam das mulheres no primeiro encontro e o que elas fazem para que o primeiro encontro funcione. Depoimentos de homens e mulheres “olhar masculino” x “olhar feminino”. Mas mostra apenas um lado da relação: o que fazer para agradar o homem: mulher como o outro

(homens)

“Também conta pontos se ela, no final, tenta dividir a conta. **É lógico que vou pagar**, mas gosto que ela se ofereça. Uma vez, num restaurante japonês, após um jantar muito bacana, **a loira** nem sequer quis saber quanto havia dado a conta”; “Acho que **a mulher tem** que ter um comportamento **discreto** e de **bom gosto**, tanto nas **roupas** quanto no **modo de falar**. Mas também **tem que ter atitude**”; “**Mulheres que só falam** delas mesmas o tempo todo me assustam (...). Elas sempre **têm que esperar** o primeiro telefonema: se ele for cavalheiro, vai ligar”; “Uma **mulher inteligente** e **cheirosa** encanta qualquer um. Tem que estar arrumada, mas não muito. (...) Passei na casa dela e tive que esperar uma hora e meia, pois a **princesa** ainda estava se arrumando”

(Mulheres)

“Uma coisa legal é elogiar os ‘feitos’ dele: todos os homens adoram isso!”; “Se ele passa para me pegar em casa, procuro não atrasar, para não irritar”.

6) Mulheres do mundo (5 páginas)

“O que querem as mulheres?” Painel sobre lutas, sonhos e valores femininos pelo mundo. Um retrato das mulheres de 30 em cada um desses seis países, sobre o que elas querem e o que significa, para elas, ser bem-sucedida aos 30 anos. Modelos femininos e o que procuram em um homem. “Seis diretoras internacionais da revista – China, Estados Unidos, Rússia, Espanha, África do Sul e Austrália – revelam o que pensam **as mulheres de 30** anos: elas não abrem mão de um grande **amor**, mas nem sonham e perder a **liberdade**. Pouco importa a **geografia**: elas querem **como nós**, tudo o que é de bom”.

7) “Dias de sol” (3 páginas)

Entrevista com Deborah Secco. Montagem do personagem: “perfume de flor”, “hotel na Barra da Tijuca”. Temas: corpo e trabalho, silicone, estudos, tatuagens, infância, namoros, preconceito, futuro. “Mais preocupada com o espírito que com a matéria, como gosta de

ênfatizar, ela vai à Igreja Católica, confessa seus pecados e, no futuro, se vê casada e com filhos”.

8) Entre quatro paredes (4 páginas)

“Parceiros secretos”. Parceiros sexuais que são excluídos do convívio social pela vergonha de assumir a relação para a sociedade/família/amigos.

9) Violência doméstica (6 páginas)

“Fugindo do inimigo”. Reportagem sobre mulheres que sofreram agressões domésticas dos maridos. Depoimento de mulheres que vivem em uma casa-abrigo especial.

10) Eu, leitora (3 páginas)

“Arrisquei a vida para entrar nos EUA”. Depoimento de leitora, uma estudante de 24 anos, que cruza a fronteira dos Estados Unidos com o México para encontrar o marido brasileiro que estava em Nova York.

11) Moda/desfiles (8 páginas)

Roupas de desfiles da temporada: as tendências da moda.

12) Vitrine/moda (3 páginas)

Sapatos e bolsas.

13) Editorial de moda (18 páginas)

“**As princesas modernas** vestem peças lustrosas e sensuais de veludo molhado”.

14) 101 idéias (moda) (4 páginas)

15) Encontro marcado (6 páginas)

“Noites de glamour”. Truques para espantar o cansaço e “colocar a beleza em dia” mesmo para convites em cima da hora.

16) Beleza/plástica (4 páginas)

“As novas cirurgias”. Reportagem sobre novas tecnologias para cirurgias estéticas, com: para que serve, como é a cirurgia, o pós-operatório e o preço médio de cada uma.

17) Os eleitos (2 páginas)

Vitrine com os produtos destacados nos últimos dois anos – que venceram o “Prix D’ Excellence”, prêmio internacional oferecido pela Marie Claire francesa.

18) Beleza/prateleira (2 páginas)

Vitrine de produtos com novidades em perfumes, batons e shampoos.

19) No ginecologista (2 páginas)

“Consulta sem segredos”. O que não deixar de dizer para o médico.

20) Estilo de vida/viagem (4 páginas)

“Machu Picchu de primeira classe”. Bons hotéis, trem de luxo e restaurantes refinados para quem quer ir a Machu Picchu com conforto. Contrasta a viagem “hippie” à “luxuosa”. Fotos de crianças peruanas com o trem luxuoso ao fundo. Contraste entre o diferente e o igual, o exótico sem deixar de ser você.

21) Estilo de vida/consumo (2 páginas)
Vitrine com taças, copos e acessórios de bar.

22) Estilo de vida/cozinha (2 páginas)

23) Horóscopo (2 páginas)

24) Endereços (2 páginas)

25) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Eu acredito em **príncipes**”. História de uma moça que termina um namoro, entra em crise, vê o ex com outra e beija um desconhecido – por quem se apaixona e que resulta ser um moço rico, dono de haras, com cavalos e até um castelo.

Maio 2005

1) Boa Vida (5 páginas)

Locais para sair, restaurantes, lojas, pessoas, moda no Rio e em São Paulo (2 páginas); produtos para casa (1 página); bolsas – vitrine de produtos (1 página); cultura (1 página).

2) Viagem (11 páginas)

“Pedaço de bom caminho”. Aquitânia. Reportagem sobre as mulheres na produção do vinho em Bordeaux: como conquistaram seu lugar e são importantes em todas as fases. “Ficaram para trás, em definitivo, os tempos em que a entrada de mulheres na adega causava mal-estar nos homens” x “na Aquitânia mulheres ainda se casam como princesas e seguem os ritos deixados por seus ancestrais”.

3) Entrevista (5 páginas)

Sue Johanson. Entrevista com enfermeira especializada em assuntos ligados ao sexo, e apresentadora de programas que solucionam dúvidas ligadas ao sexo. Temas: como começou a falar sobre sexo, quais as perguntas mais frequentes, as diferenças entre as dúvidas entre homens e mulheres. “Homens e mulheres querem coisas diferentes no sexo?” – reafirmação das diferenças, mas aparecem como sendo algo natural. “se fosse **jovem, loira e sedutora** provavelmente não seria levada a sério – ela é a primeira a admitir. Mas sua imagem – a de uma senhora respeitável, dessas que todo mundo tem na família – empresta credibilidade a um assunto pra lá de provocante. Por **trás dessa figura meiga** está uma **mulher que sabe falar** e expor suas idéias com a segurança de quem sabe muito”; “**Em casa, eu sou a mãe**, aquela que faz biscoitos e sempre sabe onde estão as coisas”. Monta o personagem como dotado de competência para falar sobre o assunto, e o coloca como uma “mãe exemplo” – contraposta à característica do tema do qual trata.

4) Estilo radical (5 páginas)

“Mulheres que vivem no limite”. História de três mulheres que “exploram os limites do **corpo**” e se aventuram em esportes radicais. “Boa parte das mulheres acredita que as maiores alegrias da vida estão ligadas a conquistas do dia-a-dia, como uma carreira bem-sucedida, um companheiro para dividir os sonhos ou um bando de filhos brincando no quintal – e, se possível, as três coisas juntas” – a reportagem começa com um lugar-comum, com uma definição generalizada do que “boa parte das mulheres acreditam”, definição que não está baseada em nenhuma pesquisa, mas é aceita por estar cristalizada no senso comum.

“Em alguns casos, essa opção tão radical chegou a comprometer até a própria **feminilidade**. Dailza passou bons períodos **distante de seu filho**, hoje com 27 anos, para

se dedicar à natação. Helena foi **mais longe ainda: desistiu** de ser **mãe** para ter total **liberdade** de chegar aos pontos mais intocados da Terra. Já Karoline **planeja um dia construir uma família**".

Utiliza o conceito geral de "feminilidade" e tira esse "privilégio" das mulheres que se aventuram. Apenas uma, Karoline, ainda tem salvação, já que "planeja um dia construir família". Sem isso, elas são destituídas de feminilidade... e já não são mulheres "inteiras".

5) Filhos da adoção (6 páginas)

"Quando o amor vence o tabu". Adoção: depoimentos de quatro pessoas que foram adotadas.

6) Mulheres do mundo (6 páginas)

"Com a palavra: as muçulmanas". Depoimentos de cinco escritoras muçulmanas, que lançaram livros nos quais falam sobre a situação das mulheres em países islâmicos.

7) Cleo Pires (4 páginas)

"Garota superpoderosa".

8) Homens confessam (3 páginas)

"Descobri que era só um objeto sexual". Depoimentos de três homens que se envolveram com mulheres que queriam apenas sexo. Apesar de a mulher aparecer como independente e capaz de tomar atitudes sem o aval do homem, nos depoimentos há a marca de alguns estereótipos: "Acho que, **para o homem, querer uma mulher apenas para transar é instintivo e muito natural**, mas é irônico quando o feitiço vira contra o feiticeiro"; "Acho essa postura vulgar, **sem a típica delicadeza feminina**".

9) Eu, leitora (4 páginas)

"Por um grande amor, lutei contra o governo de Cuba". História de uma brasileira que luta contra o governo para ficar com um cubano.

10) Moda/Bastidores (6 páginas)

"Estilo de modelo". Revista "flagra" modelos da São Paulo Fashion Week com a roupa delas e sem maquiagem. "Fora da passarela, as meninas – como são carinhosamente chamadas pelos profissionais do meio – mostram estilos irreverentes, despojados e **femininos**".

11) Vitrine/moda (2 páginas)

Peças que usam pérola; Brilhos e drapeados em camisetas de malha.

12) Editorial de moda (16 páginas)

13) 101 idéias – moda (4 páginas)

14) Beleza/Antiidade (4 páginas)

Últimas novidades em cosméticos antirugas, novos ingredientes, peelings, preenchedores, acupuntura antiidade etc.

15) Jornal da Beleza (2 páginas)

Notas sobre produtos.

16) Beleza/prateleira (2 páginas)

Produtos (pele, cabelo e maquiagem).

17) Cigarro no espelho (3 páginas)

“Beleza roubada”. Os efeitos do cigarro na pele e no corpo. Os cuidados redobrados com a beleza, para quem fuma. Seis idéias para parar de fumar.

18) Estilo de vida/viagem (4 páginas)

“Montanhas sem fim”. Serras gaúchas e catarinenses.

19) Estilo de vida/consumo (2 páginas)

“Mamãe é ouro”. Produtos: presente dourado para as mães.

20) Estilo de vida/cozinha (2 páginas)

“Por dentro do crepe”. Receitas.

21) Horóscopo (2 páginas)

22) Onde encontrar/endereços (2 páginas)

23) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“O brilho da estrela”. Mulher tem sucesso na mesma profissão do marido e encontra resistências por parte dele. “Mas Regina, **como todas as mulheres do mundo, faz com desenvoltura trezentas coisas ao mesmo tempo**”.

Junho 2005

1) Boa Vida (5 páginas)

Rio de Janeiro e São Paulo (2 páginas); dia dos namorados (2 páginas); cultura (1 página).

2) Viagem/Vietnã (8 páginas)

“Em busca do tempo perdido”.

3) “A vida em quadrinhos” (6 páginas)

Entrevista com Ziraldo (um homem – o que é raro na revista); Ziraldo é inquieto, curioso, criativo. “Conta que sempre foi paparicado por nove tias, uma avó e uma supermãe mineira e acha que **por isso continua gostando de ser servido pelas mulheres. Mas não admite ser tachado de machista**”.

4) Qual o seu signo sexual? (8 páginas)

Quadro mostra em qual signo está o planeta Marte de cada um – da mulher e de seu parceiro, para saber qual o perfil erótico.

5) Relações perigosas (5 páginas)

“Meu chefe é um tirano”. Reportagem sobre assédio moral, com depoimentos de mulheres que passaram pela experiência – além do exemplo do livro *O diabo veste Prada*. Mini-entrevista com a psiquiatra francesa Marie-France Hirigoyen, autora do livro *Assédio moral: a violência perversa no cotidiano*.

6) Jogo da vida (6 páginas)

“Mentir é preciso”. Reportagem sobre a importância da mentira (e das verdades) no dia a dia e nas relações amorosas. Com depoimentos de pessoas que mentem. Especialistas ensinam a desmascarar mentirosos.

7) Perfil (3 páginas)

Angélica. “A apresentadora que vota à tela da Globo depois de ter dado à luz ao pequeno Joaquim está numa fase de **descobertas bem femininas**: como ser mãe, mulher e profissional ao mesmo tempo”; “Em pouco menos de um ano Angélica se apaixonou, engravidou e casou. De véu e grinalda, como sempre sonhara”.

8) Eu, leitora (3 páginas)

Como superei um estupro.

9) Vitrine/moda (4 páginas)

Lingerie e cachecol.

10) Editorial de moda (23 páginas)

11) 101 idéias (moda) (4 páginas)

12) Beleza/cabelos (4 páginas)

“O poder das máscaras”. Panorama de produtos para cabelos e dicas para hidratação.

13) Beleza/namorados (4 páginas)

Teste: qual o perfume dele.

14) Beleza/prateleira (2 páginas)

Vitrine de produtos com novidades em perfumes, batons e cosméticos.

15) Reta final (3 páginas)

“Os últimos 3 quilos”. Como é possível acelerar o passo na reta fina de um regime e perder os últimos quilos, sempre mais difíceis de ir embora.

16) Como é o amante nota 10? (3 páginas)

12 mulheres contam o que um homem deve fazer para que elas cheguem ao paraíso.

17) Estilo de vida/viagem (4 páginas)

“Além do horizonte”. Reportagem sobre São Francisco Xavier, interior de São Paulo, “novo reduto de gente bonita e descolada em busca de serra, sossego e água fresca”.

18) Estilo de vida/consumo (2 páginas)

Produtos para o dia dos namorados.

19) Estilo de vida/cozinha (4 páginas)

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“O acidente”. História de uma moça que encontra um antigo amor da adolescência no aeroporto de Buenos Aires. Os dois têm um caso de um dia e ele volta para a família.

Julho 2005

1) Boa vida (5 páginas)

Rio de Janeiro – moda, comida e cultura (1 página); São Paulo – decoração, bares, roupa e estética (1 página); Tema Chocolate – lojas em SP e estréia da refilmagem do *A fantástica fábrica de chocolates* (1 página); Tema Comer bem – restaurantes no RJ e SP, utensílios de cozinha e livros (*As mulheres francesas não engordam* e *Jamie Oliver – O chefe sem segredos*) (1 página); Tema Cultura – Espetáculo no RJ, CDs, livro e show (1 página).

2) Viagem (11 páginas)

São Francisco “Capital de diversidade”.

3) Entrevista com Ana Botafogo (6 páginas)

Temas discutidos: sucesso, competitividade, produtos lançados e a necessidade de não ser esquecida, vida confortável, popularização do balé, fofocas, família e carreira, mulher dependente e independente, casamento, não ter filhos, sexo, uso de aliança, corpo, personalidade do bailarino. “Não tenho tempo para fofoca. Entro no teatro, faço o meu trabalho e saio de cena”; “Quando estou em família, o meu “eu” fica livre de qualquer cerimônia”; A dança me tirava da minha dor, da minha tragédia. No palco, eu não podia chorar”; “Eu só vou fazer sexo quando e com quem eu amar muito, não com amigo”.

4) Homens confessam (6 páginas)

“Homens revelam o que sabem (ou não) sobre você”. 10 homens falam o que sabem sobre orgasmo feminino, prazer e vibrador, ponto G, o que as mulheres querem ouvir depois do sexo, auge da vida sexual feminina, preliminares, masturbação feminina, profundidade da vagina, fantasia erótica, discutir relação, TPM, primeiro encontro, sexo e casamento, gozo e penetração. Após cada pergunta, uma terapeuta sexual dá seu parecer e a “resposta correta”.

5) Reportagem sobre 10 anos de Fashion week (6 páginas)

6) “Laços de sangue” (5 páginas)

Irmãs falam sobre seu relacionamento – da rivalidade à cumplicidade e às diferenças.

7) “Ambição Loira” (3 páginas)

Perfil de Ana Hickman. Temas: talento empreendedor da **bela** modelo e apresentadora de TV, relacionamento amoroso, casamento, prêmio recebido “Jovem talento nos negócios”, sucesso, questões pessoais (fala sobre a casa dela e as especificidades, seu cão de estimação e seu Pooh de pelúcia), seus valores.

8) “O amor em julgamento” (4 páginas)

Filhos x pais. Histórias de pais que não deram afeto aos filhos e foram processados por isso.

9) Eu, leitora (5 páginas)

“Dediquei minha vida a crianças com paralisia cerebral”. Mulher **iluminada** montou, com o marido, uma creche para crianças com paralisia cerebral. Além dos três filhos de sangue, adotou 18 crianças; “Não sei se as crianças me viam como **mãe**, mas seus beijos eram minha maior recompensa”; “Quando a gente se deixa mover pelo **amor**, nenhuma situação parece difícil ou absurda”.

10) Vitrine/moda (5 páginas)

“Penruricalhos” (1 página); “Retro” (1 página); Tricôs, saias e botas (1 página); Mantôs estampados e coloridos (1 página); “Charme e equilíbrio” pela modelo Caroline Ribeiro (– roupas e acessórios (1 página).

11) Editorial de moda (15 páginas)

12) 101 idéias (moda) (6 páginas)

“O estilo de São Paulo”; “O Ritmo de Salvador”; “A bossa do Rio de Janeiro”.

13) Saúde e Beleza (15 páginas)

Cabelos (6 páginas); Maquiagens (2 páginas); Beleza pós-parto (5 páginas); Lançamentos de produtos de beleza (2 páginas).

14) “Paixão é pura química” (4 páginas)

Além do coração. As causas químicas de: atração, adultério, monogamia, amor e fidelidade. “Para unir o casal, a **seleção natural** tornou o sexo mais divertido”.

15) Hiperatividade. Teste: Você é DDA? (3 páginas)

Fala sobre o Transtorno de déficit de atenção. Ser “Fora dos padrões”. “Eu me sentia **inadequada** a maior parte do tempo. Dava mil voltas para chegar onde queria”; “Não há nada **melhor** do que uma **cabeça vazia**”.

16) Estilo de vida/viagem (2 páginas)

Reportagem sobre Trancoso – spa de luxo.

17) Estilo de vida/Consumo (2 páginas)

Poesia concreta – rendas e texturas em peças inusitadas.

18) Estilo de vida/Cozinha (2 páginas)

Receitas – Sanduíche criativo.

19) Horóscopo (2 páginas)

20) Endereços (2 páginas)

21) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Decifra-me ou devoro-te”. “Silvinha estava se sentindo mais vulnerável do que namorada de jogador de futebol”. Os homens só queriam sexo e ela queria um relacionamento sério. O problema da personagem é ser “muito gostosa”. “Sua bunda é perfeita, suas pernas deviam ser proibidas e não se anda por aí com uma boca como a sua sem causar abalos sísmicos. Você atíça a fantasia dos homens. Para eles, **você é uma boneca inflável**”. A solução: ela deveria se convencer de que não é para casar e mudou de atitude. Passou a se divertir com os homens.

Agosto 2005

1) Boa vida (4 páginas)

Rio – moda, restaurante, cultura e decoração (1 página); São Paulo – restaurantes, roupa e decoração (1 página); Tema Brechós – lojas em SP e RJ (1 página); Tema Cultura – exposição em SP, livros e CDs (1 página).

2) Beleza (4 páginas)

Lançamentos – cremes, colônias, gels etc. (1 página); produtos (1 página); entrevista com o presidente da Sociedade Brasileira de Medicina Estética. Temas: como amenizar celulite, gordura localizada, flacidez corporal (1 página); perfumes (1 página).

3) Viagem (11 páginas)

Buenos Aires “Muito além do tango”.

4) “Brasileirinha” (4 páginas)

Entrevista com Daiane dos Santos. **Menina** moleque quer ser vista como **mulher** pé no chão.

Temas: baladas, homens (cantadas, tipo ideal), **apaixonar-se**, planos de **casamento** e filhos, sexo, ficadas, primeira vez, posar nua, corpo, fama, competição e rivalidade com colegas, relação com o pai, sucesso, sonho de consumo, ambição, racismo e preconceito. “Perdi a virgindade aos 20 anos. Não tinha tempo de namorar. Demorou também por uma questão de encontrar a **pessoa certa**”; “Deveria ter uma pena mais severa para o crime de preconceito no Brasil. Meu sonho é que, um dia, as pessoas se tratem como **iguais**”.

5) Amante profissional (6 páginas)

“Eu transei com um garoto de programa”. Quatro mulheres contam sobre suas experiências com garotos de programas. “Descobri o **segredo** para ter mais **prazer**”; “fui só me **divertir**, mas acabei me **apaixonando**”; “**Ele era forte** e não tinha pressa de gozar”; “Ele transava com homens também. Isso eu não suportei”; “A **transa** foi **mecânica** e me senti muito mal”; “Paguei R\$200 e ainda tive que tomar a iniciativa”; “Tive coragem e vivi a experiência que **toda mulher** quer ter”; “Me senti **segura**”.

6) Matéria de capa: “De cabeça feita” (3 páginas)

Entrevista com Mariana Ximenes. Menina de **família**, **equilibra** vaidade, fama e trabalho.

Temas: Pessoas que ama – Pedro (namorado), avó, lugares onde se sente bem, poesia Mario Quintana, família, terapia, amizade, casamento, filhos, futuro, vaidade, novela. “Eu gostaria muito de saber envelhecer. Hoje existe um culto exacerbado à vaidade. Todo mundo malha, faz plástica, põe botox. Minha **felicidade não está aí**”.

7) Reportagem “Mulheres do mundo” (6 páginas)

História de mulheres da Índia que com a ajuda de dois guias espirituais mudam sua vida. “Há mais de 50 anos, Amma e Appa trabalham para os que não tem nada”; “Com um pedaço de terra e uma vaca, mulheres carentes mudam suas vidas”.

8) “De pai para filha” (6 páginas)

Quatro histórias de relacionamento entre pai e filha. Substituição do modelo de pai autoritário pelo cúmplice e amigo. “O primeiro homem da vida de uma mulher é o pai”.

9) Antes de amanhecer – Cenas da madrugada (5 páginas)

“Madrugadores voluntários” e aqueles que curtem a madrugada por conta do trabalho.

“Daiane aproveita as primeiras horas da manhã para sonhar com o **dia de seu casamento**” – ela e o namorado namoram a caminho do trabalho, no ônibus e no trem; Stripper e garota de programa: “Érika quer entrar para o **mundo artístico** e acredita que a noite vai ajudar na realização de seu **sonho**”.

10) Eu, leitor (5 páginas)

“Sofri muito para conquistar a guarda do meu filho”. Homem que cuida de seu filho “**como uma mãe**” – “Tenho **capacidade e sensibilidade** para criar uma criança”.

Defende os direitos dos homens em terem a guarda dos filhos. “Acredito que Selma **gostava** de mim, mas **não sabia expressar**. Ela **tinha sido abandonada** por vários namorados. Por pavor de ser **rejeitada**, deixava a **raiva** comandar”; “Com meu filho nos braços, senti que ia começar uma nova vida, agora de alma lavada”; “Na festa do dia das mães, na escolhinha, eu era o único pai mandando beijinhos”.

11) Vitrine/moda (5 páginas)

Jornal da moda (2 páginas); Vitrine – 10 peças em 10 versões (2 páginas); Cor: laranja – acessórios (1 página).

12) Editorial de moda (13 páginas)

13) 101 idéias (moda) (4 páginas)

14) Saúde e Beleza (12 páginas)

Boca – lábios sensuais (4 páginas); Programa para entrar em forma (4 páginas); Produtos para combater rugas (4 páginas).

15) “Cerimônia de Amor” (2 páginas)

Etiqueta sexual. Regras de um manual para vida a dois: limites, reciprocidade e performance. Dez momentos delicados do ritual de todo começo de namoro.

16) “Santo remédio” (4 páginas)

Alimentação para combater insônia, TPM, estresse e a falta de desejo.

17) Estilo de vida/viagem (2 páginas)

Reportagem sobre Angra dos Reis e Paraty – como alugar um veleiro.

18) Estilo de vida/Consumo (2 páginas)

Dicas de presentes para o dia dos pais.

19) Estilo de vida/Cozinha (2 páginas)

Receitas – peixe.

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Orgasmo em cartaz”. Três mulheres conversam sobre orgasmo feminino visto pela “sétima arte”: a rapidez com que as mulheres atingem o orgasmo no cinema. Uma delas fingia orgasmos quando via que “o cara não levava jeito”. Outra acha estúpido mentir. “Simulação de orgasmo é uma atitude hipócrita e politicamente incorreta”. Na sua opinião, as mulheres não podem compactuar com a “**ignorância e o egoísmo dos homens**, que, invariavelmente, estão mais preocupados em dar prazer a si mesmos”. Convergência entre as amigas: “é fácil enganar o **sexo forte**”. Conclusão: os homens “estão se lixando para o que acontece com seu **objeto de prazer**”. As amigas decidiram mudar de atitude e “dizer que o rei está nu”.

Setembro de 2005

1) Boa vida (5 páginas)

São Paulo – decoração, acessórios e gastronomia (1 página); Rio – decoração, gastronomia e moda (1 página); Tema Black música, arte e moda em SP, e badala no RJ (1 página); Tema Frutas – Canetas, moda praia e cremes em SP e gastronomia no RJ (1 página); Tema Mix – estréia de documentário Doutores de alegria; SP, BH, Brasília e Recife – Viagem, e “Geladeira Fashion” (1 página).

2) Beleza (4 páginas)

Lançamentos – cremes, colônias, kajal, baton etc. (1 página); “Estilo” Produtos (1 página); “Jornal da beleza”, com vitrine de produtos (1 página); Entrevista com especialista: “Os segredos da juventude” sobre eficácia de cosméticos, plástica, biotecnologia etc (1 página).

3) Viagem (12 páginas)

“Berlin de cara nova”.

4) “Idéias em cena” (6 páginas)

Entrevista com a filósofa Márcia Tiburi. O pensar que se transforma em remédio para as dores da cabeça e do coração. Temas: encanto da filosofia, utilidade da filosofia, discurso x prática, ciúme, “boom filosófico”, **ser culto e arrumar namorado** mais fácil, fascínio pela vida alheia, felicidade, CPIs, posição da mulher na história, beleza e inteligência, aparência, reflexão e relacionamento amoroso, ética no amor, ética e cotidiano, infidelidade, amor romântico, o programa “Saia justa”.

5) “Qual é a sua fantasia sexual mais excitante?” (6 páginas)

Homens confessam. 100 homens de diferentes estados civis respondem à pergunta. “Na cabeça da maioria, o que há de mais erótico é transar com duas mulheres ou em lugares públicos. O dado mais surpreendente é que alguns colocaram no plano da fantasia o desejo de unir o sexo ao amor...”. “Um **novo tipo de homem** surgindo”.

6) “Brasil: o que o mundo pensa de nós?” (5 páginas)

Estereótipos: terra do pandeiro carnaval, e futebol; conversa com jornalistas internacionais; criação de anúncios para vender o país.

7) “As meninas da esquina” (6 páginas)

Sobre a exploração infanto-juvenil brasileira, baseado no livro *As meninas da esquina*.

8) “Sem medo de dizer que não” (5 páginas).

Três histórias de mulheres que aprenderam a dizer “não” e se libertaram. “Recusei um emprego fantástico”; “vivia estressada, com sono, sem tempo para meu filho. Precisei ter muita coragem para dizer não ao trabalho e para manter minha decisão”; “Abri mão de um **amor perfeito** e não me arrependi”;

9) “Com pressa de ser feliz” (3 páginas)

Perfil de Isabeli Fontana. Retrutada como sendo uma modelo corajosa e obstinada; ainda muito inocente; teve uma maturidade precoce; paixão pelo filho.

10) Eu, leitora (4 páginas)

“Abri mão de um amor pela felicidade da minha filha”. Mãe e filha se apaixonam pelo mesmo homem. “Eu contava tudo para minha filha sobre meu novo namorado e ela parecia feliz por mim. Lucas via fotos dela e dizia que éramos iguais. Um dia, ao telefone, ela disse a ele para cuidar de mim. Achai uma graça”; “Quando penso que eu e minha filha

transamos com o mesmo homem, ainda me apavoro. Soa estranho para os outros saber que agora sou sogra de meu ex-namorado. Em casa, esse assunto é intocável”.

11) Vitrine/moda (4 páginas)

Da passarela para as ruas: calças, vestidos, bermudas e longos.

12) Editorial de moda (17 páginas)

13) 101 idéias (moda) (4 páginas)

14) Saúde e Beleza (15 páginas)

Operação bumbum – estratégias para ter bumbum firme (4 de matéria e 1 de produtos); Crespos sob controle (2 de matéria e 2 de produtos). O tom do verão – tendência de maquiagem (6 páginas).

15) “A ordem é desacelerar” (4 páginas)

“Como mudar o ritmo para colocar a vida num novo compasso”. No trabalho, na beleza, na cabeça, à mesa, na cama.

16) Jornal da dieta (2 páginas)

Alimentação – chá, tabela de calorias e “o poder do tomate”.

17) Nutrição – bactérias no prato (1 página)

Bons micróbios – iogurtes e leites.

18) Estilo de vida/viagem (4 páginas)

Reportagem sobre Belém. “Capital da Floresta”.

19) Estilo de vida/Consumo (2 páginas)

Objetos floridos.

20) Estilo de vida/Cozinha (2 páginas)

Flores no prato.

21) Horóscopo (2 páginas)

22) Endereços (2 páginas)

23) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página).

“Pacto do amor”. Mulher na “**famosa** crise dos 40”. Revê os efeitos que a liberdade sexual causou em sua vida emocional. Três casamentos desfeitos e uma filha cheia de tabus. Conclusão de que naquele momento de sua vida sexo livre não era mais uma libertação, mas uma agressão aos seus sentimentos e auto-estima. Resolveu mudar de postura, mas acabou descobrindo que gosta de homens cafajestes e de sexo pelo sexo.

Outubro de 2005

1) Boa vida (5 páginas)

Rio – restaurantes, acessório, SPA e passeio (1 página); São Paulo – entretenimento (circo), livraria, acessórios e gastronomia (1 página); Tema Mix – Bijuteria, moda, lingerie e design (1 página); Tema Kids – relógio, programas legais, moda para bebês e guloseimas (1 página); Tema Cultura – exposição “O sexo na arte” em SP, livros e CDs (1 página).

2) Beleza (4 páginas)

Banho & cia – produtos diversos (1 página); Pergunte ao especialista – “Rosto remodelado”: o melhor preenchedor (1 página); “A nova cara do blush” – dicas para aplicá-lo de modo a **criar um rosto mais sexy** (2 páginas).

3) Viagem (11 páginas)

Espanha. “Praia com história”.

4) “Pescador de ilusões” (6 páginas)

Entrevista com Marcello Antony. Seu novo personagem é parecido com ele mesmo? “Um ser humano complexo e cheio de inquietudes”. Temas: carreira, família, dinheiro, educação, estilo de vida, realização profissional, sensacionalismo, aparências, diferença entre sexo e amor, fidelidade, metrosssexuais, religião, quedas e “renascimento”, filhos. “Não recuso o meu papel de galã. Mas acho o vilão muito mais interessante”. “Marcello e sua mulher, Mônica Torres: uma **relação sólida** que já dura nove anos”; “Filhos do coração”.

5) “Teste-drive, debaixo dos lençóis” (5 páginas)

Três casais escolhem e testam artigos eróticos. Importante: manter a rotina longe da cama.

6) “Essa mulher pode comprar tudo que quiser... menos a sua liberdade” (5 páginas)

Reportagem sobre as mulheres da Arábia Saudita. “São as mais oprimidas do mundo?” “As mulheres podem **fazer compras** nos shoppings só no período da manhã”; “Pelas regras sauditas, **toda mulher precisa de um guardião**. Pode ser o pai, o marido, o filho”; “Elas dependem de autorização masculina até para se consultar com um médico”. O outro com o qual não se quer identificação.

7) “Me engana que eu gosto” (5 páginas)

Enquete inspirada no livro *Ele simplesmente não está a fim de você*. Homens revelam porque somem e mulheres contam como percebem que é melhor partir pra outra.

Homens:

“Sumi porque achei que ela estava com muita pressa de se envolver”; “Prefiro deixar claro quando não quero uma relação”; “Só dou um basta se a mulher está cobrando demais”; “Se passo uma semana sem ligar, é sinal de que não estou a fim”; “Ligo menos, não retorno e-mails ou digo que estou ocupado”.

Mulheres:

“Ele queria um tempo, dizia que era bom sentir saudades”; “As transas eram ótimas, mas ele me pedia para esquecer”; “Descobri que ele estava com três mulheres ao mesmo tempo”; “Ele me convidou para jantar e nunca mais apareceu”; “Encontrei coisas de outra mulher no carro dele”.

8) Matéria da capa “De bem com o espelho” (2 páginas)

Daniela Escobar. Atuação carismática na novela; veio ao mundo para brilhar; fala sobre sua personagem, seus gostos pessoais, o ex-marido e o filho. “Eu não queria uma **vida morna**, muito menos um **amor destruído**”.

9) “Os segredos dos homens” (5 páginas)

Homens que sustentam uma vida dupla sem que ninguém perceba. Nesta reportagem eles contam como fazem isso. Vícios secretos – pornografia na internet: “As mulheres das fotos me excitam muito. Vejo sites pornô todos os dias, escondido”; Pronto para o crime: “Ninguém desconfia: passei 12 anos envolvido com drogas, e oito deles no tráfico”;

Família paralela: “Mantive uma amante e dois filhos fora do casamento por oito anos. Minha esposa descobriu”.

10) “Marcas no corpo” (6 páginas)

Espelho meu. Três mulheres que enfrentaram as dores de acidente de carro, queimadura e câncer de mama e aprenderam a **mostrar seu corpo novamente a um homem**.

Redescoberta da vaidade/uma nova sensualidade/superação. “Na primeira vez em que ficamos juntos, foi muito difícil para nós dois. Meu marido me acariciou e foi gentil. Mas tudo é recente demais”; “Aprendi muito com as mulheres do grupo de apoio. Cada uma tinha inventado o seu jeito de continuar tendo uma vida sexual ativa”.

11) Eu, leitora (4 páginas)

“Sou médica e vivo uma história de amor com um caçara”. Mulher se apaixona por um homem de nível social e cultural inferior ao seu e desafia as diferenças. “Depois de muitos beijos ardentes, eu me entreguei e foi surpreendente. Ele tinha um jeito diferente de pegar”; “Um dia, antes de dormir, senti uma alegria imensa. De repente me dei conta de que, naquele dia tinha subido numa árvore, nadado no rio com Carlos, comido mamão direto do pé, e **me sentia uma princesa**”.

12) Vitrine/moda (5 páginas)

Chão de estrelas – chinelos com pedrinhas brilhantes (1 página); Mina de outro – bolsas, sapatos e cintos dourados (1 página); Voando alto – óculos escuros (1 página); Arabesco – roupas com renda de algodão (1 página); Neo hippie (1 página).

13) Editorial de moda (17 páginas)

14) 101 idéias (moda) (4 páginas)

15) Beleza/lançamentos (8 páginas)

“O que há de novo?” Novidades para corpo, rosto e pele (produtos).

16) Beleza/corpo (4 páginas)

“Biquíni à vista”. Especial barriga. Massagens, exercícios, produtos.

17) Saúde/digestão (4 páginas)

“A linguagem do ventre”. Especial Barriga. Cuidados com alimentação para o bom funcionamento do sistema digestivo.

18) Estilo de vida/viagem (2 páginas)

Reportagem sobre o vale do vinho, na Austrália.

19) Estilo de vida/Consumo (2 páginas)

Tons pastéis.

20) Estilo de vida/Cozinha (2 páginas)

Tudo verde – receitas.

21) Horóscopo (2 páginas)

22) Endereços (2 páginas)

23) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Ecologicamente correta”. Uma mulher “workaholic” tira férias em uma praia deserta e encontra um homem lindo. Iniciou-se um “tórrido romance” mas ela teve de voltar para São Paulo. Continuou se correspondendo com o “amado” e resolveu trazê-lo a sua cidade. A magia acabou e a personagem percebeu que “tirar o cara o habitat destrói a paixão”. “Romances de fauna e flora locais devem ser preservados e jamais retirados do seu ecossistema”.

Novembro de 2005

1) Boa vida (4 páginas)

São Paulo – moda, gastronomia, design (1 página); Rio – jóia, bar e design (1 página); Temas Curiosos – artes e biscoitos personalizados em SP, e malhar no ônibus no RJ (1 página); Tema Nostalgia – moda, filme e eletrodomésticos novos com cara de antigos (1 página).

2) Beleza (3 páginas)

Jornal da Beleza – cosméticos diversos (1 página); A escolha da editora – perfumes, secador, baton, esmalte e sombras (1 página); A escolha da editora – moda – tudo azul (1 página).

3) Sexo & amor (2 páginas)

Conversa com Flávio Gikovate. A partir dessa edição o médico psiquiatra e psicanalista vai responder as dúvidas das leitoras sobre vida sexual, família e relacionamentos. “As escolhas erradas poderiam ser evitadas se as pessoas olhassem para si e para o outro”. Dúvida de uma leitora – “Como devo agir quando meu marido não consegue manter a ereção?”

4) “O que eu amo no **corpo** dela” (10 páginas)

Seis casais apaixonados “mostram que onde há desejo, há beleza”. “Se Tatiana está com o cabelo ressecado comento; não é crítica, mas cuidado”; “Leca é mutante. Eu tenho várias mulheres em uma”; “A Alexia é magrinha, mas tem o bumbum feito sob medida”; “Depois de três filhos, o corpo de Rosane ficou menos definido e mais feminino”; “A sensualidade da Andréa é discreta, até hoje ela esconde os seios quando se troca na minha frente. É uma reserva que me atrai”; “A nuca e o ventre são os pontos que mais gosto. Adoro quando ela levanta os cabelos e mostra o pescoço para eu morder”; “O corpo ilustrado de Mariana me emociona mais do que um peito durinho”; “Quando conheci a Leca, tinha imagem de uma menina intocável e superlouca, mas ela se revelou uma pessoa doce”; “Alexia tinha vergonha de uma cicatriz e até hoje não se acha uma pessoa tão bonita quanto é. Eu é que preciso dizer a ela”; “Me amarrei nas pintinhas dela: uma no seio e outra na virilha. Ela tem vários sinais espalhados pelo corpo. Um vez contei 34”; “A Mari tem poucas rugas, mas gosto delas. Amo a barriguinha e cicatrizes porque conheço a história desse corpo”.

5) “Talento sem fronteiras” (5 páginas)

Entrevista com Vera Holtz. Mulher do mundo sem nunca ter abandonado suas raízes. Temas discutidos: ser atriz fora dos padrões de beleza, sexo num tempo em que não havia medo da AIDS, relação com o pai, filhos, preconceito, rejeição, escolha de amigos e parceiros, mudanças de cidade aos 22 anos, relação entre suas experiências emocionais e sua profissão, intimidades expostas nas revistas, namorado, menopausa, depressão, hábitos, medos, perdas. “A sociedade não suporta a idéia de uma mulher sozinha e bem-sucedida porque ela se torna uma ameaça para o parceiro e as outras mulheres”; “O Brasil tem muitos atores esquecidos. Eu poderia ser um deles. Não obedecia a padrões de beleza e, mesmo com sotaque, estou aqui”.

- 6) “Me libertei de um amor obsessivo” (5 páginas)
Mulheres contam como se libertaram de relações marcadas pela submissão.
- 7) Swing – sexo sem limites (5 páginas)
“A velha troca de casais parece mesmo estar ultrapassada – foi substituída pelo voyerismo e pelo exibicionismo”; “Não se vê gays, mas muitas mulheres que gostam de transar com outras mulheres”; “Esses redutos do sexo estão atraindo cada vez mais o público feminino”.
- 8) Ainda é tempo – “30 coisas para fazer antes dos 30” (5 páginas)
Ou a mulher faz as coisas que mandam a reportagem ou “carregue para sempre um **histórico morno de vida**”.
- 9) Mulheres do Mundo. “Nada nessas mulheres é real” (5 páginas)
Mulheres na China que fazem plástica para arrumar emprego e maridos ricos. Concurso “Miss cirurgia plástica”.
- 10) “Mocinha só na novela” (2 páginas)
Perfil de Alinne Moraes. Observadora, delicada e sensível; quem é, em casa, por trás das aparências e o jeito de viver; “uma atriz tem que conhecer os próprios demônios”.
- 11) Eu, leitora (4 páginas)
“Convivi durante oito anos com refugiados vítimas de tortura”. Mulher jornalista, depois de crise profissional, muda-se de cidade e trabalha em ONG apoiando vítimas de tortura. “Qualquer dificuldade, por mais terrível que seja, pode ser superada”; “Depois do atentado de 11 de setembro senti que todo o poder que eu achava que tinha não servia para nada. A violência era muito maior do que tudo que eu podia fazer”; “Acredito que mesmo as piores experiências vêm para nos desafiar a sermos mais fortes e íntegros. Faz bem sair do papel de vítima e agir como a força de um sobrevivente”.
- 12) Vitrine/moda (4 páginas)
Rainha do mar – detalhes de corais, estrelas e conchas nos acessórios (1 página); Mar de esmeralda – roupas e acessórios (1 página); Moldura – óculos escuros (1 página); Estilo de modelo Carolina Trentini – a nova sensação do mundo das modelos. O que ela gosta de usar no dia-a-dia (1 página).
- 13) Editorial de moda (15 páginas)
- 14) 101 idéias (moda) (4 páginas)
- 15) Saúde e Beleza (12 páginas)
Nova escova progressiva (3 páginas); Depilação (5 páginas); Corpo – Pernas de fora (4 páginas)
- 16) Lançamentos de beleza (2 páginas)
- 17) Freud Explica. “Dez mitos da psicanálise” (4 páginas)
- 18) Dieta expressa (2 páginas)
Para quem vive na correria e mesmo assim quer se alimentar bem.

19) Estilo de vida/viagem (3 páginas)

Reportagem sobre a Ilha de Páscoa.

20) Estilo de vida/Consumo (2 páginas)

Coffe break. Utensílios para a hora do café.

21) Estilo de vida/Cozinha (2 páginas)

Café com tempero – receitas.

22) Horóscopo (2 páginas)

23) Endereços (2 páginas)

24) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Em alto e bom som”. Amiga, que não era de despertar paixões, empresta apartamento a outra para encontro com amante, e devido aos gritos fica famosa do prédio e se aproveita da fama.

Dezembro de 2005

1) Boa vida (4 páginas)

Rio – bar, decoração, passeio e bijoux (1 página); São Paulo – loja de arte, restaurante, bijoux e exposição de fotos (1 página); BH – artesanato, restaurante, hotel (1 página); Tema Nostalgia – Moda, filme e eletrodomésticos novos com cara de antigos (1 página).

2) Escolha da editora – moda – tudo rosa (1 página)

3) Beleza (2 páginas)

A escolha da editora – objetos de desejo (1 página); Jornal da beleza – produtos (1 página).

4) Sexo & amor (1 página)

Conversa com Flávio Gikovate. Dúvida de uma leitora: “Como posso dizer ao meu namorado que não consigo ter orgasmos apenas com a penetração?”

5) Viagem (10 páginas)

Lisboa Revisitada.

6) “Adeus ano velho, Feliz ano-novo” (5 páginas)

Famosos respondem a 10 perguntas sobre o que passou e o que está por vir em 2006.

7) É verão (6 páginas)

Tendências (drinques, praias, roupas...)

8) O que essas mulheres vêem (5 páginas)

Fotógrafas que se dedicam a contar histórias chocantes de mulheres do mundo. Paquistão, Sudão, Guiné Bissau, Sri Lanka, Nicarágua, Iraque. “Os conflitos em Darfur, no Sudão, deixam aldeias inteiras arrasadas e muitas vidas perdidas. As maiores vítimas são as mulheres, que foram mortas, estupradas ou transformadas em escravas sexuais”; “Envoltas em suas vestes negras, iraquianas se ocupam de uma tarefa frenética: pegar em armas para combater o invasor americano”.

9) “Fiquei com uma mulher” (4 páginas)

Mulheres heterossexuais que experimentaram sexo com mulheres – mataram a curiosidade e descobriram formas de seduzir o parceiro. “Meu namorado morreu de ciúme”; “Matei a curiosidade e faria de novo, mas ainda prefiro os homens”; “Queria transar com a Madonna”; “Uma vez só bastou: nenhuma de nós voltou a transar com outra mulher”; “Nós duas ficamos constrangidas”; “Não achei graça em ficar com alguém do mesmo sexo”.

10) “Momentos de Glória” (3 páginas)

Perfil de Glória Pires. Vida surpreendente que se confunde com a história da TV brasileira. Mulher, mãe e esposa; reportagem sobre seus papéis.

11) Cupido a postos “Como vocês se conheceram?” (5 páginas)

22 casais contam onde e como se conheceram.

12) Eu, leitora (4 páginas)

“Um cartão de Natal trouxe de volta meu primeiro amor”. Depois de 20 anos, mulher envia um cartão de Natal ao rapaz que não via desde os 18 anos. Isso faz com que se reencontrem e a paixão reacenda. “Uma prima maldosa de Roberto me disse que eu era tola, que ele ia se casar com outra. Eu me senti a última das mulheres e, transtornada de raiva, deixei de responder às cartas dele”; “Como Roberto tinha perdido a aliança do nosso primeiro noivado, derretemos a minha que era bem grossa, e fizemos duas fininhas, agora com nossos nomes gravados para sempre”.

13) Vitrine/moda (5 páginas)

Ouro Verde – colares, bolsas, broches, sandália (1 página); Pedestal – Sandálias de salto (1 página); Moda praia – biquínis (2 páginas); Top hits – acessórios (1 página).

14) Editorial de moda (15 páginas)

15) 101 idéias (moda) (4 páginas)

16) Saúde e Beleza (9 páginas)

Bastidores de uma festa (6 páginas); Aromas e estilos – conhecer um homem pelo seu perfume – antenado, urbano, sofisticado, romântico, casual (3 páginas).

17) Lançamentos de beleza (2 páginas)

18) Tempo bom – idéias contra o desânimo (3 páginas)

15 medidas de emergências para espantar o clima de melancolia e afastar o baixo-astral.

19) De olho neles – Homens na Cama (3 páginas)

O que pode estimular e atrapalhar o desempenho do homem na hora do sexo.

20) Estilo de vida/viagem (3 páginas)

Reportagem sobre Grécia, Croácia e Itália.

21) Estilo de vida/Consumo (6 páginas)

Presentes de R\$ 5 a R\$ 150.

22) Estilo de vida/Cozinha (4 páginas)

O novo gosto de Natal.

23) Horóscopo (2 páginas)

24) Endereços (3 páginas)

25) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“O casamento de Daniela”. Mulher chora no casamento da filha, mais do que por emoção, pelo que ela acredita, do teatro que ali se passava – ela tinha um “olhar crítico sobre a humanidade”. No final do casamento, chega à conclusão de que na idade da filha se acredita que a felicidade está fora de si e deve ser buscada, mas na idade dela, da mãe, já se sabe que é algo que deve ser descoberta dentro de si.

Janeiro de 2006

1) Boa vida (3 páginas)

Dicas de restaurantes, baladas, lojas, exposições nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, além de espaço para dicas de livros, filmes, CDs.

2) Escolha da editora/beleza (2 páginas)

Dicas de produtos de beleza, como lápis, bases, perfumes, batons, etc (1 página); “Pergunte ao um especialista”: Quais os segredos da corrida (1 página).

3) Escolha da editora/moda (1 página)

Peças para compor um look, como camisetas, casacos, sapato, bolsa, vestido.

4) Sexo & amor (1 página)

Conversa com Flávio Gikovate. O psiquiatra e psicoterapeuta responde dúvidas das leitoras relacionadas a sexo e relações amorosas.

5) Cartão postal (8 páginas)

10 destinos de sonho: 10 personalidades dão suas dicas de viagem.

6) Entrevista com Lázaro Ramos (6 páginas)

O ator fala sobre a sua infância, sobre a carreira, sobre racismo e sobre o assédio das fãs. Mas se esquivava das perguntas relacionadas ao seu casamento com a atriz Thaís Araújo.

7) Palavra de especialista (5 páginas)

Quatro profissionais falam como tratam, em sua vida pessoal, os assuntos de que são especialistas e dão dicas sobre suas especialidades: a editora de moda Érika Palomino, a dermatologista Lígia Kogos, a maquiadora Bettina Schütze e a chef Neka Menna Barreto.

8) Agora vai (3 páginas)

Matéria sobre as listas para o ano novo, baseada no livro *Você quer mesmo o que deseja* do psicanalista Jorge Forbes. **A matéria defende que é muito difícil as mulheres cumprirem as listas, pois, normalmente, são coisas que devem ser feitas não por desejos delas, mas somente para se encaixarem em um padrão social.** Por exemplo: “vou fazer academia duas vezes por semana ou vou perder 8 kilos”. A sugestão são as listas utópicas, que servem para estimular a ousadia e a vontade de se alcançar os maiores desejos.

9) Infância roubada (5 páginas)

Quatro mulheres violentadas sexualmente por parentes na infância dão seus depoimentos e falam como superaram a dor.

10) Mentira na cama – orgasmo falso ou verdadeiro? (4 páginas)
Homens e mulheres dão seus depoimentos sobre o fingimento do orgasmo.

11) Horóscopo anual (7 páginas)
Previsões para 2006.

12) Perfil – Fernanda Lima (1 página)
Perfil da modelo, enfatizando sua recente carreira como atriz.

13) Eu, leitora (4 páginas)
“Ganhei na loteria com um único bilhete”. História de uma psicóloga que foi à Espanha, terra de seus ancestrais, para conhecer a única tia e ganhou na loteria. A história é repleta de coincidências, pois a tia, que tem o mesmo nome que ela, também havia ganhado na loteria no passado. Ressalta a força de vontade da personagem da história; Ressalta **o lado sensitivo da mulher**, que sempre soube que ganharia na loteria.

14) Vitrine moda (4 páginas)

15) Editorial de moda (18 páginas)

16) Editorial de beleza (10 páginas)
Proteção solar e cabelos.

17) Idéia fixa (4 páginas)
Homens e mulheres respondem à pergunta: “Você pensa muito em sexo?”

18) Dieta sob medida (3 páginas)

19) Estilo de vida (5 páginas)
Consumo: acessórios de cozinha para o verão (3 páginas); Cozinha: receitas para o verão (2 páginas).

20) Horóscopo mensal (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)
“A monstra”. História de uma mulher que, após ter passado um fim-de-semana amoroso com um cara, fica completamente perdida quando não recebe a prometida ligação. Não se conforma com essa história de “ficar” e desconta o mau-humor em todos ao seu redor.

Fevereiro de 2006

1) Boa vida (3 páginas)
Dicas de restaurantes, baladas, lojas, exposições nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro (2 páginas); seriados de TV (1 página).

2) Escolha da editora/beleza (2 páginas)

Pergunte ao um especialista: fascínio invisível, sobre os segredos da perfumaria (1 página);
Dicas de produtos de beleza, como lápis, bases, perfumes, batons, etc (1 página).

3) Sexo & amor (1 página)

Conversa com Flávio Gikovate. O psiquiatra e psicoterapeuta responde dúvidas das leitoras relacionadas a sexo e relações amorosas.

4) Viagem (8 páginas)

Cabo Verde.

5) “Sonho meu” (6 páginas)

Entrevista com dona Ivone Lara. A rainha do samba fala sobre sua infância, sobre o tempo em que foi enfermeira e assistente social. Ela fala de **casamento** e **amor** e diz que **na vida só se vive isso uma vez**. Fala sobre sua carreira e sobre o samba. Mostra a **mulher independente**: nunca dependeu de tios depois que os pais morreram e nem do marido, quando casou. Mostra a **mulher forte**: segurou a barra sozinha quando o filho ficou em coma ou quando o marido morreu. Foi à luta para poder cantar, enfrentando preconceitos. “Órfã de pai e mãe, ela passou num concurso, escapou da sina dos pobres, ficou viúva e fez carreira no serviço público por uma vida inteira antes de ‘virar artista’, rodar o mundo e ser reconhecida como dama do samba”.

6) Homem com H (4 páginas)

Entrevista com a norte-americana Marian Salzman, umas das maiores analistas mundiais de comportamento. Ela aborda os novos tipos de homens: metrossexuais e übersexuais. A especialista explica que a mudança no comportamento se deu pelo fato de **as mulheres, com o feminismo, se tornarem cada vez mais independentes do sexo masculino**. Nesse momento, os homens não sabiam mais que lugar ocupar nas relações e passaram a **redefinir o conceito de masculinidade**.

“MC: Essa revolução da masculinidade é boa para as mulheres ou eles vão dar o troco por tudo o que sofreram com as feministas? MS: Acredito que será uma mudança favorável. As **mulheres voltarão** a ser mais **femininas** e os **homens**, mais **masculinos**. Haverá uma atmosfera mais sensual entre os sexos, pois as relações serão baseadas na igualdade e não na disputa. Ao que tudo indica, os papéis serão definidos pelas **afinidades** e não pelo **fato de ter nascido homem ou mulher**”

7) A vida no espelho (7 páginas)

“Beleza no Cárcere”. Matéria sobre o concurso de beleza que acontece entre as penitenciárias brasileiras. Apesar de serem condenadas, o texto ressalta que essas mulheres ainda possuem a preocupação com a beleza, mesmo dentro das celas. Se preocupar com a estética é o que diferencia umas das outras. A diferença está no cuidado que cada uma tem por si própria. “É a forma que encontram de se **auto-afirmarem como seres humanos**.”; “Atrás das grades, boa aparência também é fundamental”

8) Cenas de ciúme (4 páginas)

Três mulheres dão depoimentos sobre o ciúme em relação às “ex-mulheres” deles.

9) “Beleza pura” (1 página)

Perfil de Fernanda Tavares. A modelo é uma das mais bem pagas do mundo. Mostra o lado “desencanada” de Fernanda, e ressalta seu jeito moleca.

10) Melhor amigo do homem (4 páginas)

Três histórias de pessoas, cujos cãezinhos de estimação fizeram diferença em suas vidas.

11) Eu, leitor (4 páginas)

“Sou doador de sêmen”. História de um engenheiro civil que é doador de sêmen.

12) Vitrine moda (4 páginas)

13) Editorial de moda (21 páginas)

14) Editorial de beleza (12 páginas)

“Frescuras de verão”. Produtos para pele, cabelos e maquiagem no verão (8 páginas);

Matéria: “Abra os olhos” maquiagem para os olhos (4 páginas).

15) Namoros de verão (2 páginas)

Sete dicas para evitar DSTs.

16) Treino de memória (4 páginas)

Exercícios para trabalhar a memória.

17) Estilo de vida (7 páginas)

Viagem: seis praias brasileiras e seus novos hotéis (5 páginas); Consumo: acessórios de bolinhas (2 páginas).

18) Horóscopo (2 páginas)

19) Endereços (2 páginas)

20) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“A arte imita a vida”. História de uma mulher que, apaixonada, vive como amante, sempre esperando o momento que o **seu homem** irá deixar a mulher.

Março de 2006

1) Boa vida (3 páginas)

Dicas de restaurantes, baladas, lojas, exposições nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro (2 páginas); sobre a moda retrô (1 página).

2) Escolha da editora/beleza (2 páginas)

“Pergunte ao especialista”: acupuntura e estética (1 página); Dicas de produtos de beleza, como lápis, bases, perfumes, batons, etc (1 página).

3) Viagem (7 páginas)

Matéria sobre a vida na Coréia do Sul, enfatizando a posição da mulher dentro do regime ditatorial. Mesmo com a igualdade entre os sexos prevista na constituição, **as mulheres realizam os trabalhos mais pesados nos campos e nas fábricas, trabalham mais horas e têm salários inferiores**. Em um acidente de trem, citado como exemplo no texto, elas foram exaltadas por salvarem os retratos dos dirigentes ao invés de seus próprios filhos. Muitas tentam fugir do regime, mas normalmente são capturadas e vendidas como escravas sexuais na China. Se ao retornarem ao país, estiverem grávidas, são obrigadas a abortar pois o país não aceita a mistura.

4) “O guerreiro da dança” (5 páginas)

Entrevista com Ivaldo Bertazzo. O coreógrafo fala do início de seu interesse pela dança e pelos ritmos indianos e orientais. Fala sobre a importância da dança em grupo para uma sociedade marcada pela individualidade. Aborda também a sua preocupação com a inclusão social e sobre como trabalha para melhorar a vida de jovens das periferias.

5) Fora do padrão (6 páginas)

Três mulheres contam como os relacionamentos podem ser felizes fugindo dos padrões de exclusividade, espaço e filhos.

a) Casada com um homem dez anos mais novo, Cássia vive um relacionamento aberto, em que cada um pode se envolver e se apaixonar por outros. Assume que teve e tem dificuldade, mas se sente plenamente segura em relação ao sentimento, respeito e carinho do parceiro.

b) Casal trocou o apartamento e estabilidade dos empregos por um veleiro de 16m². Vivem no mar e sobrevivem das economias e do aluguel do apartamento. Aprenderam a ser mais flexíveis e mais tolerantes. Contribuiu para o desapego material.

c) Casal optou por não ter filhos e são felizes assim. São cobrados como se houvesse algum problema na relação, mas acabaram acostumando com isso. São padrinhos de seis crianças e convivem intensamente com eles.

6) Leitoras confessam (5 páginas)

Leitoras dizem coisas que já fizeram, como bisbilhotar e-mails ou correspondências do namorado (51% sim e 49% não) e transar com um desconhecido (13% sim e 87% não).

7) Só para casais (4 páginas)

Matéria sobre um “Spa do Amor” em que casais ficam hospedados durante um fim de semana para trabalhar as dificuldades no relacionamento. “Eles vão embora e se despedem com a esperança de que serão **felizes para sempre**”

8) “Mulher de fibra” (1 página)

Perfil de Cláudia Raia. A atriz fala de sua atuação em *Belíssima*. Fala sobre as semelhanças e diferenças entre ela e a personagem, ressaltando que também é muito **fogosa**. Conta da sua infância, quando iniciou sua carreira como bailarina em Nova York e como viveu coisas que a **transformaram de menina em mulher**. Comenta sobre seu namoro com João Soares e a importância desses **relacionamentos**, como o **casamento** com Alexandre Frota. Fala ainda sobre a sua relação com Edson Celulari e de como ele toma as rédeas da casa e da família.

9) Amor e dinheiro (4 páginas)

“Quando ela banca tudo”. Três histórias de mulheres que viveram relações em que os parceiros são financeiramente dependentes. “Não é raro que mulheres **inteligentes, fortes e bem-sucedidas** se apaixonem por homens que se mostram **incapazes de conquistar independência** financeira e nunca concretizam seus projetos. **Medo de ficar sozinha?** Prazer em **controlar o parceiro?**”

10) Eu, leitora (4 páginas)

“Um romance virtual me tirou de uma vida sufocante”. Mulher, após 45 anos e dois **casamentos fracassados**, se vê presa em um apartamento com a mãe que está com Alzheimer. Já sem expectativas, faz um perfil em um site de relacionamentos e começa a se envolver com um norte-americano. Depois de um tempo, foi passar uma semana na Flórida e acabou ficando mais de seis meses, quando o casal decide voltar ao Brasil e estabelecer a vida a dois no Rio. Após os 40 anos, encontra o **amor de verdade**.

11) Vitrine moda (3 páginas)

12) Editorial de moda (21 páginas)

13) Editorial de beleza (19 páginas)

Bela adormecida: cremes que agem na pele durante a noite; matéria e produtos (2 páginas);

Pele pós-verão: produtos que combatem manchas, ressecamentos e acne (5 páginas);

Corpo em movimento: novidades para manter a forma (1 página); Jornal da Beleza:

perfumes com humor e bases em spray (2 páginas); Adeus cigarro: 15 maneiras de evitar

uma recaída (2 páginas); Um corpo que reclama: sinais ocultos de estresse (2 páginas).

14) Estilo de vida (9 páginas)

Viagem: um roteiro fashion de Paris, com dicas sobre lojas e exposições de moda (3

páginas); Consumo: produtos hi-tech (2 páginas); Cozinha: receitas com banana (2 páginas).

15) Horóscopo (2 páginas)

16) Endereços (2 páginas)

17) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Insensatez”. História de mulher que se apaixonou loucamente por um caso de carnaval. Se entregou à paixão durante os três meses que estavam juntos mas, quando ele começou a apresentar os mínimos sinais de que a paixão estava **diminuindo, ela sumiu de sua vida, para tentar esquecê-lo de vez, antes que a sua mais** bela história de amor se transformasse em uma relação cheia de brigas e cobranças.

Abril de 2006 (edição de aniversário – 15 anos no Brasil)

“A vida não tem regras. Siga as suas”

- Estréia de novas seções e layout

1) Pré-estréia (5 páginas)

Nova seção que busca trazer os fatos e personagens mais quentes do momento.

Gabriel Braga Nunes; Roupinhas para Ipods; Famosas falam sobre a festa de 15 anos;

Movimento noturno do Copacabana Palace; Banda Goth Chic; Amor sem fim –

celebridades que estão juntas há muito tempo; Só para mulheres – Um bordel só para

mulheres; Camisetinhas com estampas infantis; Chocolate; Faxina de Espírito – mini-

entrevista com uma consultora da energia do ambiente.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em preto e branco.

4) Top 10 beleza (1 página)

Produtos de beleza eleitos pela editora (sombras, batons, perfumes etc).

5) Marie Claire nas ruas (5 páginas)

O texto apresenta oito grafiteiros de São Paulo com sucesso internacional.

6) Marie Claire Capa – “Angelina Jolie: a mulher que seduziu o planeta” (5 páginas)
Perfil de Angelina Jolie. “Ela sempre despertou a **imaginação** do público com seus **lábios irresistíveis**, suas loucas histórias de **sexo selvagem**, suas declarações **atrevidas** sobre **bissexualismo** e **drogas**, seus **casamentos regados a sangue**. A imagem de **louca e depravada**, carregada com orgulho por ser Angelina Jolie, se **suavizou** um pouco em 2002, quando a atriz se **transformou** em **militante contra a pobreza** do terceiro mundo e decidiu virar **mãe adotiva**. Mas foi em janeiro de 2006 que **tudo mudou**: quando o mundo soube que Angelina Jolie **esperava um filho de Brad Pitt**, a fama da atriz ganhou proporções estratosféricas”.

- a transformação da mulher por meio do casamento e da maternidade

7) Marie Claire Encontros (5 páginas)

“Esses 20 homens querem casar com você”. Galeria com 20 homens bem-sucedidos e charmosos que querem se casar e estão aguardando os e-mails das leitoras.

8) Marie Claire pesquisa – “Por que o mundo odeia as mulheres gordas?” (6 páginas)

Vários casos de preconceitos sofridos pelas mulheres gordas, mostra também como essas mulheres lidam com o problema. Médicos afirmam que a obesidade é algo difícil de ser combatido nos dias de hoje, ainda mais porque, assim como altura, é uma característica muitas vezes genética. “Porque **o mundo não perdoa quem está fora das medidas**”.

9) Marie Claire investigação (6 páginas)

Reportagem com a mãe da bebê de dois meses achada em um saco de lixo na Lagoa da Pampulha, em Belo Horizonte.

10) Marie Claire aventura (6 páginas)

Relato de uma jornalista italiana que passou três meses na Sibéria. Ela enfatiza a beleza do lugar e a força do povo que habita a região. Conta sobre as suas dificuldades de sobreviver ao frio de até -70°C e as emoções que sentiu ali.

11) Marie Claire sexo (4 páginas)

“Você já fantasiou ser uma prostituta?” A reportagem inclui depoimentos de mulheres que possuem essa fantasia e tentaram realizar com seus parceiros. Entrevista com a psicanalista Eliana Calligaris, autora do livro *Prostituição – o eterno feminino*. Ela afirma que, na sociedade, **as mulheres foram divididas pelos homens em Santas ou Putas**, algo machista, mas que no decorrer dos tempos, também vem sendo sustentado pelas mulheres. Ela comenta que essa divisão inibe a liberação sexual feminina, pois a moral da sociedade não permite que elas sustentem essas duas formas de “personalidade”. “Só no dia em que assumirmos que somos **todas iguais, santas e putas**, estaremos **livres**. Mas talvez algumas escolham continuar a **farsa** do papel de santa, pois assim **não ameaçam os homens**”, afirma.

12) “Pura emoção” (5 páginas)

Entrevista com Irene Ravache A atriz fala sobre sua paixão pelo teatro, sua relação com os pais e sobre seus dois casamentos. Mostra como uma mulher de **opinião forte**, que **não segue modas**. A atriz fala também sobre o sofrimento com o filho dependente químico. Dá a impressão de sentir **culpa** pelo vício do filho, por **não ter acertado na dose entre uma mãe moderna e aquela que soube impor limites**.

13) Marie Claire aparências – “Qual estilo atrai mais os homens?” (4 páginas)

Duas mulheres são vestidas em três estilos diferentes (casual, profissional e noite) e 350 homens deram a sua opinião sobre seus looks preferidos.

14) Eu, leitora (4 páginas)

“Conquistei uma medalha de ouro em natação aos 61 anos”. Mulher conquistou medalha de ouro em natação aos 61 anos. A psicanalista, Cléa Pilnik, decidiu dedicar as manhãs somente para ela. Começou a nadar, fazer ginástica e mais tarde natação. Perdeu 10 kg e decidiu participar de uma competição em mar aberto, onde conquistou o primeiro lugar.

15) Marie Claire vitrine/moda (7 páginas)

16) Editorial de moda (18 páginas)

17) Editorial de beleza (15 páginas)

Sedução máxima, esforço mínimo: dicas de maquiagem/produtos (6 páginas); 10 cabelos em menos de 10 minutos: dicas de penteados (4 páginas); Beleza em foco: perfumes, maquiagens, cremes etc./produtos (2 páginas); Pergunte ao especialista: Carboxiterapia, técnica que combate celulite, estrias e flacidez (1 página); Mínimo x máximo: mesmos produtos e preços diferentes (1 página).

18) Marie Claire bem-estar – “10 idéias para se livrar da culpa” (3 páginas)

Especialistas mostram como lidar bem com os remorsos do cotidiano – aprender a dizer não, admitir os próprios limites, saber planejar, meditar para mudar padrões etc.

19) Marie Claire intimidade (3 páginas)

Duas personalidades e uma sexóloga respondem as dúvidas de sexo das leitoras.

20) Marie Claire viagem (5 páginas)

Dicas de lugares para se conhecer na Alemanha.

21) Marie Claire cozinha/festa (2 páginas)

22) Horóscopo (2 páginas)

23) Endereços (2 páginas)

24) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“O homem perfeito”. Mulher procurava o homem perfeito, com os mesmos gostos que ela, lindo, inteligente, de bom gosto... “daquele tipo impossível de se achar por aí” e encontra seu **príncipe encantado** em uma feira de antiguidades.

Maior de 2006

1) Pré-estória (5 páginas)

Sticker – fotografia inspirada na nouvelle vague; O que Ivete Sangalo tem no Ipod; Sedução na cozinha: o belo e competente chef inglês Jamie Oliver; Ice Kube: bares congelados; Fazer o bem dá cartaz: Celebidades e suas doações; Arte na pele: tatuagens de pinturas famosas; Aurélio, a dicionária da língua afiada: com gírias gays; A atriz Adriana Bruno, que virou estilista; Lista das 50 modelos mais prestigiadas do mundo; Raquel Zimmerman, 3ª modelo brasileira mais famosa do mundo; Elas querem Hillary: votação promovida pela Marie Claire diz que a **mulherada** prefere, entre Hillary Clinton e Condoleezza Rice, a ex-primeira dama para a presidência dos Estados Unidos.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em tom uva.

4) Top 10 beleza (1 página)

Produtos de beleza eleito pela editora (sombras, batons, perfumes etc.).

5) Marie Claire Capa – Cláudia Abreu (4 páginas)

Reportagem com Cláudia Abreu. “Hoje sou uma **mulher que tem tudo: beleza, juventude e maturidade**”. “Ela constrói, tijolo a tijolo, sua **carreira** e uma **família**”. Aborda a carreira da atriz, sua vida pessoal. Ela se define hippie, moleca, que adora banho de cachoeira e o contato com a natureza. Fala sobre o que pensa da violência no Rio e sobre os paparazzi, que a incomodam. Diz que o único problema da carreira é a falta de privacidade.

6) Marie Claire homens confessam (4 páginas)

“Quais as armas infalíveis do sedutores?” Homens revelam suas técnicas de sedução e cantadas infalíveis na hora da conquista.

7) Marie Claire tendência “Casar está na moda?” (7 páginas)

Pesquisa feita pela Marie Claire revela que as mulheres ainda sonham em casar de véu e grinalda e que a cerimônia é fundamental para celebrar a união. A matéria dá dicas para futuros noivos, fala sobre o “fast-love”, revelando casais famosos cujos casamentos não duraram nem um ano. Mostra casamentos na realeza (os **príncipes encantados** e outros nem tão encantados assim), formas de cerimônias diferentes e segredos para uma vida a dois. “Elas sonham com o sim” – 54% das leitoras sonham em casar de véu e grinalda. “Segredos para uma vida a dois”.

8) Marie Claire mães e filhas (5 páginas)

Mães e filhas que parecem irmãs falam dos prazeres e problemas de idades não tão distantes e das relações de amizade que nascem entre mães “modernas” e suas filhas. Roupas decotadas da mãe, namorados muito jovens são algumas dos motivos das brigas entre mãe e filha. Mas companheirismo, conselhos e cumplicidade surgem como vantagens.

9) Marie Claire investiga (6 páginas)

Três estudantes de 15 anos, de Chicago, investigam a morte de três jovens nos anos 60 pelo Ku Klux Klan e conseguem provas para reabrir o caso e prender o assassino.

10) Marie Claire no futebol (4 páginas)

Mulheres revelam as loucuras que cometeram e cometem por seus times do coração.

11) Marie Claire Teste (2 páginas)

“Vocês são cúmplices na cama?”. Se o casal se dá bem na cama e tem “tudo para continuar juntos”.

12) Eu, leitora (4 páginas)

“Aprendi a ser feliz mesmo em cima de uma cadeira de rodas”. Mulher que aos 11 anos se tornou paraplégica. Passou a infância e adolescência em hospitais fazendo tratamento para voltar a andar. Depois de três anos, ela e a mãe voltaram para casa e ela conheceu seu primeiro marido, aos 17 anos. Teve sua primeira filha aos 19 anos e depois se separou.

Mais tarde conheceu o segundo marido, se formou em direito e ganhou seu segundo filho. Reforça a força da mulher que conquistou tudo o que quis, apesar das dificuldades.

13) Marie Claire vitrine/moda (6 páginas)

14) Editorial de moda (18 páginas)

15) Editorial de beleza (16 páginas)

Qual a cor que mais combina com você: dicas para se escolher entre tinturas (4 páginas); Vermelho na cabeça: como manter os cabelos vermelhos/matéria com produtos (2 páginas); Fios sob controle: causa do excesso de volume, ressecamento, oleosidade e soluções (4 páginas); 10 coisas que você precisa saber antes de cortar os cabelos (2 páginas); Beleza em foco: lançamentos – aromas, maquiagens e tratamentos (2 páginas); Mínimo x máximo: mesmos produtos com preços diferentes (1 página).

16) Marie Claire alerta (4 páginas)

Reportagem sobre a fertilização in vitro, que deveria ser a última alternativa para casais com dificuldades de ter filhos e passa a ser a primeira, sem que os pacientes saibam dos riscos.

17) Marie Claire boas notícias. “10 motivos para ficar feliz” (2 páginas)

10 boas notícias e novidades para comemorar, como as boas perspectivas em relação ao câncer de mama, “o novo fitoterápico que diminui o apetite” ou a criação da primeira delegacia virtual da mulher.

18) Marie Claire sexo e humor. “Decifre seu homem” (2 páginas)

Baseado na falomancia, “arte da leitura do pênis”, a revista apresenta quatro formatos de pênis, por meio da comparação com vegetais (berinjela, vagem, cenoura e batata), e dá as características de cada homem (performance na cama, personalidade sexual, melhor posição, como lidar e fantasia secreta).

19) Marie Claire viagem (5 páginas)

Santiago, no Chile.

20) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Macarrão.

21) Horóscopo (2 páginas)

22) Endereços (2 páginas)

23) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Amores loucos”. Mulher se apaixona pelo namorado da amiga. Para surpresa dos dois, quando foram revelar o segredo, descobrem que seus respectivos namorados também estão tendo um caso. Ocorre a troca de pares e, depois de um tempo, os casais voltam a sair juntos.

Junho de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Cauã Reymond; Muito além da caipirinha: Mocotó, restaurante brasileiro em Londres; Qual é o seu preço? Site que revela qual o preço das pessoas no mercado; Pérola do Caribe: região virou point de celebridades; Cartunista argentina que desenvolve tiras sobre o

universo masculino; “As mulheres que amo são sempre bem cantadas”: Nando reis sobre a carreira; CD traz faixas com sons “irritantes” do dia-a-dia, como choro de bebê, caminhão de lixo, etc; Personalidades que usam colônias de bebê; Livro: *O mundo acabou* traz campanhas publicitárias, produtos e programas de TV que fizeram sucesso entre os anos 50 e 70; Seleção de “gatos” do futebol; Manual de sobrevivência na Copa: mini-dicionário com palavras do universo do futebol.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: bege suave em contraste com o vermelho.

4) Top 10 beleza (1 página)

Produtos de beleza no clima da Copa do Mundo eleitos pela editora (sombrias, batons, perfumes, etc).

5) Marie Claire capa – “Paola Oliveira: a estrela sobe” (4 páginas)

Reportagem com Paola Oliveira, atriz revelação da novela global *Belíssima*. Aborda temas como carreira de modelo e atriz, possibilidade de posar nua, planos futuros, etc. Destaque para a simplicidade e perseverança da atriz, mostra que Paola é uma mulher comum, que também adora doces e que também tem preocupações com a balança; Ressalta a sua modéstia, mas revela a sua autoconfiança.

6) Marie Claire Homens confessam – “Eu transei com o meu melhor amigo” (6 páginas)

Homens revelam que tiveram relações homossexuais com amigos. Mulher dá depoimento sobre quando encontrou o marido transando com seu amigo na sala.

7) Marie Claire no jogo. “As rainhas do pôquer” (4 páginas)

A matéria sobre Annie Duke, a melhor jogadora de pôquer do mundo, que ganhou milhões nas mesas de cartado em Las Vegas. O texto fala sobre a ascensão das mulheres nesse jogo e como elas assumem também nos cassinos uma posição que, antes, era exclusivamente masculina. **Mulher independente e corajosa, que passou a viver dos jogos para sustentar a família. Mas que utiliza as tentativas de sedução dos homens a seu favor nas mesas de pôquer.**

8) Marie Claire Numerologia (4 páginas)

Os números revelam se os casais combinam, quais as dificuldades encontradas no relacionamento e se a data de início do romance indica que a relação dará certo.

9) Marie Claire boleiras (6 páginas)

Matéria sobre jovens meninas da periferia de Recife que jogam futebol de salão. Mostra o quanto o **esporte pode ser feminino** e o quanto o trabalho na região tira as meninas das ruas e afasta das drogas ou gravidez na adolescência. **“Dóris jamais entra no campo sem ter o olho pintado de preto. Também se embeleza com brilho na boca e, se o meião é vermelho, o pompom do cabelo também”.**

10) “Sônia Braga: o retorno” (6 páginas)

Entrevista com Sônia Braga. Temas: infância, carreira, família, namoros com personalidades, planos futuros. Sônia Braga se assume como mulher namoradeira, que já amou diversas vezes.

Diz que teve uma **criação essencialmente matriarcal**, de onde vem a sua **força de mulher**.

Nunca quis ser mãe pelo fato de ter de criar raízes. “Minha vida é movimento. Acho que pediria demissão muito rápido do cargo de mãe”. Assume que usou drogas, fez aborto etc.

11) Marie Claire sexo “As delícias do kama sutra” (3 páginas)

Três casais testam sete posições do Kama Sutra e dão suas opiniões a respeito de cada uma.

12) Marie Claire pelo mundo (6 páginas)

“Dubai: o templo máximo do consumo”.

13) Eu, leitor (4 páginas)

Maestro conta sobre os episódios de sua lua-de-mel que adiaram a primeira noite de amor com sua mulher.

14) Marie Claire vitrine/moda (6 páginas)

15) Editorial de moda (18 páginas)

16) Editorial de beleza (16 páginas) – Páginas 143 a 160

Efeito segunda pele: segredos na utilização de bases e corretivos/com produtos (3 páginas); Aromas com estilo: perfume para cada personalidade/com produtos (4 páginas); Cirurgias plásticas mais rápidas e discretas: novidades para aumentar o bumbum, empinar o nariz, reduzir coxas, abdômen e seios (4 páginas); Beleza em foco: lançamentos – cremes, perfumes, maquiagens etc (2 páginas); Prateleira: novidades para o rosto, o corpo e para os cabelos (1 página); Pergunte ao especialista: novidades em tratamentos anti-idade (1 página).

17) Marie Claire prevenção “Conversa de filha para mãe” (3 páginas)

Alerta para doenças que podem ser genéticas. Dicas de prevenção.

18) Marie Claire bom dia “Os cinco erros que podem acabar com o seu humor (2 páginas)

Dicas para uma alimentação saudável e energética para o café-da-manhã.

19) Marie Claire Viagem “No ritmo das águas” (4 páginas)

Matéria sobre os lugares encantadores da França.

20) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Menu a jato.

21) Horóscopo (2 páginas)

22) Endereços (2 páginas)

23) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“**Intuição** virtual”. Mulher descobre que marido fazia sexo virtual com outras mulheres em sites de relacionamento. Ela decide participar da brincadeira, entrando no site e teclando com ele, para depois praticar no quarto, sem ele saber que a mulher virtual era a mesma que dormia com ele todas as noites.

Julho de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Decidido: ele é o mais lindo da Copa, sobre o jogador Kaká; Border Collie, a raça mais inteligente do mundo canino; Salve simpatia: atores e atrizes brasileiros que gostam ou não de dar autógrafos; Descubra a Croácia; 1º festival de Ioga de Campos do Jordão; Bonequinhos para adultos que fazem sucesso na França; Livros absurdos de auto-ajuda: *Como roubar bancos sem violência* ou *Como iniciar o seu próprio país*; Oxigênio em dose: moda em muitos bares europeus, para aliviar das fumaças de cigarros; A gíria é: Esporte Fino; Tiffany: um século e meio de glamour; Dicas para mulheres fugirem da violência no trânsito; Cantoras francesas; Temperos diferentes (culinária); A caminho do trono: mulheres japonesas que estão ganhando poder; Segurança no skate atrai mais mulheres para o esporte; Papel higiênico preto; Saia Justa, comentários das apresentadoras durante o programa; Homem de plástico: designer egípcio.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em cobre.

4) Top 10 beleza (1 página)

Novidades para acertar no tom e no aroma. Tudo cor-de-rosa.

5) Marie Claire Capa – “Desconstruindo Ana Paula” (5 páginas)

Perfil de Ana Paula Arósio. Temas: carreira, vida pessoal, atividades no sítio e esportivas.

Aparece como uma mulher “desencanada”, que gosta da vida simples, como fazer geléias ou pilotar tratores. Não fala de dietas ou dicas de beleza. Mas fala sobre seu gosto por arte e seu hobby como DJ na noite paulistana.

6) Marie Claire vida sexual “As mulheres confirmam: o brasileiro é bom de cama” (6 páginas) Pesquisas sobre a vida sexual das mulheres brasileiras e dicas para aprimorar o sexo e “ser mais feliz entre lençóis”.

7) Marie Claire aparências “Como você se vê?” (4 páginas)

Cinco mulheres foram convidadas para desenhar seu auto-retrato. As figuras foram analisadas por uma especialista que revelou se os desenhos revelam a verdade. “O reflexo no espelho pode ser distorcido para melhor ou para pior, de acordo com a auto-estima de cada uma”.

8) Marie Claire dúvida cruel (4 páginas)

Homens falam sobre os motivos que os levam a não ligar no dia seguinte.

“A pressa de achar alguém e o **grande número de mulheres sozinhas** estão fazendo com que os homens mudem de parceira como trocam de camisa. Mesmo depois de uma primeira noite romântica, muitos somem e elas ficam mergulhadas em dúvidas. Esse é o tema do livro *Fala sério! Você também não está a fim dele*, do sexólogo norte-americano.

“me afasto das **pegajosas**”, “o simples fato de receber um telefonema de uma mulher já no dia seguinte ao encontro é suficiente para eu classificá-la como ‘uma daquelas que vai ficar **pegando no meu pé**’”; “se a mulher fumar, se **não for de família**, se tiver alguma **atitude desagradável**, já não rola mais”

- a mulher como outro

9) Marie Claire filhos da aids de volta para a casa (5 páginas)

Matéria sobre crianças, cujos pais soropositivos, em sua maioria, faleceram. Associação que busca reintegrar essas crianças às famílias dá uma nova perspectiva de futuro a essa geração.

10) Marie Claire carreiras “Você tem o salário que merece?” (4 páginas)

Mulheres falam sobre seus salários. **Segundo pesquisa do IBGE, mulheres ainda continuam ganhando menos que os homens (mulheres com carteira assinada recebem 36% menos que os homens).** “As mulheres ainda ganham menos do que os homens, mesmo ocupando cargos iguais. Segundo especialistas, os principais motivos são as responsabilidades que existem fora do ambiente de trabalho e as interrupções durante a carreira. Ou seja: **a mulher, por definição, tem outras preocupações além da vida profissional.**”

11) Marie Claire mediunidade – “Eu tenho premonições” (4 páginas)

Três mulheres dão depoimentos sobre mediunidade.

12) Marie Claire sob medida (5 páginas)

Cardápios especiais para quatro tipos de mulheres: as que se privam demais; as que correm o risco de ganhar uns quilos extras por não abrirem mão do prazer de comer; aquelas que variam o cardápio de acordo com a auto-estima; e, por fim, aquelas que não se preocupam com isso e só se dão conta quando o peso começa a aumentar sem controle.

13) Eu, leitora (4 páginas)

“Meu sonho é viver um casamento a três”. Há oito anos juntos, o casal busca uma outra mulher para a relação. Mas não somente para sexo. Querem outra namorada para dividir o apartamento feito sob medida para abrigar três pessoas casadas entre si. A leitora não sente ciúmes de outra pessoa na relação e não se importa com o comentário das outras pessoas.

14) Marie Claire vitrine/moda (5 páginas)

15) Editorial de moda (18 páginas)

16) Editorial de beleza (14 páginas)

Spa em casa: tratamentos relaxantes que podem ser feitos em casa/com produtos (6 páginas); Bicicleta para todos: a moda de pedalar/com produtos (3 páginas); Os eleitos: todos os anos Marie Claire reúne em Paris jornalista e profissionais de beleza para premiar os melhores cosméticos lançados nos últimos anos/produtos (2 páginas); Prateleira: novidades em perfumes, maquiagens e produtos para cuidar dos cabelos e tratar a pele/produtos (2 páginas).

17) Marie Claire Bem-estar “4 caminhos para controlar a raiva” (3 páginas)

Alerta para problemas adquiridos por quem se irrita fácil. Dicas para controlar a raiva.

18) Marie Claire viagem (4 páginas)

Matéria sobre o México.

19) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Menu a jato.

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Adeus televisão”. Mulher, após ler livro de auto-ajuda, decide esquentar o casamento de 11 anos, que até então parecia adequado.

Agosto de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Keanu Reeves; Garçons que servem nus; Produto: projetor de estrelas; Casal que se conheceu em uma lan house; As DJs brasileiras mais famosas do mundo; Juliana Neves, da Mooca, no Cirque Du Soleil; Candidatas a Marisa Monte da estação: Céu. Karina Alexandrino e Nina Becker; Jovens designers revelação; Jornalista sexy da CNN; Estilista mulçumana cria moda praia para a religião; Site para a criação de podcast; Casulo para soneca já é sucesso no Empire State, em NY; Cortes de cabelo de celebridades; Sapato com chip como etiqueta; Natalie Portman, a nova Meryl Streep; Mini-entrevista com a filha de Zuzu Angel.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em tons laranja.

4) Top 10 beleza (1 página)

Produtos para cuidar da pele, do cabelo e do estilo.

5) Marie Claire capa “Cléo Pires, brilho próprio” (6 páginas)

Perfil com Cléo Pires. “Irreverente, mas reservada. Famosa, mas nem um pouco deslumbrada. Sensual, mas sutil. Seja no papel de lolita, boa-moça ou garota-propaganda, Cleo consegue **fugir de rótulos** e impor a sua **própria personalidade**”. A matéria inicia exaltando a beleza e o “corpão” da atriz (beleza exótica; corpo curvilíneo), mas já revela que Cléo não passa de uma menininha (é, quem diria, uma “menina de família”). Os segredos do sucesso, sugeridos por aqueles que convivem com ela, são autenticidade e o ar de **menina travessa misturado à sensualidade de mulher**. O objetivo é mostrar como o furacão Cléo é uma pessoa de carne e osso. **Ela come brigadeiro de colher, é viciada em orkut, msn, internet; Tenta mostrar o lado cultural de Cléo, com a lista de seus autores de cabeceira.**

6) “A vida no quarto” (6 páginas)

Fotógrafa alemã visitou quartos em seis cidades do mundo (Roma, Londres, Nova York, Paris, Moscou e Berlim) para mergulhar na intimidade de seus moradores. “A idéia era mostrar como pessoas comuns se comportam no espaço mais reservado da casa”.

7) Marie Claire modo de usar “Sexo casual: riscos e prazeres” (4 páginas)

Cinco mulheres contam suas experiências, surpresas e estratégias. Dicas: “as melhores estratégias para ter o máximo de prazer com o mínimo de risco”.

a) Conhece um cara em uma festa à fantasia, fez uma pesquinha para saber se o cara é uma boa pessoa e acabou indo para um motel. Lá encontraram um casal de amigos dele e o cara a convidou para transarem a quatro. Ela recusou e foi embora de táxi;

b) Mulher foi para o banheiro da boate com um cara, que durante os amassos começou a sussurrar coisas sobre suas relações homossexuais;

- c) Mulher foi para um hotel com um cara que se tornou superviolento. Depois ela descobriu que ele era suspeito de assassinato;
- d) Adepta do sexo casual foi para a casa com um cara que, depois de tudo, explicou que era sua despedida de solteiro. Com outro cara, perdeu o tesão ao ver a casa dele;
- e) Recém-separada, mulher foi para a cama com um desconhecido e se casou com ele.

8) Marie Claire espírito livre “Uma freira em ritmo de aventura?” (3 páginas)
Reportagem sobre a freira, escritora, e educadora Maria Valéria Bezenal. Os temas abordados vão desde seu envolvimento na luta contra a ditadura, suas missões no Timor Leste e Haiti e suas experiências no trabalho social com prostitutas brasileiras. Ressalta o encontro da freira com o presidente cubano Fidel Castro. Ressalta a força da mulher e determinação e como a **felicidade pode existir sem estar adequada aos padrões de casamento, família, filhos.**

9) Marie Claire aparências “Que casal é esse?” (5 páginas)
Uma psicóloga, um neurolingüista e uma escritora analisam quatro casais pelas fotografias.

10) Marie Claire no orkut “Um amor do passado abalou meu casamento” (4 páginas)
Quatro casais falam sobre relacionamentos virtuais, que interferiram na relação e até acabaram com casamentos.

11) Marie Claire autismo (4 páginas)
Mulher relata sua experiência como mãe de uma autista. Dificuldades e lidar com as frustrações de não poder contar com o futuro que esperava para a filha.

12) Eu, leitora (4 páginas)
“Superei a síndrome do pânico viajando pela Europa”. Dona-de-casa que vivia somente para o marido e para os filhos, com a viagem, se viu independente e autônoma. “Quando vi que meus filhos estavam crescendo, me deu uma solidão imensa no fundo, queria que eles continuassem bebês. Não queria ser mãe de adultos. Com a viagem, aprendi a viver no presente e entendi que meus filhos sobrevivem sem mim. Hoje posso tudo. Me sinto uma águia”.

13) Marie Claire vitrine/moda (4 páginas)

14) Editorial de moda (19 páginas)

15) Editorial de beleza – especial corpo (16 páginas)
25 profissionais respondem dúvidas de beleza/matéria (6 páginas); Tropa de choque: produtos antiidade que adiam as ações do tempo/com produtos (5 páginas); Beleza em foco: lançamentos de bases, perfumes, xampus e cremes/produtos (2 páginas); Prateleira: cosméticos – verificar páginas de cada um/produtos (2 páginas).

16) Marie Claire saúde “Quantas pílulas você toma por semana?” (4 páginas)
Mulheres falam sobre a quantidade de pílulas e remédios que consomem por dia.

17) Marie Claire desejos secretos “O que eles realmente querem, mas têm vergonha de pedir” (2 páginas)
30 homens falam sobre seus desejos secretos; “Muitas vezes, os homens sonham com fantasias que não têm coragem de propor”.

18) Marie Claire Viagem (6 páginas)
“Temperatura Máxima”. Reportagem sobre Amsterdã.

19) Marie Claire cozinha (2 páginas)
Menu a jato.

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)
“Lugar de homem”. A inversão de papéis: mulher bonita, rica, bem-sucedida e independente passa a sustentar o namorado e afirma: “homem meu não trabalha fora!”

Setembro de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)
André Bankoff ator; Volta do maximalismo: cores e formas exageradas; Camila Morgado, a nova Fernanda Montenegro; Empresa francesa que transforma o cliente em estrela por uma ou oito horas; Camisinhas com embalagens sobre o conquistador CasaNova; **Se liga: o que está in e o que está out**; Estilista mineiro na Calvin Klein; Drink do seriado *Sex and the city*; Ipads: apartamentos no estilo de Ipods, compactos e com grande capacidade de armazenamento; As novas rainhas: as namoradas dos príncipes William e Harry; designer de acrílicos coloridos; Tênis sem cadarço de Marc Jacobsen; Livro *Female Brain*; Lavadora de calcinhas; Modelo jogadora de pólo; Banda “Cansei de ser Sexy”; Saia Justa: comentário das apresentadoras durante o programa.

2) Top 10 cultura (1 página)
Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)
Dicas de moda: peças em tom verde e vermelho.

4) Top 10 beleza (1 página)
Idéias para cuidar da pele, do cabelo e do estilo – produtos.

5) Marie Claire Vida Real “Heroína do mês” (1 página)
Histórias de mulheres comuns que realizam feitos extraordinários. Rosa Célia é a criadora do projeto “Pró-criança cardíaca”. Médica cardiologista, trocou o consultório de luxo para atender crianças de baixa renda. “Trabalho 10 vezes mais, mas não me importo. Eu já tenho todo o dinheiro que preciso e cuidar do ser humano é meu sonho”.

6) Marie Claire capa “Hoje é dia de Letícia” (4 páginas)
Perfil com Letícia Sabatella: Envolvida com as causas sociais, Letícia prefere as coisas simples, o seu sítio ao glamour da vida global. Aborda temas como a independência da atriz desde a sua juventude, sua vida de solteira. “Por enquanto Letícia prefere o conforto da vida no sítio, a companhia de gente simples, dos seus cachorros...”; “As pessoas ficam no mito da TV e não enxergam a sua própria beleza”.

7) Marie Claire jogos eróticos (4 páginas)
Três casais contam como se divertem filmando suas transas.

8) Marie Claire perfil (2 páginas)

Perfil do ator Thiago Rodrigues, que fala seu personagem na novela global *Páginas da Vida*, abordando as semelhanças e as diferenças entre a vida real e a novela.

9) Marie Claire alerta “Pílulas que matam” (6 páginas)

Drogas para emagrecer: anfetaminas. Mulheres dão depoimentos e falaram sobre o que sofreram para ter o corpo perfeito. O vício tomou conta das mulheres, que para se encaixar em um padrão de beleza definido pela sociedade, passam por cima dos limites do próprio corpo.

10) Marie Claire primavera (4 páginas)

“Flores”. 22 sugestões para entrar no clima de primavera/produtos.

11) Marie Claire guarda compartilhada “Meio a meio” (2 páginas)

Casos de pais que buscam a guarda compartilhada como alternativa para terem os mesmos direitos e deveres em relação a seus filhos.

12) Marie Claire em forma (4 páginas)

Jornalista passa uma semana em um spa radical, cuja filosofia é o bem-estar da alma, acompanhado de doses cavalares de ginástica.

13) Eu, leitora (4 páginas)

“Namorei meu irmão sem saber”. Leitora se apaixona por rapaz e vive uma história de amor como poucas. Porém, depois de um tempo, acabam descobrindo que são irmãos.

14) Marie Claire vitrine/moda (5 páginas)

15) Editorial de moda (21 páginas)

16) Editorial de beleza. Especial Cabelos (13 páginas)

Cachos: campeões de audiência – cabelos enrolados (6 páginas); Como conseguir o cabelo que você quer? – dicas para mudar os cabelos/com produtos (3 páginas); Longo da noite para o dia – alongamento capilar (3 páginas); Prateleira: cosméticos – solar que previne rugas, base que controla o brilho e batom hidratante (1 página).

17) Marie Claire qualidade de vida (4 páginas)

Reportagem sobre distúrbios do sono e dicas para noites bem dormidas.

18) Marie Claire pesquisa (2 páginas)

“Eles tomam Viagra”. Especialistas respondem dúvidas das leitoras a respeito do tema, explica possíveis motivos deles e aborda o pensamentos das mulheres sobre isso.

19) Marie Claire hormônio (2 páginas)

Matéria fala sobre a terapia hormonal e explica quem deve recorrer a esse tipo de alternativa, quem não precisa etc.

20) Marie Claire viagem (6 páginas)

“NY a volta por cima”. Reportagem sobre Nova York.

21) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Menu a jato.

22) Horóscopo (2 páginas)

23) Endereços (2 páginas)

24) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“A bela adormecida”. Personagem é criada de forma conservadora e, após o término do casamento, se deprime e vai constantemente ao analista. Em uma dessas consultas, devido ao atraso da médica, ela resolveu andar pelo comércio local e entrou em um sex shop. Lá descobriu os prazeres do sexo sozinha e passou a viver muito mais feliz.

Outubro de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Aaron Eckhart ator; Mulher definida: Andréa Carvalho fisiculturista; Kenzo Amour: novo perfume; Panic! At the disco: uma das concorrentes a melhor banda no quesito beleza; Livro: Balaio de Sabores; Biquíni que avisa quando se excede o tempo sob o sol; Ving tsun: **arte marcial com base na intuição**; Rodízio de petiscos; Vinhos no verão; Folk em batidas eletrônicas; Sapato de salto com conforto de tênis; Decoração do G Hotel, na Irlanda, por Phillip Tracey; Guarda-cheiro: potinhos para guardar aromas diversos; Modelo brasileiro entre os 10 melhores do mundo; Jóias da designer Livia Canuto; Shows imperdíveis; Chapéus no verão; Atriz Alice Braga; Coqueteleira em forma de pinguim; Saia Justa: comentários das apresentadoras.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 viagem (1 página)

Dicas sobre os destinos mais quentes do momento.

4) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças florais em preto e branco.

5) Top 10 beleza (1 página)

Novidades para tratar e perfumar a pele/produtos.

6) Marie Claire capa “Xuxa Meneghel sem disfarce” (6 páginas)

Perfil de Xuxa Meneghel. A equipe de Marie Claire acompanhou a rotina da apresentadora por três tardes. Aborda a atuação de Xuxa como artista, no seu último filme *Gêmeas*. Xuxa faz questão de reforçar que não se importa mais com as críticas e que assumiu o controle de sua vida. Não fala da vida pessoal, mas se sabe que gosta de acordar tarde e que é muito próxima do pai de Sasha, Luciano Szafir. Se mostra sem maquiagem e age com as crianças com simplicidade e de igual para igual.

7) Marie Claire ao vivo “10 lances para entrar no jogo da conquista” (5 páginas)

Dicas de paquera e depoimentos de casos em que as investidas deram certo. **“A mulher precisa estar aberta para que o homem a proteja”**; “Oferecer ajuda também funciona: **homem gosta de saber que alguém se preocupa com ele**”; **“Ouça a opinião dele mas não conteste a resposta”**.

8) Marie Claire exclusivo – “Prostitutas de luxo?” (5 páginas)

Reportagem sobre a cafetina brasileira Andréa Schwartz, presa em Nova York acusada de nove crimes, entre eles prostituição, venda de drogas e lavagem de dinheiro.

9) Marie Claire no mundo (5 páginas)

“Casamento à indiana”. Cerimônias de casamento na Índia. A revista acompanhou a “personal wedding”, Triptee Chaudia, na organização de um desses grandes eventos.

10) Marie Claire curiosidades (5 páginas)

Mulheres dão depoimentos após viverem situações inesperadas e fora do comum: a primeira brasileira a chegar ao topo do Everest; Dermatologista que atendeu seu grande ídolo Zezé di Camargo; Brasileira que tinha uma pousada no Sri Lanka e sobreviveu ao tsunami; Ganhadora de *Big Brother Brasil 6*; Brasileira que ensinou monges tibetanos a usar o computador; Mulher que comeu peixe vivo, prato japonês; Produtora de cinema que viveu dois meses com sem-tetos; Militar aposentado transexual que decidiu trocar de sexo.

11) Marie Claire Brasil (4 páginas)

“Perdi meu filho para o tráfico”. Reportagem sobre mulheres que perdem seus filhos para o tráfico de drogas. A personagem central é Enilda Rodrigues da Silve, que começou a pagar o caixão do filho quando ele tinha 15 anos. O menino morreu aos 20 e ela, em seguida, comprou o caixão de mais um filho. A mulher busca dar dignidade aos filhos, pelo menos na morte, já que o destino deles é quase certo: morte antes dos 20 anos de idade.

12) Marie Claire oráculo “O tarô da cabala” (5 páginas)

Marie Claire organizou um tarô para as leitoras, com páginas para destacar.

13) Eu, leitora (3 páginas)

“Sou casada, mas adoro transar com homens estranhos”. A leitora revela que tem fetiches por taxistas, motoristas de ônibus, passageiros de metrô e já perdeu a conta com quantos desconhecidos fez sexo. **Leva uma vida normal**, é empresária, tem filhos e marido e **não considera essa sua fantasia como traição** e, por isso, **não se sente culpada**.

14) Marie Claire vitrine/moda (4 páginas)

15) Editorial de moda (19 páginas)

16) Editorial de beleza – especial corpo (23 páginas)

Esqueça a balança: é hora de perder medidas – plano antibarriga, antigordura, antiinchaço (9 páginas); Dieta em foco (1 página); 15 minutos para entrar em forma e na moda: bumbum em dia, barriga chapada, braços de ferro, pernas torneadas (5 páginas); O que realmente funciona no combate à celulite: exercícios (4 páginas); Esquadrão antichelulite: produtos (3 páginas).

17) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Menu a jato.

18) Marie Claire prevenção (2 páginas)

Novas armas contra o câncer de mama: explicações sobre a doença e dicas de prevenção.

19) Marie Claire viagem (4 páginas)

“Um sonho na Antártida”. O destino não é mais exclusivo de pesquisadores e cientistas e atrai turistas de todo o mundo no verão.

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Ciumentos anônimos”. Personagem namora um cara superciumento. No começo acha fofo e gosta da idéia, mas as crises de ciúmes se tornaram constantes. Ela percebe que o namorado era doente e ela também, pois havia se viciado nesse jogo de ciúmes.

Novembro de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Franz Ferdinand: eleita a melhor banda quesito beleza; Jornalista canadense defende o “slow movement”; VJs nas casas noturnas; Bracelete Tiffany; Elettra Rosselini, geração de atrizes; Cinemas drive-in voltam à moda; Discos de jovens intérpretes negras: Paula Lima, Leilah Moreno e Negra Li; Chinelos customizados; Motel no avião; Hotel-butique: com quartos assinados por arquitetos famosos; Nova loja da estilista Chiara Gadeleta Klajmet; *Christo Redemptor*: livro com histórias relacionadas ao monumento; Restaurantes que servem jantares em camas comunitárias; Drinks com produtos orgânicos; Heroínas dos quadrinhos; Sobre Patricya Travassos; Drink para seduzir; Saia Justa: comentários das apresentadoras.

2) Top 10 Cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em tons de vermelho.

4) Top 10 beleza (1 página)

Lábios cintilantes, mãos macias, unhas impecáveis/produtos.

5) Marie Claire capa (4 páginas)

Perfil de Aline Moraes. “Linda, romântica e decidida”. A reportagem fala sobre o início da carreira da atriz, relacionamentos, vida pessoal. “Hoje tenho noção da minha aparência e gosto de mim, mas tem dias que me acho um dragão, **como qualquer outra mulher**”.

6) Marie Claire erótica “Fantasias sexuais: qual o ator de seu filme?” (4 páginas)

2360 leitoras responderam a uma enquête virtual, dando depoimentos sobre como imaginam uma noite de amor com garçons de cinema ou novela.

7) Marie Claire aparências “Qual estilo você prefere?” (5 páginas)

Marie Claire transformou três homens e quis saber o que suas parceiras acharam.

8) Marie Claire mundo estranho “Eles vivem com bonecas” (5 páginas)

Reportagem sobre as “real dolls” bonecas de silicone, que são utilizadas como companhia ou objeto sexual de muitos homens, que preferem o silêncio e submissão das bonecas à **instabilidade das mulheres reais**. “Ele acredita que muitas pessoas são atraídas pelo fato de uma ‘real doll’ ser uma **namorada totalmente silenciosa e submissa**. ‘Alguns homens têm prazer nisso. O fato de que podem dizer à sua boneca para ficar em uma posição e não ouvir qualquer reclamação é um atrativo’.

9) “Agências de casamento: Por que não?” (6 páginas)

A matéria revela que o perfil daqueles que procuram agências é diferente dos **esquisitos e encalhados de antigamente**. A maioria, agora, são pessoas entre 25 e 35 anos, com nível superior completo, pós-graduação e bem sucedidos. A reportagem revela também que **há mais mulheres (60%) do que homens procurando o serviço. A maioria delas é solteira e a maioria deles quer um segundo casamento**. No Brasil, cerca de 8 mil pessoas estão inscritas nas três maiores agências do país, e pagam de R\$ 750 a R\$ 4 mil pelo agenciamento. Com teste para saber se a leitora “está realmente preparada para um namoro sério”.

10) Marie Claire orgulho e força (4 páginas)

“As mulheres negras chegam ao poder”. A reportagem inicia exemplificando o título com a apresentadora americana Oprah Winfrey. Mostra mulheres negras brasileiras que se destacam em suas carreiras. “Já passei muito apuro. Muitas vezes fui à faculdade com a sola do sapato furada”; “É muito difícil mudar a cabeça das pessoas. O preconceito é cultural.”; “fiz quase tudo o que pretendia. Levei fé em minhas ações e venci”. Perguntas sobre preconceito e racismo.

11) Marie Claire heroína do mês (1 página)

Matéria sobre a bailarina Vânia Queiroz que abriu uma escola de balé clássico na favela do morro da Coroa, onde ensina 150 crianças a dançar, dando chance para que elas sonhem.

12) Eu, leitora (4 páginas)

“Perdi 60 kg e reconstruí meu corpo com cirurgias”. Leitora que sempre foi obesa decidiu emagrecer. Fez a cirurgia de diminuição do estômago e reconstituiu o corpo com três cirurgias plásticas. “A diferença é que eu não faria aquilo para me encaixar num padrão, mas pensando na minha qualidade de vida”.

13) Marie Claire vitrine/moda (7 páginas)

14) Editorial de moda (19 páginas)

15) Editorial de beleza. (14 páginas)

Teste: “Você sabe se proteger do sol?” (7 páginas); Menina de ouro:

autobronzeadores/com produtos (5 páginas); Beleza em foco: perfumes sedutores e maquiagens/produtos (2 páginas).

16) Marie Claire 15 minutos mágicos (3 páginas)

“15 dicas para mudar seu dia”. Dicas de alongamento, exercícios, pensamentos positivos, oração pessoal, terapia-express etc.

17) Marie Claire saúde (2 páginas)

“Saiba por que você tem dor de cabeça”. Possíveis causas para as dores de cabeça com dicas.

18) Marie Claire viagem (6 páginas)

“Em Londres com James Bond”.

19) Marie Claire cozinha (2 páginas)

Menu a jato.

20) Horóscopo (2 páginas)

21) Endereços (2 páginas)

22) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Vingança”. Personagem era amante de chefe e, completamente apaixonada, acreditava em suas juras de amor. Ao entrar no banheiro da empresa, ouviu duas estagiárias comentando que receberam torpedos insinuantes do chefe e começaram a amaldiçoar mulheres que dormiam com seus superiores para manter o cargo. A personagem saiu enfurecida e decidiu se vingar do chefe, colocando fotos e conversas na internet e via e-mail. Ele foi despedido e ela teve de se mudar, e também sofreu as conseqüências da vingança.

Dezembro de 2006

1) Pré-estréia (5 páginas)

Max Fercondini ator; Livro *Marilyn: retrato de uma estrela*; Primeira coleção de jóias do designer Fabian Mortari; Campanha das celebridades em prol de melhor vida na África; Nina Lemos dá dicas bem humoradas para pendências de fim de ano; Cantoras que fazem sucesso com músicas antigas; Champagne em garrafas gravadas com cristais swarovski; Grife de sapatos ganha prêmio dos que mais contribuíram para o cinema; Se liga: o que está in e o que está out; Acessórios em tamanho GG; Peças de Juliana Manzani; Ipod Nano em cinco cores; Documentário *Uma verdade inconveniente* de Al Gore; Sushis com nomes de celebridades; Trilha sonora para o Natal; Micasa com eletrodomésticos antigos: charme com tecnologia; Charlotte Gainsbourg: musa francesa.

2) Top 10 cultura (1 página)

Dicas de espetáculos, filmes, seriados, cds e livros.

3) Top 10 moda (1 página)

Dicas de moda: peças em tom prata.

4) Top 10 beleza (1 página)

A sensualidade do vermelho invade as unhas, a pele e os cabelos.

5) Marie Claire no mundo (5 páginas)

“Sabores do Planeta”. Fotógrafo e escritora se convidaram para jantar com 30 famílias em 24 países, para registrar a forma de se comer em cada região. O resultado está no livro: *Hungry planet – What world eat*. Registra o contraste entre os pratos cheios das famílias de classe média e as tigelas de grão compartilhadas por outras atingidas pela miséria.

6) Marie Claire capa (4 páginas)

Perfil com Penélope Cruz. Após realizar um dos maiores sucessos de sua carreira, o filme *Volver*, a atriz despontou em Hollywood como uma das mulheres mais lindas e sexys do mundo. Na reportagem, são abordados temas como sua relação com o cinema, com o cineasta espanhol Pedro Almodóvar, e relacionamentos. Mas o **mulherão** de Hollywood também é uma **mulher comum**: tem uma loja de roupas, desenha jóias e sai fotografando tudo, seu maior hobby. “Penélope acredita em fantasmas, mas duvida do casamento. Sua única certeza, porém, é de que quer ter seus próprios filhos”.

7) Marie Claire noites quentes (4 páginas)

“Transei com um profissional do sexo”. Matéria traz o depoimento de quatro mulheres que já transaram com homens, cujas profissões estão ligadas a sexo, como stripper, ator pornô,

sexólogo e dono de sex shop e responderam se eles são melhores na cama do que os outros homens.

8) Marie Claire na madrugada (5 páginas)

“O ritual da balada”. Quatro mulheres revelam como são os preparativos antes da noite. “Antes de partir para a pista de dança, quatro mulheres **livres e desimpedidas** mostram para Marie Claire como se preparam para sair de casa em grande estilo”.

9) Marie Claire natal para todos (6 páginas)

Idéias criativas para acertar no presente: Para elas; Para eles; Para meninos e meninas.

10) Heroína do mês (1 página)

A psicopedagoga Dagmar Garroux fundou a Casa do Zezinho, no Capão Redondo, para dar assistência a jovens em situação de vulnerabilidade social.

11) Marie Claire celebridade (3 páginas)

“George Clooney”. A matéria aborda a carreira de sucesso do ator, por meio de uma mini-biografia cronológica.

12) Marie Claire debate (4 páginas)

“O novo poder da mulher”. Marie Claire organizou o primeiro seminário “O poder da mulher e a mulher no poder”. No encontro foram discutidos três temas: poder político, poder de sedução e poder de consumo. “Será que a mulher exerce o poder de uma forma diferente? A **sensibilidade** e a **intuição** influem nas decisões políticas?”; “As mulheres **ganham** autonomia na hora de comprar. Mas **aprenderam** a consumir?”

13) Marie Claire polêmica (7 páginas)

“Anorexia: de quem é a culpa”. Matéria é publicada um mês depois da morte de duas meninas por anorexia e tenta mostrar que não só as meninas que sonham com a carreira de modelo sofrem com isso. Normalmente, aquelas que sofrem da doença seguem um perfil: são introvertidas, perfeccionistas e rígidas com elas próprias, e têm uma possível predisposição genética. Com depoimentos de meninas que vivem ou viveram esse drama. Adequação a um padrão estético, imposto pela ditadura da magreza?

14) Eu, leitora (4 páginas)

“Casei de novo com meu ex-marido”. A leitora de 64 anos, depois de um casamento de 27 anos marcado por traição e sofrimento, e mais sete anos de separação, reencontra ex-marido em uma festa, começa a namorar novamente, e decidem se casar outra vez. Destaque para a possibilidade de recomeçar em qualquer idade.

15) Marie Claire moda festa (6 páginas)

16) Editorial de moda (22 páginas)

17) Editorial de beleza (16 páginas)

Acenda o olhar: sombras/com produtos (6 páginas); À Flor da pele: perfumes/com produtos (5 páginas); Os perfumes que eles amam: alguns homens avaliam os perfumes mais sedutores do mundo/com produtos (2 páginas); Beleza em foco: maquiagens que são puros fetiches e aromas ultrafrescos/produtos (2 páginas).

18) Marie Claire sem estresse (4 páginas)

“Descubra o seu jeito de relaxar”. Teste: “Como você se acalma”. Para cada resultado dos testes há dicas e sugestões (incluindo os itens que devem constar no cardápio).

19) Marie Claire coração partido (4 páginas)

“Quando o corpo adoece de amor”. Os termos de relacionamentos e suas consequência para a saúde do corpo e da alma. A dor, muitas vezes, acaba transparecendo como consequências físicas como quilos a mais, manchas na pele etc.

20) Marie Claire viagem (4 páginas)

“Os refúgios secretos da Toscana”.

21) Marie Claire cozinha (4 páginas)

Menu a jato.

22) Horóscopo (2 páginas)

23) Endereços (2 páginas)

24) Mil coisas – crônica de Patricya Travassos (1 página)

“Diga-me com quem foi casado”. Personagem de 35 anos resiste às cantadas de um homem 25 anos mais velho, mas depois de tantas investidas, acaba cedendo. Tem toda a segurança da relação, já que se sente uma ninfetinha perto do sexagenário, achando que a escolha dele seria, justamente, por ela ser muito mais nova. Porém, quando conhece a ex-mulher, uma loira, alta, superinteressante, acaba valorizando mais a idade do parceiro e descobre que o interesse dele não era por sua pouca idade, mas por suas qualidades.

APÊNDICE 2

TABULAÇÃO DO CORPUS – Malu

Edições: janeiro de 2005 a dezembro de 2006

13 de janeiro de 2005

Encarte de culinária: 20 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: conheça os 12 participantes do Big Brother Brasil 5; Claudia Raia comemora seus 38 anos em família; Casamento do fenômeno pode não sair em fevereiro; Ronaldinho Gaúcho recebe homenagem; O que está rolando com os famosos de Hollywood; Clã dos Camargo em clima de festa; Música da semana: “Não é sempre” (Rodrigo). (Rodrigo).

2) Nossa capa (1 página)

Entrevista com Luma de Oliveira: “A musa do carnaval abre o coração”. Aos 40 anos ela conta os segredos da boa forma; Revela que a nova fase da vida (ela se separou do marido) tem trazido boas descobertas e que está mais apegada aos filhos; “Estou deixando a vida me levar. Meu plano de vida é viver bem”; Seu segredo de beleza é a alimentação saudável. “Mas, no fundo, de nada adiantariam cosméticos, boa alimentação e malhação se não tivermos bom humor”; “Meu corpo é a consequência do meu estado de espírito”.

3) Teste (1 página)

Como anda seu condicionamento físico?

4) Comportamento (1 página)

“Mais tempo para você!”. Organização e planejamento para “fazer seu dia render mais”.

5) Romance (1 página)

Os segredos dos casais felizes. Quatro casais famosos são os exemplos de como ser feliz.

6) Cabelos (1 página)

Escova progressiva.

7) Saúde (1 página)

Doença celíaca.

8) Vício (2 páginas)

Matéria sobre drogas.

9) Calor (1 página)

Moda verão. Vestidos.

10) Paixão (1 página)

Amor à segunda vista. “Às vezes, no seu trabalho, na sua vizinhança, existe alguém que tem tudo para ser um companheiro excelente, mas você fica sonhando com o homem ideal e nem percebe”. (“dica” de Gisela Rao, co-autora do livro *Desvendando os homens*). Exemplo de casais que só começaram a namorar bem depois que se conheceram (Eliana e Eduardo Guedes; e Sthefany Brito e Max Fercondini).

11) Relacionamento (1 página)

“Raio-X da infidelidade: especialista conta porque os casais pulam a cerca e ensina a manter um relacionamento saudável”. “Os maridos traem em busca de uma parceira que dê atenção, que seja mais atraente, afinal, **a esposa, principalmente depois que tem os filhos, costuma relaxar e se distanciar do companheiro**”, conta a terapeuta. Já as mulheres buscam um romance com um homem que as satisfaça de verdade”.

12) Dia-a-dia (1 página)

Conheça a farmácia do povo!

13) Beleza (1 página)

Beleza que vem da natureza: seleção de produtos feitos à base de alguma planta.

14) Saúde (1 página)

Cuidados com o glaucoma.

15) Decoração (1 página)

Quarto infantil bem bolado.

16) Seu corpo (1 página)

Dieta Crua: “Saiba como viver de forma saudável sem ter que cozinhar as refeições”.

17) Tendência (1 página)

A moda é escurecer os fios.

18) Filhos (1 página).

Dê um chega pra lá na birra!

19) Sucesso (1 página)

“Leandra Leal: ela faz e acontece!”. Entrevista sobre sua personagem em *Senhora do destino*.

20) O que foi notícia na semana que passou (1 página)

Notícias gerais sobre possível aumento da energia elétrica, por exemplo.

21) Minha história (1 página)

História da leitora Edirosy Oliveira, de São Paulo, SP, que conheceu o namorado em uma viagem de ônibus de São Luís (MA) a São Paulo.

22) Guia místico (1 página)

Orações e reflexões.

23) Resumo de novelas (1 página)

24) Horóscopo (1 página.)

25) Coleção: Malu artesanato (1 página)

Placas de jardim.

24 de fevereiro de 2005

Encarte de culinária: 20 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Ronaldinho e Daniella Cicarelli: o casal perfeito?; Bárbara Borges, nua e linda; Taís Araújo e André Gonçalves vivem Elza Soares e Garrincha no cinema; Carlos Nascimento quer perder 11 kg; Thiago Lacerda reata com Vanessa Lóes; Fim de namoro; Xuxa enfrentou o bisturi; Belo é transferido para receber visita íntima; Lucimara Parisi: sorte no amor e no trabalho; Eduardo Moscovis pode ser processado pelo governo do Rio; Hebe Camargo faz plástica; Datena fora da Band?; Dupla no comando; Irritação na Record

2) Nossa capa (1 página)

Entrevista sobre Grazielli Massafera: “Como a miss do *BBB5* chegou longe”. (A mãe dela, Cleuza Massafera, conversou com Malu). “Grazi mostra que, com determinação, é possível realizar seus sonhos”; “Desde pequena ela se apegou ao sonho de ser modelo e, aos 9 anos, já ganhava seu primeiro concurso de beleza”; Boxe: “Seja uma vitoriosa também! Grazi é determinada, pois até terminou um namoro de cinco anos porque o namorado, muito ciumento, não apoiava sua carreira como modelo. Inspire-se também na garra dessa paranaense: Nunca deixe de sonhar; Pense, planeje maneiras de alcançar seus objetivos e aja; Conte com a ajuda de pessoas que realmente gostam de você; Não prejudique ninguém para chegar aonde deseja; Tente melhorar sempre”.

3) Conquista (1 página)

Marque o segundo encontro. Dicas de **como** agir, roupa adequada, maquiagem, perfume; Dicas do que falar: “é preciso ler, ficar atenta ao que os outros falam e, importante, ter muito senso de humor. **Os homens adoram mulheres que os façam rir**, não com piadas, mas com boas tiradas...”.

4) Sexo (2 páginas)

Bate-papo com a ginecologista. A médica Albertina Duarte esclarece dúvidas sobre o uso da camisinha no casamento e da gravidez na adolescência.

5) Vida a dois (1 página)

A pergunta certa na hora certa. A psicoterapeuta Marilene Krom fala sobre o momento certo das mulheres perguntarem ao homem coisas como: “Você me ama?”, “Estou gorda?”, “Você já me traiu?”. Na matéria tem uma foto de três personagens da novela “Senhora do destino” exemplificando uma das situações.

- como a mulher tem de agir para segurar seu homem

6) Seu corpo (1 página)

Gordinha depois da lipo? Providências para tomar antes de fazer a cirurgia.

7) Bem-estar (2 páginas)

Guia da sorte. Aprenda a atrair só coisas boas para a sua vida e a ser uma pessoa mais feliz; Depoimento de famosos.

8) Dieta (1 página)

Vale tudo. Como perder 4 kg em 1 mês.

9) Beleza (1 página)

Engrosse seus lábios.

10) Saúde (2 páginas)

Barriga grande é sinal de quê?

11) Moda (1 página)

“Com os pés de fora!” Nove tipos de sandálias e tamancos.

12) Misticismo (1 página)

Rezas poderosas. Para os momentos de aflição e angústia.

13) Pele (2 páginas)

Regime contra a acne.

14) Seu ídolo (1 página)

O cinquentão está de volta. Entrevista com Antonio Fagundes sobre seu personagem em *Mad Maria*.

15) Mais bonita (1 página)

“Beleza aos 40 anos: Luiza Brunet”. Segredos de como ela se cuida.

16) Filhos (2 páginas)

Manual do bebê.

17) Minha história (1 página)

A história da leitora Eridan Alves Moitinho, de Salvador (BA), que entrou na Justiça para o pai de uma das filhas reconhecer a paternidade. Depois de um tempo, por um programa de rádio, se corresponde com um presidiário e se apaixona. Eridan foi conhecê-lo, começam

um romance, ela o ajuda e depois descobre que ele tem outra. Mais uma vez ele foi preso. “Agora, aos 51 anos, continuo sozinha. Mas pretendo arranjar um grande amor”.

18) O que foi a notícia da semana que passou (1 página).
Notícias gerais.

19) Guia místico (1 página)
Orações, salmos, magias, frases positivas.

20) Resumo de novelas (1 página)

21) Horóscopo (1 página)

22) Coleção: Malu artesanato (1 página)
Móbile de CDs.

3 de março de 2005

Encarte de culinária: 20 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)
Várias notinhas: Elizângela volta para as gravações; Wanessa Camargo volta a ser criança na Disney; Deborah Secco vira musa dos ingleses; Bruno Garcia é assediado pela Record e ganha papel em *Começar de novo*; Débora Falabella vai se casar com Eduardo Hypolito; Silvio Santos quer o diretor de *A escrava Isaura* no SBT; *Zorra total* vai brincar com as novelas da Globo; Leonor Corrêa quer fazer prestação de serviço no *Melhor da tarde*; Nill Marcondes está com pneumonia.

2) Nossa capa (1 página)
Mulher mandona: Daniella Cicarelli. A matéria fala sobre o gênio possessivo de Daniella na sua relação com Ronaldo. Especulam-se os motivos que levaram a apresentadora expulsar a modelo Caroline Bittencourt de sua festa de casamento; **Dá dicas para a mulher muito controladora não perder o marido.**

3) Bate-papo (1 página)
Índio no Rio de Janeiro. Entrevista com Fidellis Baniwa, índio e ator de *Mad Maria*.

4) Em forma (2 páginas)
Emagreça com o médico das estrelas. Dicas de Alfredo Halpern, médico endocrinologista e autor da dieta dos pontos.

5) Teste (1 página)
Grafologia. Sua letra revela o seu jeito de ser.

6) Bate-papo (1 página)
Entrevista com o cantor e apresentador Netinho de Paula. “Leitoras fizeram as perguntas e o apresentador revelou tudo sobre o episódio da agressão”; Nas respostas Netinho se referiu às leitoras como “princesa”, “minha querida”.

7) Dia-a-dia (2 páginas)
Está difícil engravidar? Formas de tratamento, técnicas naturais.

8) Relacionamento (1 página)

Elas querem se separar. “72% das separações são iniciativa das mulheres”. Exemplo de dois casais famosos que se separaram. Dicas de como manter a classe diante de seu ex. Como as crianças lidam com a separação.

9) Seu rosto (1 página)

Verdades e mentiras sobre sua pele.

10) Intimidade (2 páginas)

Inteligência sexual. “Quando falamos em conhecimento sexual, nada mais é do que a consciência de que se você usar um batom vermelho, um decote mais ousado ou até mesmo uma fenda na saia: tudo isso irá atraí-lo”; “Conheça o seu ‘eu’ sexual secreto”; “Liberte-se dos preconceitos sexuais”. Teste: “teste seu poder de fogo”.

11) Saúde (1 página)

Regule seu intestino.

12) Dinheiro (1 página)

“Com o bolso cheio!”. Aprenda a administrar o dinheiro e não ficar no vermelho.

13) Kit maquiagem (2 páginas)

Que beleza de novidades. Novidades de maquiagens.

14) Filhos (1 página)

“Eles têm medo de quê?” Matéria sobre medos comuns das crianças.

15) Alimentação (1 página)

O melhor das frutas. “Saiba tirar proveito delas para ter uma vida saudável”.

16) Crianças (2 páginas)

Cuidados com o bebê de até 1 ano e meio.

17) Minha história (1 página)

História da leitora Maria Jaci da Silva, de Rondonópolis (MT) sobre a tristeza de não poder **dar um filho ao marido**. Após o parto do primeiro filho (de outro homem), a irmã pediu para o médico operá-la para que nunca mais pudesse ter filhos. “Nunca contei a ninguém, sempre guardei esse sofrimento comigo e hoje estou me abrindo com a **minha melhor amiga, a Malu**”. Já adotaram uma menina, mas Maria ainda quer engravidar do marido.

18) O que foi notícia na semana que passou (1 página)

Notícias gerais: ovos de páscoa mais caros, suspenso o salário-maternidade, nova esperança para os aposentados, financiamento de material escolar, controle dos preços.

19) Guia místico (1 página)

Preces, o poder das cores.

20) Resumo das novelas (1 página)

21) Horóscopo (1 página)

22) Colecione: Malu artesanato (1 página)

Cômoda reformada.

14 de abril de 2005

Encarte de culinária: 20 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas. Casal do momento, Grazi e Alan, posa para fotos sensuais; Danielle Winits fica noiva de Cássio Reis; Letícia Spiller se livra da imagem de vilã; Quem é quem em *A lua me disse*; Entrevista com Wagner Moura e Adriana Esteves sobre seus personagens.

2) Nossa capa (1 página)

Mamãe Cicarelli (Daniella Cicarelli). Os cuidados que as mulheres devem ter nos primeiros meses de gestação. Com exemplo de Daniella Cicarelli, na época grávida de Ronaldo.

3) Comportamento (1 página.)

“Mania de ‘pegar’ o que não é seu!”. Matéria sobre cleptomania. Depoimento de uma leitora, vítima de amiga cleptomaniaca. Exemplos do “mundo das celebridades”: a personagem vivida por Christiane Torloni em *América*. E a atriz Winona Ryder.

4) Saúde (2 páginas)

Surto da doença de Chagas.

5) Guia místico (1/3 de página)

Frases positivas e conto “engrandecedor”.

6) Postura correta (1 página)

Limpeza da casa sem dor nas costas.

7) Beleza (2 páginas)

Transforme sua casa num spa. “Dicas para dar um trato no seu visual e se tornar um **mulherão**”. Tratamentos para celulite, cabelos, massagem etc..

8) Relacionamento (1 página)

Dê um fim às brigas. Dicas: demonstre carinho ao seu parceiro, mostre interesse no que ele fala: “mostre que você está interessada, olhando fixamente nos olhos dele”.

9) Seu ídolo (1 página)

Zezé não gosta de rotina no sexo. (Entrevista com Zezé di Camargo). Temas abordados: ciúme das filhas, fidelidade, fama de paquerador. Como ele mantém a relação (com a mulher) quente? “sou bem romântico e não gosto de monotonia. Ela também tem que estar sempre inventando algo para mim, porque se você ama, tem que manter diariamente esse amor aquecido”.

10) Especial saúde da mulher (2 páginas)

Tudo sobre a menopausa. “O que é, tratamentos e exemplo de mulher na menopausa: Regina Duarte”.

11) Violência (1 página)

Crianças na mira dos seqüestradores.

12) Paixão (1 página)

14 atitudes que os homens odeiam e as mulheres insistem em fazer. Matéria feita em tópicos com 14 itens que os homens detestam que as mulheres façam. “Às vezes, seu amor fecha a cara e você fica sem entender o que fez de tão terrível? Isso acontece porque nós, mulheres, fazemos coisas que consideramos normais, mas que eles detestam. Conheça algumas delas e **fique atenta!**”

13) Filhos (2 páginas)

“Amor sim, preconceito, não!” Matéria sobre crianças como síndrome de Down; Temas: o que é, como cuidar, qual a causa; Na matéria há algumas declarações de Romário, que tem uma filha com a doença; 1/3 de página sobre o desmame do bebê.

14) Dieta (1 página)

Evite as tentações à mesa. Idéias para comer sem engordar.

15) As bênçãos de um papa do povo (1 página)

Mensagens do Papa João Paulo II. Depoimento de Roberto Carlos (cantor) sobre o Papa.

16) Sexo (2 páginas)

“Problemas na intimidade do casal?” Temas: dificuldades sexuais dos homens, falta de diálogo, causas da disfunção sexual. Como conversar sem constranger o parceiro.

17) Seu futuro (1 página)

Volte a estudar. Sobre programa de alfabetização de adultos; Foto da cantora Sandy com a legenda: “a cantora Sandy arrumou um tempinho na sua concorrida agenda de shows e voltou a estudar: ela está fazendo Faculdade de Letras, em Campinas, Interior de São Paulo”.

18) Resumo das novelas (1 página)

19) Vida real (1 página)

Correndo atrás de um sonho. História de uma estudante que, junto com o marido, conseguiu entrar ilegalmente nos Estados Unidos. Com referência à novela *América*.

20) Horóscopo (1 página)

21) Colecione: Malu artesanato (1 página)

Lembrancinha de bebê.

12 de maio de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Jean revela sua intimidade na *G Magazine*; Preta Gil aparece de namorado novo; Regina Duarte será Helena, em *Amor e casamento*, próxima novela de Manoel Carlos; Marcello Antony adota outra criança: agora é uma menina; Cissa Guimarães e Rodrigo Hilbert chamam a atenção na praia; Entrevista com a atriz Carla Regina. Tema: novelas; Ivete Sangalo está solteira novamente.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Lá vem a noiva cheia de charme”. Com a atriz Solange Couto. A matéria enfatiza a idéia da noiva aos 48 anos. “A atriz subirá ao altar com o ‘**príncipe encantado**’ Widson

Cordeiro num casamento digno de **românticas histórias de amor**”. Temas: dia da noiva, pouco tempo de namoro, lua-de-mel, padrinhos, detalhes da festa.

3) Gravidez (2 páginas)

Bonita antes e depois do parto. 22 opções de cremes, óleos e gel para as grávidas.

4) Bem-estar (1 página)

Acupuntura para corrigir apnéia.

5) Polêmica (1 página)

Vida após a morte. Entrevista com a vidente Socorro Leite sobre vida após a morte.

6) Misticismo (2 páginas)

Santos poderosos. A revista ensina orações a alguns santos. Guia místico.

7) Seu ídolo (1 página)

Marcos Pasquim, agora um rapaz comportado. Entrevista sobre seu personagem em *A lua me disse*.

8) Dia-a-dia (1 página)

Entrevista com dois especialistas sobre o uso da chupeta, hora de tirar etc.

9) Beleza (2 páginas)

Quer ser **linda como Luiza Brunet**? No olho da matéria foi feito um resumo da vida de Luiza Brunet: “...pobre, filha de um casal de lavradores...”; “sua história é meio de Cinderela. Com 12 anos, já trabalhava como empregada doméstica e, aos 16, casou-se com Gumerindo Brunet de quem herdou o sobrenome...”. Luiza dá dicas de beleza e dieta

10) Justiça (1 página)

Divórcio: acabe com suas dúvidas. Temas abordados: guarda dos filhos, pensão, bens etc.

11) Saúde (1 página)

Cirurgia cura excesso de suor. Explicações sobre a cirurgia para curar hiperidrose.

12) Seu corpo (2 páginas)

Nova dieta ortomolecular.

13) Filhos (1 página)

Criança com deficiência visual. Exemplo de uma personagem cega da novela *América*; Explicações sobre os cuidados com a criança com deficiência visual.

14) Sua casa (1 página)

Decore quarto de meninas. Dicas de decoração para o quarto de meninas.

15) Intimidade (2 páginas)

Falando de sexo com Sue Johanson. A apresentadora canadense fala de sexo, tabus, masturbação, traição, aborto.

16) Vida a dois (1 página)

As mentiras que os homens contam. “Os homens mentem para nos agradar, para evitar uma briga e alguns até por pura crueldade”. A matéria apresenta algumas possíveis frases

mentirosas que os homens dizem. Como, por exemplo, “só tinha homens lá, fique tranqüila”; Dois personagens da novela *América* ilustram a matéria.

17) Limpeza (1 página)

De olho na cozinha. Cuidados para manter a cozinha limpa, sem bactérias.

18) Resumo de novelas (2 páginas)

19) Horóscopo (1 página)

20) Coleção: Malu artesanato (1 página)

Imãs de geladeira

9 de junho de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Irmão da Grazi tira a roupa na *G Magazine*; Thiago Rodrigues, do jeito que a **mulherada** gosta!; Daniella Cicarelli e Ronaldinho: será que tem reconciliação?; Felipe Dylan e Cláudia Rodrigues juntos?; Entrevista da semana: Vic Amor Militello

2) Nossa capa (2 páginas)

A paixão que sobreviveu fora do *BBB* (Grazi e Alan). O casal conta como é a relação fora da casa do *BBB*, um aponta os defeitos e qualidades do outro, fazem planos para o futuro.

3) Saúde (2 páginas)

Mitos e verdades sobre a pílula. Matéria sobre as novidades dos métodos contraceptivos.

4) Comportamento (1 página)

Compulsão por comida, bebida.

5) Relacionamento (1 página)

Amor a distância. Uma leitora conta sua experiência: ela é mulher de caminhoneiro e precisou saber lidar com a distância do marido no dia-a-dia e na criação dos filhos.

6) Beleza (2 páginas)

Depilação perfeita. Dicas e produtos para fazer depilação (axila, buço, pernas, virilha).

7) Filhos (1 página)

Mãe e pai ao mesmo tempo. Matéria sobre a educação dos filhos sem a presença do pai; Um dos ganchos da matéria é a personagem de Adriana Esteves na novela *A lua me disse*. “Parece **difícil**, mas você também pode bancar a **heroína**”; “Por conta da correria diária, as **mulheres tendem a não dar atenção** às conversas com os filhos. De acordo com os especialistas, **é um erro fatal**”.

8) Comida afrodisíaca (1 página)

Cardápio para **seduzir seu amor**. Receitas afrodisíacas para o dia dos namorados.

9) Amor (2 páginas)

“A astrologia dá uma mãozinha quando o assunto é paixão!” Dicas para **conquistar o homem** de cada signo; Guia místico. “Na **luta por um grande amor**, não custa **tentar**”

um pouco de tudo, né? E se for para ter aquele **homem maravilhoso**, em quem está de olho há tempos, **todo esforço é válido!**” Com o “Guia místico” em 1/3 de página. “Magia para encontrar **um grande amor**”.

10) Seu futuro (1 página)

Venda de porta em porta. Dicas de como ser uma boa revendedora (aparência, venda, pós-venda); Gancho: a atriz Paula Burlamaqui vive uma vendedora na novela *América*.

11) Por trás das câmeras (1 página)

Os segredos de Dani Bananinha. Temas: corpo, alimentação, cabelos, medos, ídolos etc.

12) Infância (2 páginas)

“Seu filho já brincou hoje?” Matéria sobre brinquedos ideais e seguros. A não necessidade de a criança ter um celular. Os malefícios da televisão.

13) Alongamento (1 página)

“Hora de se esticar!” Exemplos de exercícios para se alongar.

14) Seu rosto (1 página)

Cuidados com a pele na menopausa.

15) Intimidade (2 páginas)

As doenças que afetam a sexualidade feminina. Exemplos de doenças (depressão, hipertensão, diabetes) que prejudicam a vida sexual das mulheres.

16) Bem-estar (1 página)

Você toma muitas vitaminas?

17) Sua casa (1 página)

Prepare-se para receber seu bebê.

18) Resumo das novelas (2 páginas)

19) Horóscopo (1 página)

20) Artesanato (1 página)

Estamparia em pano de prato.

21 de julho de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Dançarina de *América* mostra suas curvas; Cicarelli comemora aniversário do namorado; Netinho gravou DVD ao lado dos filhos; Entrevista com Claudete Troiano sobre a mudança de emissora; Marieta Severo, em momentos de avó-coruja; O que aconteceu por trás do atropelamento de Raíssa, em *América*; Tânia Kalil em traje de festa; Mariana Kupfer sai na *Playboy* de setembro.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Adriane Galisteu: sorte no amor e crise no trabalho”. Na entrevista ela fala do seu trabalho como apresentadora, mudanças de emissoras. A revista exalta sua beleza natural por ela não ser adepta ao silicone.

3) Cabelos (2 páginas)

Um dia com o cabeleireiro de Galisteu. Dicas de cortes. Valor de um corte com Marco Antônio de Biaggi. Cabeleireiro amigo das famosas: “adoro passar o Natal na casa da Adriane Galisteu. Também tenho paixão pela Danielle Winits. Já a Juliana Paes é a minha recordista, a que mais trabalhei nos últimos tempos. E adoro a Luana Piovani”.

4) Segurança (1 página)

Evite acidentes no elevador.

5) Relacionamento (1 página)

Supere a perda de um amor. O gancho da matéria é o fato de Daniella Cicarelli estar namorando poucas semanas após a separação com Ronaldinho – a “tática Cicarelli”. Especialistas dão dicas do que é melhor fazer: “esperar ou partir para outra?”

6) Saúde (2 páginas)

“As doenças que você tem e não sabe!”. Matéria sobre insegurança, medo, ressentimento, depressão, estresse etc.

7) Dinheiro (1 página)

“Guia de vendas”. “Ciro Bottini, um dos maiores vendedores da tevê, ensina você a aumentar sua renda”.

8) Enquete (1 página).

“Você acredita em alma gêmea?”. Famosos dão seus depoimentos.

9) Trabalho (2 páginas)

Empregados x Patrões.

10) Sua casa (1 página)

Pragas domésticas. Como manter insetos longe de sua casa.

11) Entrevista (1 página)

“Merchan Neves está na boca do povo!”. Entrevista com o humorista Carlinhos, do *Pânico na TV*. Sobre o programa e o bordão “Pedala Robinho”.

12) Coisas de mulher (2 páginas)

Tensão pré-menstrual. Teste para saber o grau da TPM e novidades no tratamento.

13) Dia-a-dia (1 página)

“Babosa, na saúde e na beleza”. Benefícios da babosa.

14) Gravidez (1 página)

“Conforto na maternidade”. Como superar a perda de um bebê e tentar outra gravidez.

15) Em forma (2 páginas)

“Dieta de inverno”. Cardápio para uma semana de dieta; Entrevista com Mariana Dib, apresentadora da Rede Mulher e personal trainner da academia Bio Ritmo.

16) Boa notícia (1 página)

Banco de córneas. Gancho da novela *América* que tem um personagem cego; Informações sobre o banco de córneas.

17) Filhos (1 página)

Incentivo à leitura.

18) Resumo de novelas (2 páginas)

19) Seu corpo (1 página)

“O que o DIU de Mirena faz por você?”. Diferenças entre o Mirena e o DIU.

20) Horóscopo (1 página)

25 de agosto de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Sasha faz 7 anos e comemora com os amigos da escola; Xuxa visita a Argentina e leva a filha a tiracolo; Família unida até na passarela; Daniel Erthal, o Léo de *Malhação*, em poses sensuais; Malu Mader passa por cirurgia e retira cisto; Felipe Dylon é o padrinho nacional do McDia Feliz; Casal 20 dança ao som de Kid Abelha; Entrevista da semana: Alcione.

2) Nossa capa (1 página)

“**Mudei minha vida** por causa do meu **marido**”. (Ana Paula Padrão). Na entrevista ela fala que mudou de emissora por causa do marido: “cuido dessa relação: **mudei minha vida por causa dele, dessa relação... tem que cuidar todo dia!**”. “Uma **mulher realizada**”, “Sonho em ser **mãe**”. “Me preparei muito para encontrar uma pessoa como o Walter. Eu fiz por merecer um homem como ele”; Já fez alguns tratamentos e pensa em adoção.

3) Dinheiro (1 página)

Saia do vermelho!

4) Beleza (2 páginas)

“Maquiagem sem segredos”. A matéria conta os segredos de como se maquiar.

5) Dia-a-dia (1 página)

“Você não pode ter filhos”. Dúvidas e tratamentos para quem não consegue engravidar por problemas tanto do homem quanto das mulheres.

6) Guarda-roupa (2 páginas)

“Descubra como disfarçar seus pontos fracos e realçar os fortes”.

7) Intimidade (1 página)

Correção vaginal. Técnica para melhorar problemas estéticos genitais.

8) Gravidez (1 página)

Alimentação para hipertensas.

9) Dieta (2 páginas)

“**Tenha corpo de modelo**”. Ana de Biase, a salva-vidas do *Caldeirão do Huck* dá as dicas. Com 1/3 de página com aula de português.

10) Polícia (1 página)

Extorsão pelo telefone.

11) Em forma (1 página)

“**Bumbum perfeito**”. “Quer ficar com um parecido com o da **Carla Perez**? Aprenda como!” Exercícios localizados para o bumbum.

12) Filhos (2 páginas)

“Tevê na hora errada”. Como lidar com as perguntas que os filhos vão fazer após assistir às novelas e não indica aos pais a continuarem com esse hábito. É inadequado para crianças.

13) Sua casa (1 página)

Instalação elétrica.

14) Saúde (1 página)

“Você tem osteoporose?”. Formas de prevenção e tratamento.

15) Emprego (1 página)

Faça seu currículo – como montar um currículo.

16) Vida a dois (1 página)

“Solte a Creusa que existe em você”. O gancho da matéria é a personagem Creusa, da novela *América*. Ela é tímida, recatada, religiosa, mas na cama se mostra um furacão. Inês Cavalieri, mestre em sexologia, “ensina” táticas para as mulheres surpreenderem na cama. “Talvez você não tenha os dotes físicos da Juliana Paes, mas nada a impede de ser um furacão na cama e **surpreender o seu parceiro**”.

17) Resumo de novelas (2 páginas)

18) Família (1 página)

Diário de um pai.

19) Horóscopo (1 página)

15 de setembro de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Entrevista da semana: três perguntas para Danielle Winits e Mariana Ximenes sobre personagens e novelas; Wagner Moura curte show com os pais; Erick Marmo está de namorada nova; Namorado de Luana Piovani mostra o que ele tem que ela tanto adora!!!; Mulheres arrasam no figurino em leilão beneficente realizado por Luciano Huck.

2) Nossa capa (1 página)

“Fátima Bernardes, um exemplo para nós!” A matéria mostra o lado **mãe, profissional e mulher** de Fátima Bernardes; O **segredo** de seu casamento é o respeito mútuo. “Eu o admiro profissionalmente”; Mesmo com uma vida profissional agitada **ela prepara o lanche dos seus três filhos, leva-os na escola e almoça com eles**. Depois do trabalho, as atenções são para o “maridão” William Bonner.

3) Relacionamento (1 página)

Dormindo com o inimigo. Porque, quando e como sair de uma relação doentia. Roberto Bo Goldkorn, orientador pessoal e escritor, dá as dicas.

4) Beleza (2 páginas)

Maquiagem das apresentadoras da tevê. Os maquiadores das apresentadoras Eliana, Angélica, Luciana Gimenez, Hebe e Márcia Goldschmidt ensinam os truques delas.

5) Comportamento (1 página)

Esquizofrenia. Com o gancho da novela *Alma gêmeas*, que tem uma personagem esquizofrênica, a matéria indica os sintomas e formas de tratamento.

6) Trabalho (1 página)

Direitos do desempregado.

7) Em forma (2 páginas)

Dieta rápida.

8) Dia-a-dia (1 página)

Cisto no cérebro. Os sintomas, a causa. A matéria tem como exemplo a atriz Malu Mader, que teve um cisto retirado.

9) Cabelos (1 página)

Lisos ou cacheados?

10) Espiritismo (2 páginas)

“Chico Xavier: no cinema e na tevê”. Um pouco da história de Chico Xavier e detalhes sobre a minissérie e o filme que serão lançados.

11) Vida a dois (1 página)

Casamento à moda antiga. Matéria sobre um reality show do SBT que terá como objetivo **desencalhar solteirões**.

12) Bate-papo (1 página)

Nova fase de Wanessa Camargo. Ela conta que mudou seus hábitos, parou, repensou e recomeçou no pessoal e no profissional. “Antes, eu ia à balada mesmo tendo que acordar às 7 horas da manhã. Hoje, não faço mais isso”. “Aos 22 anos de idade, ela quer ser muito mais do que uma celebridade”.

13) Saúde (2 páginas)

Sem estresse e sem cansaço.

14) Sucesso (1 página)

“O novo aprendiz”. Entrevista com Porcel, vencedor do programa *Aprendiz*. Temas relacionados ao programa, ao que ele vai fazer com o dinheiro que vai ganhar etc.

15) Sexo (1 página)

“Você só pensa naquilo?”. Matéria sobre pessoas que querem sempre transar (tanto homens quanto mulheres).

16) Família (2 páginas)

“À espera de um milagre”. Rosemara dos Santos Souza, 22 anos, fala das dificuldades e da tristeza que enfrenta com a doença rara de seu filho, que o deixou em estado vegetativo. Ela pega ônibus todos os dias para ficar das 13 às 21h com seu filho Jheck no hospital. “Não gosto que as pessoas fiquem falando sobre o estado de saúde do meu filho”.

17) Seu estilo (1 página)

“Na moda com Isabella Fiorentino”. A top fala sobre tendências na moda.

18) Caso verdade (1 página)

“Uma história de luta”. História de vida de Sabina Kustin, judia de origem polonesa, mas que agora vive no Brasil. Ela escreveu o livro *A vida e a luta de uma sobrevivente do Holocausto*. “Minha vida é um pouco trágica. Se paro para pensar, nem eu acredito”. Sabina trabalhou em campos de concentração, viveu escondida embaixo de uma igreja, com a ajuda de um padre, durante um ano. Foi descoberta e voltou ao campo. Depois da guerra, foi para Israel e conheceu seu marido. Vieram para o Brasil. O marido morreu de câncer e ela adora o país que a acolheu.

19) Resumo de novelas (2 páginas)

20) Vida de estrela (1 página)

Sheila Carvalho sai do *É o Tchan*. Na entrevista ela conta o que faz para cuidar do corpo, cabelo, projetos de vida, namoro etc.

21) Horóscopo (1 página)

27 de outubro de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Família de Cléo Pires comemora aniversário do caçula Bento; Cléo namora na praia; Casais famosos e seus programas românticos; Ex-globais comemoram estréia de prova de amor; Uma sócia de Kelly Key; Irmã de Zezé di Camargo em fotos sensuais!; Guilherme & Santiago passam o dia com fãs; Música da semana: *Por que choras?* (Bruno & Marrone e Banda Calipso).

2) Nossa capa (2 páginas)

“Zilu: O Zezé foi meu **primeiro e único grande amor**”. Entrevista com Zilu Camargo. Temas: como cuidar da **família**, **infidelidade** do marido, **casamento** de 23 anos, sexo, paixão, dificuldades. Receita do **prato preferido “do maridão**”. “Você, com certeza, já ouviu falar que atrás de um grande homem existe uma grande mulher”.

3) Seu estilo (2 páginas)

“Moda barata e de boa qualidade”. Blusas, minissaia, calça jeans, bermuda e sandálias.

4) Sua casa (1 página)

Produtos de limpeza clandestinos.

5) Seu corpo (2 páginas)

“Dieta do suco”. “Você pode eliminar até 7 kg por mês”.

6) Famosos (1 página)

“Ivete Sangalo, estrela da Globo!” Entrevista com a cantora sobre um programa que ela irá apresentar. Mais temas: namoro e o lançamento de um perfume inspirado nela. A marca Avon criou o perfume Extraordinary. A pesquisa de mercado apontou Ivete como **modelo de mulher** bonita, independente e arrojada.

7) Bem-estar (1 página)

“Como encontrar a felicidade”. Dicas para se encontrar a felicidade. “Consultor ensina que dias melhores virão, **se você se esforçar para isso**”. “**Você é o que pensa**. As pessoas felizes optam por ter pensamentos felizes”.

8) Religiosidade (2 páginas)

Hospital para curas espirituais.

9) Futuro (1 página)

Emprego não cai do céu.

10) Sua alimentação (1 página)

“Diet ou light: bobeou, engordou!” Diferenças entre diet e light.

11) Relacionamento (1 página)

“Golpe da barriga”. Utilizando-se do gancho da personagem de Flávia Alessandra, na novela Almas Gêmeas, a entrevista mostra os riscos que as mulheres correm ao aplicar este golpe. “Pense bem antes de dar um passo sem volta. Um casamento pode não ser para sempre, mas os filhos são para sempre”. “Por trás do golpe da barriga, segundo a terapeuta, esconde-se uma **mulher insegura**, que deposita sua **felicidade** integralmente **nas mãos desse homem**”.

12) Vida de artista (1 página)

“Joana Prado volta à tevê”. A entrevista com Joana Prado mostra os vários lados dela: mãe, repórter, esposa. “Hoje em dia, a minha prioridade é meu filho, meu marido e minha casa. Adoro cuidar deles e ser dona-de-casa. Estou muito feliz”.

13) Filhos (1 página)

“Ciúme entre irmãos”.

14) Seus cabelos (1 página)

Cauterização dos fios. Passo a passo do tratamento.

15) Saúde (2 páginas)

“Reconstruindo o corpo”. Matéria sobre o médico Per-Ingvar Branemark, que vai atender gratuitamente no Brasil. Ele é especialista em implantes de dentes e próteses.

16) Seus direitos (1 página)

Prestadoras de serviços públicos. Dúvidas sobre os serviços de água, luz etc.

17) Sexo (1 página)

“Homens não usam camisinha”. Matéria sobre os homens que não são acostumados a usar camisinha em relações sexuais eventuais. O sexólogo Gerson Lopes dá um recado para as mulheres: “A mulher tem que bater o pé, valorizar-se e exigir o uso do preservativo”.

18) Resumo de novelas (2 páginas)

19) Horóscopo (1 página)

3 de novembro de 2005

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Carla Perez e Xandy lançam CD na Bahia; Luciana Gimenez arrebenta como rainha da bateria da Imperatriz Leopoldinense; Da telinha para a vida real; Preta Gil sobe ao palco e amigos se divertem; Estrela de Hollywood visita o Brasil; Record comemora a estréia de *Prova de amor*, *Belíssima*.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Estilo de Cléo Pires”. “**Linda, carismática e talentosa**, a atriz é **simples** na maneira de se vestir. O coringa do seu guarda-roupa é a calça jeans”; “Uma das principais características de Cléo Pires, além da **beleza**, do **talento** e da **sensualidade**, são os **cabelos brilhantes e lisos**, ‘herança’ da mãe Glória Pires!”; O cabeleireiro Tony Morandin ensina as leitoras alguns truques para ter o **cabelo igual ao de Cléo Pires**.

3) Filhos (2 páginas)

“Em cada idade, uma atitude dos pais”. Como educar sem traumas, sem violência.

4) Cabelos (1 página)

“De morena a loira”. Técnicas para tingir, hidratação.

5) Comportamento (1 página)

“Gravidez psicológica”. Sintomas, exames, como superar a frustração.

6) Intimidade (1 página)

“Aula de sedução”. “Professora de artes sexuais ensina você a envolver o **seu homem**”; “Não há segredos, quanto mais amor, paixão e tesão, melhor será a noite”.

7) Crianças (1 página)

“Intoxicação em casa”. Pesquisa revela que a maioria dos acidentes é por descuido dos pais.

8) Seu estilo (1 página)

“Reforme sua calça jeans”. O passo a passo para reformar sua calça jeans.

9) Bem-estar (1 página)

“Mania de arrancar cabelos”. Matéria sobre a tricotilomania.

10) Em forma (1 página)

“Dieta líquida”. Segredos de Mari Alexandre para manter a forma.

11) Mais bonita (2 páginas)

“Argila para cabelos, corpo e rosto”.

12) Dia-a-dia (1 página)

Premonições. Matéria sobre o livro *O homem à frente das profecias*. Entrevista com o autor.

13) Saúde (1 página)

“Gagueira não tem graça”. Matéria sobre gagueira.

14) Beleza (2 páginas)

“Mãos e pés macios”. Dicas de cremes para hidratação dos pés e das mãos.

15) Seus direitos (1 página)

Defenda-se na saúde e no bolso.

16) Romance (1 página)

“Louca para casar”. **Cuidado:** a ansiedade de encontrar sua alma gêmea pode deixar você **sozinha**. Matéria sobre o que se deve fazer quando busca sua **alma gêmea** e o que não se deve fazer. Exemplo: A Mirna, da novela *Alma gêmea*.

17) Resumo de novelas (2 páginas)

18) Horóscopo (1 página)

5 de janeiro de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Um casamento emocionante: sobre o casamento de Danielle Winits e Cássio Reis; Ronaldinho desfila com seu novo amor: Ronaldo e a modelo Raica de Oliveira; O que passou, passou: Daniela Cicarelli e Ronaldo já são passado; O mistério de André: sobre a novela *Belíssima*; Natal com a família Camargo; Parabéns para Cláudia Raia; Xuxinha e Guto contra os monstros do espaço.

2) Nossa capa (1 página)

“Romance de novela”. Reencontros com amores do passado. A sexóloga Maria Helena Matarazzo explica sobre as tendências de se querer reencontrar casos antigos. Ressalta que não é uma continuação e sim um recomeço. Deve-se superar história do passado, como se tudo fosse novo.

3) Família (2 páginas)

“Violência contra a mulher”. Índices desse tipo de violência no Brasil. Estimula e informa como denunciar, dicas para a prevenção deste tipo de violência.

4) Mais bonita (1 página)

“Unhas saudáveis”. Dicas simples para você ter mãos e pés de princesa sem muito esforço nem dinheiro. A podóloga Maria Soares Craide dá dicas para cuidar melhor das unhas: micose, encravamento, cutícula, toques úteis.

5) Saúde (1 página)

Doenças ginecológicas no verão. O ginecologista Arthur Campos da Paz alerta para os cuidados com doenças típicas dessa época do ano, como clamídia e candidíase.

6) Previsões 2006 (2 páginas)

O que a astrologia promete para o ano.

7) Dia-a-dia (1 página)

“Você em dívidas para pagar?” Profissional dá dicas para organizar o orçamento. Impostos, material escolar, limpando seu nome.

8) Seu corpo (1 página)

“Combata o Mioma”. Explicações sobre o tema, dando ênfase para o avanço da tecnologia na área, o que diminui a probabilidade de cirurgias. Esclarece mitos sobre a infertilidade, explica o que é e os sintomas, formas de tratamento.

9) Beleza (1 página)

“Roteiro para arrasar nesta estação”. Limpeza de pele, banho tranquilizante, dieta, massagem, esporte, cuidados com a pele, relaxamento, sugestão de produtos.

10) Filhos (1 página)

“A quem recorrer para garantir que as crianças ficarão bem em casa”. Dicas para dar mais segurança às mães na hora de deixar as crianças com alguém: escolha das babás, apoio de vizinhos e parentes etc”

11) Relacionamento (1 página)

“Que cachorro!”. “Livre-se dos homens que são uma verdadeira roubada”. **“Conhecendo a carência das mulheres e aproveitando a tendência delas de mergulharem de cabeça nas relações afetivas**, muitos homens se dizem apaixonados com segundas intenções”. Especialista em terapia de casais define os tipos para se ter cuidado e métodos para detectá-los.

12) Misticismo (2 páginas)

“Reencarnação”. A astrologia ajuda a obter informações sobre vidas passadas e as características que cada signo trouxe para as vidas atuais. Pesquisas sobre a crença dos brasileiros em vidas passadas.

13) Alimentação (1 página)

Receitas com pêras. A fruta pode fazer parte de pratos doces e salgados.

14) Em forma (1 página)

Dieta líquida.

15) Resumo das novelas (2 páginas)

16) Entrevista (1 página)

Roberto Carlos: “Rei das Emoções”. Temas: novo CD e o tema ”amor” em suas canções.

17) Horóscopo (1 página)

19 de janeiro de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas: Nova Globeleza; SBT desmente que vai reduzir salário de apresentadores; Paulinho Vilhena comemora 27 anos com os amigos; Cláudia Leite, do Babado Novo, faz seus ídolos dançarem; Música da semana: “No dia em que eu saí de casa” de Zezé di Camargo e Luciano; Elenco comemora o sucesso da minissérie *JK*; Suzana Vieira com tudo em cima; Viviane Araújo: corpo de causar inveja; Amor de pai e filha: Gilberto Gil e Preta; O charme de D. Benta: Nicete Bruno; *Big Brother Brasil* – Casa dos solteiros.

2) Nossa capa (1 página)

“O drama de Katina”. Será que vale a pena esconder um segredo para preservar a família e o **casamento**? Com base no papel de Irene Ravache na novela *Belíssima*, um especialista fala sobre os problemas que uma mentira pode causar nas relações familiares; Dicas para **reconquistar o marido** após uma mentira.

3) Seu ídolo (1 página)

“Galã das empregadas domésticas”. Sobre o ator Alexandre Borges. Receita para um casamento feliz: ator fala sobre seu casamento, ressaltando que o **segredo** é a paixão, sobre seu personagem em *Belíssima* e sobre suas especialidades na cozinha.

4) Bem-estar (2 páginas)

“Massagem para relaxar”. Técnicas de massagem.

5) Família (1 página)

“Quantos filhos você quer ter?”. Educadora fala sobre a necessidade de planejamento familiar para o nascimento dos filhos. Instrui as leitoras a procurarem um médico para indicar os melhores métodos contraceptivos. Fala sobre crianças deficientes. Cita dificuldades para o planejamento familiar.

6) Intimidade (1 página)

“Exames de mulher”. Exames de rotina necessários para cada faixa etária.

7) Cabelos (2 páginas)

“Loira como Carla Perez”. O cabeleireiro da dançarina conta os **segredos** que transformaram seus fios.

8) Sexo (1 página)

“Solte-se na hora H”. Truques para deixara timidez de lado e se entregar ao prazer. Terapeuta Ana Maria Costa, que ministra o curso *O corpo fala*, dá dicas para o sexo prazeroso e saudável; Conheça-se melhor: saber o que gosta e o que não gosta e tentar **descobrir os gostos do parceiro**; Prepare o ambiente; Tempos para o outro: uma relação sexual plena também se faz fora do quarto, nas outras diversas relações do dia-a-dia.

9) Seu dinheiro (1 página)

“Economize telefone”. As novas regras da telefonia e principais mudanças.

10) Saúde (2 páginas)

“Dores na coluna”. Índices revelam que 85% da população mundial sofreu ou sofrerá problemas na coluna; Teste para calcular o risco; Posturas corretas; Profissional indica formas de melhorar os desconfortos; Sinais de alerta; tratamentos.

11) Seu estilo (1 página)

“Vestidos da Grécia”. Os modelos da personagem Vitória (interpretada por Cláudia Abreu), de *Belíssima*.

12) Teste (1 página)

“Você é otimista?”

13) Em forma (2 páginas)

Dieta do sanduíche. Com foto da atriz Paola Oliveira como o modelo a ser atingido com a dieta, já que a atriz assume que também come sanduíches lights.

14) Seu homem (1 página)

Câncer de próstata; índices sobre a incidência do câncer no Brasil; formas de prevenção; como a leitora pode fazer a sua parte.

15) Crianças (1 página)

“Sonho dos anjos”. Especialista fala sobre o sono dos bebês de acordo com a faixa etária; Dicas para melhorar o sono dos bebês.

16) Seu estilo (1 página)

“A roupa certa para seu corpo”. Personalidades servem de modelo para cada tipo: bumbum pequeno, altura, pernas grossas, seios grandes, quadril avantajado, barriga saliente; Lingerie para ficar na moda.

17) Superstição (1 página)

“Crendices populares”. Simpatias para atrair sorte; Formas de evitar o azar.

18) Educação (1 página)

“Babá de graça”. Estréia do programa *Supernanny*, em que a educadora Cris Poli assume o papel de babá para educar crianças desobedientes. Como se inscrever no programa.

19) Resumo de novelas (2 páginas)

20) Bate-papo (1 página)

“Poderosa Gabi!”. Com Marília Gabriela, que mostra que é uma **mulher realizada em todos os sentidos**. A jornalista revela como faz para cuidar do **corpo** e da **beleza**; Comenta sobre o **namoro** com Reynaldo Gianecchini; Peças que sempre tem no **guarda-roupa**.

21) Horóscopo (1 página)

16 de fevereiro de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas: Festival de verão reúne famosos na Bahia; Wagner Moura e Caetano Veloso na praia; Roger e Adriane Galisteu na praia; Panicat na capa da *Playboy*; Música da semana: “Ai, ai, ai” de Vanessa da Mata; Bianca Castanho será protagonista de *Cristal*, no SBT; Marcos Palmeira visita barracão da Mocidade; *Big Brother Brasil*: Daniel Saullo; Fábio Júnior lota show em sua nova turnê.

2) Nossa capa (1 página)

“Dê a volta por cima. Cinco lições para você **resolver todo e qualquer problema** e ser feliz!”. Com base no papel de Cláudia Abreu na novela *Belíssima*, que no início da novela passou por uma série de dificuldades, mas que deu a volta por cima, “já você, que também carrega um caminhão de problemas reais, deve saber que **o poder de reescrever a sua história está nas suas próprias mãos**”. O psicanalista Lauro Trevisan ensina como levar isso também para a vida real. “Cláudia Abreu, que afirma ter muitos **pontos em comum com sua personagem**, comenta porque Vitória é capaz de dar a volta por cima. ‘Ela é uma **mulher forte**, não é uma **mocinha indefesa e frágil**. Ela tem uma fibra e, ao mesmo tempo, consegue manter uma suavidade, é humana, maternal”.

3) Seu homem (1 página)

“Dia do noivo”. Matéria mostra que os homens também podem usufruir do Dia do noivo e que o interesse por isso vem crescendo. Vaidade: gerente de clínica de beleza revela que os homens não procuram o salão somente para o dia do noivo, mas que a procura no dia-a-dia para cuidados com cabelos, pele e unha vem aumentando.

4) Operação carnaval (2 páginas) – 2/3 de página de produtos

“Emagreça 4 kg em 7 dias”. Cardápios para “secar” (imagem da atriz Juliana Paes – “ela sempre faz sucesso no carnaval por causa do **corpão** que tem e do samba no pé”); Sambar fortalece as pernas e bumbuns; Como usar os autobronzeadores: fique bronzeada sem tomar sol.

5) Comportamento (1 página)

“Vilões da vida Real”. Com foto do ator Luigi Baricelli, que interpreta um vilão na novela *Alma gêmea*. Matéria sobre portadores do transtorno de personalidade anti-social, com explicações sobre esse desvio de personalidade. Perfil dos vilões.

6) Dia-a-dia (1 página)

“Golpes por telefone”. Matéria alerta para golpes dados pelo telefone, em que o impostor consegue obter informações sobre a vítima, com orientações para evitar os crimes.

7) Bate-papo (1 página).

Com a atriz Patrícia França. **Bem casada e bem sucedida**, ela revela como tenta conciliar a **vida profissional e pessoal**; Apesar de muito trabalho, **atenção à filha está em primeiro lugar**. Aos 34 anos, revela os seus segredos de beleza.

8) Gravidez (1 página)

“Depressão pós-parto. Aprenda a vencer esse problema que atinge até 15% das mulheres”. Explicações sobre as doenças, mudanças na gravidez.

9) Filhos (1 página)

“Papinha para os bebês”. Especialista fala sobre a idade ideal para se introduzir a papinha na alimentação da criança. Receitas de papinhas.

10) Seu corpo (2 páginas)

“Em forma com Cláudia Alencar”. Aos 55 anos, a atriz pesa 57 kg, é mãe de dois adolescentes e segue dieta natural. A atriz fala sobre seus dia-a-dia, dá dicas de beleza e revela seu cardápio.

11) Exemplo de vida (1 página)

“Sem limites para vencer”. Entrevista com professor que treina deficientes físicos há 27 anos.

12) Relacionamento (2 páginas)

“Viva um amor de novela”. Astrologia para **conquistar o homem** que você quer. Com fotos de casais de atores.

13) Saúde (2 páginas)

“Mamografia digital”. Possibilidade de detectar o câncer com mais antecedência. Doação de córneas: instruções para doação.

14) Seus cabelos (2 página)

“Cortes belíssimos”. Os cortes utilizados pelas atrizes da novela *Belíssima*.

15) Religião (1 página)

“Dom de falar com os mortos”. Especialistas falam sobre mediunidade.

16) Resumo de novelas (2 páginas)

17) Seu rosto (1 página)

“Maquiagem de verão”. Aprenda a se embelezar sem derreter no sol escaldante. Dicas de maquiagem passo-a-passo.

18) Horóscopo (1 página)

16 de março de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas. Feijoada do Leão Lobo atrai famosos em São Paulo; A anja tirou a roupa para a *Playboy*; Casal 20 do *Jornal Nacional* faz caminhada na praia; Musas do carnaval estão apaixonadas?; Boa forma de Luiza Brunet; Música da semana: “Fique em silêncio”, do RBD; Vesgo namora sob o sol de Salvador; Bate-papo com Carlos Nascimento; Carla Perez e Xandy de férias nos Estados Unidos; Fernanda Lima abriu restaurante em São Paulo; *Big Brother Brasil*.

2) Nossa capa (1 página)

“Vivo uma **relação** de muita parceria”. Entrevista com Patrícia Pillar. A atriz fala sobre seu **casamento** (é casada há 10 anos com o ministro Ciro Gomes) e sobre a vida tranqüila após ter enfrentado um câncer. Ela revela seus **segredos de beleza**.

3) Bastidores (1 página)

“Vida nova na Tevê”: Suzana Alves, ex-tiazinha, estréia em novela da TV Record.

4) Saúde (2 páginas)

“Por que ficamos doentes?”. Busca da origem da dor; Sentimento x doença; Homeopatia: cura sob medida.

5) Comportamento (1 página)

“Traição de amiga”. A personagem Karen, de *Belíssima*, faz de tudo para puxar o tapete da amiga. Especialista afirma que “a pessoa invejosa se sente inferior à amiga que admira e pode tentar prejudicá-la na intenção de se aproximar da realidade dela”.

6) Sexo sem compromisso (1 página)

Usando como exemplo a personagem Ornella, da novela *Belíssima*, que contrata os serviços de um garoto de programa, a matéria alerta as leitoras para embarcarem nessa sem expectativas e preparadas para curtir o momento, somente.

7) Vida real (2 páginas)

“Rainha dos salões para cabelos crespos”. Ex-doméstica virou empresária de sucesso quando, insatisfeita com os próprios cabelos, elaborou um produto para dar leveza aos cabelos crespos; Hoje atende cerca de 25 mil pessoas por mês, com uma rede de salões espalhadas pelo Brasil; De infância pobre, a empresária Heloísa Helena de Assis é um exemplo de **determinação** e de **mulher trabalhadora**.

8) Gravidez (1 e 2/3 página)

“Novo exame para infertilidade”. Novidade indica com segurança onde está o problema quando se há dificuldades de engravidar. “Tipos de leite”: qual é o melhor para a família?

9) Aprenda a falar espanhol (1/3 de página)

10) Seu corpo (2 página)

“Derreta 1,5kg em 2 dias”. Regime de 48 horas; Sucos poderosos.

11) Emprego (1,5 páginas)

“Concursos públicos”. Inscrições abertas; Explicações sobre concursos e vagas abertas.

12) Comida oriental (2/3 de página)

Receitas de pratos feitos do restaurante japonês da novela *Belíssima*.

13) Aposentados (2 páginas)

“Empréstimo arriscado”. Fraudes com a contratação de empréstimos por aposentados.

14) Dia-a-dia (2 páginas)

“Métodos anticoncepcionais”. Restrições, desvantagens, vantagens e modo de uso de 12 tipos de contraceptivos.

15) Educação (2 páginas)

“Mais tempo na escola”. Alteração da lei do Ensino Básico. O que muda?

16) Transformação (2 páginas)

“Corte desfiado”. Antes e depois de leitora, que trocou os cabelos longos por fios curtos.

17) Resumo de novelas (2 páginas)

18) Seu rosto (1 página)

“Peeling com ácido de flores”. Novidade para o tratamento da pele do rosto, que não agride a região. Com produtos para a pele.

19) Horóscopo (1 página)

6 de abril de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (2 páginas)

Várias notinhas: Asa de Águia abre seu primeiro DVD; Wanessa Camargo cantou para o namorado; Gianecchini em duas versões; Luma de Oliveira caminha sozinha...; Julia Lemmertz e o filho Miguel na praia; Ricardo Pereira no seu dia de folga; Juliana Paes comemora 26 anos com a família; Thaís Araújo começou a gravar *Cobras & lagartos*; *Big Brother Brasil*.

2) Nossa capa (1 página)

“O novo corpo de Cláudia Rodrigues”. Atriz volta ao ar depois de fazer uma lipoaspiração e colocar silicones nos seios.

3) Vida real (2 páginas)

“Carteiro poeta”. Carteiro que compõe música a partir da observação das pessoas, das ruas, da vida. Possui umas 700 canções, uma delas foi parar na boca do presidente que cantarolava, sem saber que se tratava de uma composição feita por um carteiro.

4) Dia-a-dia (2 páginas)

“Você conhece seus direitos”. Dicas do advogado Narvaes de Campos para não ser passado para trás.

5) Seu dinheiro (2 páginas)

“Remédios mais caros”. Especialistas fala sobre alternativas para se pagar menos; “Domésticas têm direito a férias de quanto tempo?”; “Novo golpe do fiador”.

6) Seu corpo (2 páginas)

“Jornalista conta como conseguiu recuperar os quilos perdidos durante a gestação”; “Toga emagrece?”

7) Filhos (2 páginas)

Notas: “Café da manhã reforçado” (a importância da primeira refeição e sugestão do cardápio ideal para as crianças). “A família moderna segundo as crianças” (pequenos dão suas opiniões). “Grávida? Procure um dentista” (porque se preocupar com os dentes durante a gravidez: foi comprovado que infecções nas gengivas podem prejudicar o parto).

8) Faça e fature (2 páginas)

Trufas para vender e para comer.

9) Beleza (2 páginas)

“Banho de chocolate” (o cacau é um poderoso hidratante e, por isso, utilizado em muitas técnicas de beleza). “Pés de Princesa” (dicas para deixar os pés macios, bonitos e livres de odores). “Cuidados o ano todo” (com o que se preocupar em cada estação do ano).

10) Saúde (2 páginas)

“Vá tomar banho” (especialistas falam sobre os malefícios à saúde, quando não se toma banho todos os dias). “Seios mais bonitos” (seis segredos para manter a saúde e beleza dos seios). SUS amplia atendimento à incontinência urinária.

11) Seu estilo (2 página)

Moda romântica. Atrizes usam e abusam dos laços e fitas.

12) Relacionamento (2 páginas)

“Brinquedinhos para seduzir”. Acessórios que enriquecem os momentos de intimidade. “5 motivos para ter fantasias sexuais”. “Nasce um novo homem, o übersexual” que se preocupa mais com a qualidade do sexo para ambos os parceiros.

13) Resumo de novelas (2 páginas)

14) Mais bonita (1 página)

“Argila para os cabelos”. Dicas para recuperar os fios e deixar os cabelos mais sedosos.

15) Horóscopo (1 página)

11 de maio de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas: Marcos Pasquim solteiro novamente; Priscila Fantin de bem com a vida; Dado Dolabella começa a gravar de visual novo; O trabalho delas é corujar os filhos; Dançarino do Tchakabum fica pelado na revista *G Magazine*; Como simples mortais: Wagner Moura, Thaís Araújo, Luiza Brunet e Luma de Oliveira.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Lições de **amor incondicional**” – Famosas dão seus recados para quem quer **ser boa mãe como elas!**. Glória Pires, Cássia Kiss, Hebe, Ângela Vieira, Angélica, Cláudia Raia, Cláudia Alencar. “É o amor incondicional!”; “A gente percebe que a gente é Deus”; “Não tem **nada melhor do que a maternidade**”; Porque **toda mãe é uma leoa**, certo?”

3) Seus cabelos (2 páginas)

“Truques para mudar o visual”: Duas leitoras mudam a aparência, com cortes mais modernos e descolados.

4) Sua saúde (2 páginas)

“Novo exame da endometriose”. O advogado Orlando Narvaes de Campos, especialista em casos de família, esclarece dúvidas sobre a casamento, traição, direito trabalhista e tipos de assédios. “Tratamento menos invasivo para aneurismas”.

5) Seus filhos (2 página)

“Como tratar de assuntos difíceis” (dicas para conversar com os filhos sem sustos e preocupação). “Teste de paternidade com avós” (nova opção de se descobrir a paternidade por meio do DNA dos avós). “Como funciona a pensão alimentícia” – esclarecimentos.

6) Seu estilo (2 páginas)

“Esmaltes da moda”. Cores escuras e tons de dourado usados em *Belíssima*; “O que as famosas estão vestindo?”

7) Beleza (2 páginas)

“Solução para a celulite”. Especialistas falam sobre a prevenção da celulite.

8) Bem-estar (2 páginas)

“Você acredita em premonição?”. Especialistas explicam quando ela ocorre e ensinam como identificá-la; (1 e 1/2 página). “Como conviver com a fofoca”. Usando como exemplo a personagem Tosca, vivida por Jussara Freire, em *Belíssima*, nota fala sobre fofoca e o que fazer quando você se torna vítima. (1/2 página).

9) Em forma (2 páginas)

“Vanessa Jackson emagreceu 42 kg”. Entrevista com a cantora. “Meu sonho sempre foi ser magrinha e agora eu estou assim. Antes, todo mundo falava: você tem um rosto maravilhoso, uma voz perfeita e eu ficava esperando o resto”. Índices de obesos no Brasil.

10) Relacionamento (2 páginas)

“A espera do príncipe encantado”. **Independentes, trabalhadoras, inteligentes e românticas.** Segundo pesquisa, esse é o perfil da mulher brasileira, que ainda “sonha com o homem perfeito” Onde essas mulheres procuram seus homens? Qual o parceiro ideal? **Mulheres revelam que preferem homens carinhosos e que apoiem seus projetos pessoais do que homens que paguem suas contas. Segundo socióloga, isso se dá pela modificação nas relações estabelecidas ao longo do século 20.** A matéria revela que ainda hoje muitos **homens resistem a aceitar as conquistas femininas**, o que gera frustrações no amor. “10 alertas antes do sim” – conselhos de especialista sobre o que fazer para preservar a relação, antes ou depois do casamento.

11) **Alimentação** (1 página)

“Comida portuguesa”: receitas

12) **Seu corpo** (2 páginas)

“Vida após o câncer de mama”. História de uma empresária de sucesso que teve câncer de mama. “Ala juntou os conhecimentos da medicina com os de terapias alternativas, acrescentou sua determinação e **‘compromisso de viver’** para lutar contra a doença e os efeitos colaterais do tratamento”. **“Mulheres como você, que transformaram problema em desafio, medo em coragem, doença em saúde”** (1 e 1/2 página); “Drama que vira arte”. Sobre a artista plástica Lourdinha Borges, que após cinco meses da morte do marido, descobriu que tinha câncer de mama, fato que se tornou objeto para suas artes (1/2 página).

13) Resumo de novelas (2 páginas)

14) Mais bonita (1 página)

Cabelos

15) Horóscopo (1 página)

8 de junho de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas: Pietro, filho de Giovana Antoneli e Murilo Benício comemora 1 ano; Novas capas da *Playboy*; Bruno Gagliasso participa de reality show na internet; Carlão na *G Magazine*; Entrevista da semana: Leonardo; Liliane ventura se casa na Igreja; Gean e Giovani e Fábio Jr. levam **mulheres ao delírio**.

2) Nossa capa (1 e 1/3 página)

“Entrevista com a atriz Vera Gimenez”. Mãe da apresentadora Luciana Gimenez, Vera esteve mais de 11 anos afastada da telinha, por causa do câncer. **Mesmo sem estar curada, fez um teste no SBT** e conseguiu um papel na nova novela da emissora.

3) Seu rosto (2/3 página)

“Solução definitiva para rugas”. Cirurgia retira os músculos da testa e das laterais dos olhos.

4) Especial dia dos namorados (2 páginas)

“Perfumes para seduzir”. “Aprenda a fazer essências afrodisíacas com a mesma especialista de *Cobras e lagartos*”. Boxe com os perfumes de quatro atrizes (o que elas estão usando). Com 1/2 página de produtos (dicas de presentes para o dia dos namorados).

5) Seus direitos (2 páginas)

“Não fique no prejuízo”. O Procon dá dicas para os consumidores saírem no prejuízo, quando o assunto é: alimentação, atendimento bancário, cartão de crédito, compra de lotes, condomínios, remédio e telefonia celular.

6) Beleza (1 página)

“Quer os cabelos da Juliana Paes?” O cabeleireiro dela revela seus segredos.

7) Beleza (1/2 página)

“Banho de brilho nos fios”. Antes e depois com uma leitora

8) Vamos aprender inglês? (1/2 página)

Expressões com “get” – vocabulário em inglês

9) Especial dia dos namorados (1 página e 1/3)

“Noite de Motel”. Dicas para transformar o quarto de casa em um quarto de motel para comemorar o dia dos namorados. “Tudo o que você precisa saber para passar, em casa, momentos especiais com quem ama”. “Simpatias para ganhar um amor” (1/3 de página). “Se você vai passar o Dia dos Namorados sozinha, **não desanime!** Escolha, entre as simpatias a seguir: ‘arranjar namorado’, ‘conquistar um amor’, ‘ser correspondida’, ‘encontrar uma nova paixão’, ‘ficar mais atraente’”.

10) Em forma (2 páginas)

Dieta do casal; A boa forma de Lucimara Parisi.

11) Saúde (2 páginas)

“Sem voz para trabalhar” (1 e 2/3 página). “Pesquisa mostra que 63% dos professores têm problemas para falar”. O que causa a perda da voz, orientações e cuidados. “Remédio Picado” (1/3 página). Drogarias são autorizadas a vender remédios fracionados.

12) Seu rosto (2 página)

“Maquiagem verde e amarela”. Em comemoração à Copa. “Cílios permanentes”. Orientações de como se faz.

13) Dia-a-dia (2 páginas)

“Receitas para as futuras mães” (1 e 1/3 página). Cardápio essencial para as mães.

“Moda Íntima” (2/3 página). Produtos.

14) Filhos (1 e 1/2 página)

“Crianças Siamesas”. (1 página). Riscos, dificuldades e preconceito. “Chupeta amiga ou inimiga?” (½ página). Especialistas falam sobre vantagens e desvantagens da chupeta.

15) Resumo das novelas (2 páginas)

16) Horóscopo (1 página)

27 de julho de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas. Turma do pânico faz dublagem no cinema; Tudo por um novo personagem; Daniel de Oliveira e Patrícia Pilar estão juntos no cinema; Suzana Werner de férias coma família; Heloísa Perissé faz chá de bebês com as amigas; Ana Hickmann grava comercial com marido; Bianca Rinaldi vira estrela no Chile; Sandy e Júnior em Portugal.

2) Nossa capa (1 página)

“Cabelos com mechas coloridas”. O que fazer para ter os cabelos iguais ao da atriz Cléo Pires, na novela *Cobras & lagartos*.

3) Beleza (2 páginas)

“Com barriga de tanquinho”. Objetos e massagens para endurecer a barriga.

4) Família (2 páginas)

“Meu filho fugiu de casa”. Os possíveis motivos que fizeram o filho fugir, o que fazer e como será a volta. “As crianças querem animais de estimação”. Cuidados na hora de adquirir um bichinho para que não ocorra nenhum problema entre ele e a criança.

5) Cabelos (2 página)

“Alongamento em 20 minutos”. Formas de alongar as mechas. “Seu cabelo não pára de cair?” Possíveis causas para isso e algumas soluções.

6) Dia-a-dia (1 página)

“Violência contra idoso”. As várias formas que esse tipo de violência pode ter. Com depoimento de uma senhora que, viúva e sem filhos, está há muito tempo sozinha em um asilo e decidiu mandar uma carta para o jornal pedindo que lhe adotassem. O anúncio fez sucesso e choveram padrinhos para ela.

7) Saúde (2 páginas)

“Na fila do transplante”. São Paulo lança cadastro on-line para agilizar atendimento e bate recorde de cirurgias. Especialistas tiram dúvidas. “Como acabar com chulé”.

8) Moda (2 páginas)

“De olho nas liquidações”. Roupas entram em promoção por causa do pouco frio.

9) Relacionamento (2 páginas)

“Está **solteira?**”. Matéria sobre agências de namoro reais e virtuais. “Onde encontrar sua **alma gêmea?**”; “Passo-a-passo para conhecer um **novo amor?**”.

10) Em forma (2 páginas)

Dieta relógio.

11) Faça e fature (1 página)

Calças para a festa.

12) Resumo das novelas (2 páginas)

13) Comportamento (1 página)

“Sua letra diz tudo”. Especialista fala sobre a relação entre grafia e personalidade.

14) Horóscopo (1 página)

10 de agosto de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (4 páginas)

Várias notinhas: Leandro, novo ídolo da música, namora há três anos; Festival de mulher bonita (Flávia Alessandra, Grazzi e Bianca Rinaldi); Atrizes fazem patinação no gelo; O que os famosos fazem nos dias de folga.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Emagreça com **as famosas**”. **Siga as dicas e cardápios delas**. “Até as artistas passam por maus bocados para surgirem lindas na TV”.

3) Filhos (2 páginas)

“Manchas brancas nos olhos” (1 página). A matéria fala sobre a doença retinoblastoma, um tipo de câncer que surge da retina. “Natação sem traumas” (1 página). Estimula as mães a colocarem seus filhos na água o quanto antes.

4) Beleza (2 páginas)

“Plástica em 24 vezes” (1 página). Cirurgias acessíveis a todos. Como funcionam as **plásticas parceladas**. “Foi-se o tempo em que utilizar os recursos da medicina estética para ficar bonita **era coisa de gente rica**. Junto com o desenvolvimento de novas tecnologias, o setor está se **popularizando** e já é comum o **parcelamento do preço** da plástica. Se você quiser **mudar o visual**, a hora é essa!” “Correção sem bisturi” (1 página). Cirurgias faciais que não usam o bisturi: Bioplastia, fios russos, laser e toxina botulínica.

5) Dia dos pais (2 páginas)

Famosos contam o que aprenderam com seus pais. Sugestões de presentes (2/3 de página).

6) Saúde (2 páginas)

“Esclerose múltipla”. A atriz Cláudia Rodrigues vive há seis anos com a doença. Especialistas explicam sobre as causas e os sintomas. Dicas para enfrentar os dias secos; Bula em áudio: foram lançadas bulas de remédios sonoras; Medo de elevador: especialista ajuda esclarecer um pouco sobre a claustrofobia e síndrome do pânico.

7) Em forma (2 páginas)

Dieta vegetariana.

8) Dia-a-dia (1 e 2/3 páginas)

“Aborto: sim ou não”. Índices sobre o aborto no País revela números cada vez mais altos. O texto destaca que as camadas sociais estão representadas nesse tema, já que, segundo

pesquisa, a maioria das meninas que aborta tem baixa escolaridade e falta de informação. Porém o perfil dessas mulheres é outro, quando se trata dos abortos de primeira gravidez. **As mulheres de melhor poder aquisitivo é que abortam mais a primeira gravidez.** Especialistas falam sobre as causas da interrupção da gravidez e surge a questão: **“todas as camadas sociais abortam, mas quem morre mais?”**

9) Cabelos (2 páginas)

“Cortes de novela” (1 e ½ página). O novo corte de cabelo de sete atrizes. “Chocolate e luz nos seus fios (½ página). Novos tratamentos com luzes (LED) e chocolate.

10) Relacionamento (2 páginas)

“Fui trocada por outra”. Será que **você é a próxima vítima?** Com fotos do casal Helena e Greg, par romântico de Regina Duarte e José Mayer no início da novela *Páginas da vida*, cuja relação foi desfeita por que ela foi trocada por outra. Dicas sobre os sinais que os homens dão quando estão traindo, alerta para uma possível volta pedindo perdão etc. “10 passos para uma relação madura”. Conselhos sobre como ter uma vida a dois harmoniosa.

11) Seus direitos (1 página)

“Etiquetas”. O que significam todos aqueles sinais encontrados nas roupas.

12) Seu corpo (1 página)

“Sutiã alivia dores no corpo”.

13) Resumo das novelas (2 páginas)

14) Horóscopo (1 página)

2 de novembro de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (3 páginas)

Várias notinhas: Kaká, um **marido perfeito**; Luciano em segunda lua-de-mel; Belo: De volta aos palcos; Fernanda Lima grava em Paris; Hora de cantar: Angélica levou o filho Joaquim ao show da Xuxa; Hora de brincar: Cláudia Rodrigues e a filha; Família (super) feliz: Vladimir Brichta e Adriane Esteves com o bebê recém-nascido.

2) Nossa capa (2 páginas)

“Relações delicadas”. Mães e filhas que vivem se desentendendo. Exemplos da novela *Páginas da vida* para falar sobre a relação mãe e filha. “Veja se **você se identifica** com as mães e filhas de *Páginas da vida* e **confira as dicas da psicóloga** Olga Tessari, especialista em terapia de família, de São Paulo”. Na vida real, a história é a da cantora Gretchen e sua filha, que há pouco tempo se assumiu homossexual. “**Finalmente** Thammy, filha mais velha da cantora Gretchen, assumiu publicamente sua **homossexualidade** e seu **novo visual**: com **cabelos curtos e trejeitos masculinos**”.

3) Beleza (2 páginas)

“Mãos e pescoços lisinhos”. Sobre produto aplicado por injeção na pele onde há rugas e flacidez. Como funcionam as aplicações, número de aplicações, etc. “Músculo do tchau fortalecido”. Exercícios localizados e cirurgias plásticas para acabar com esse “incômodo”.

4) Saúde (2 páginas)

“Convivendo com o câncer”. Especialistas ensinam como atenuar os efeitos do tratamento e acelerar a recuperação.

5) Seu estilo (2 página)

“Ande sempre na moda”. Lançamentos: roupas, calçados, biquínis e acessórios.

6) Seus cabelos (2 páginas)

“Franjas estão com tudo”. Atrizes passam pelo antes e depois; Cabeleireiro das estrelas dá dicas sobre cortes do verão; Dicas para manter os cabelos saudáveis.

7) Dia-a-dia (2 páginas)

“Casa eficiente” (1 e 1/3 página). Casa em que tudo foi planejado para ficar em harmonia com o meio ambiente. “Como escolher os tapetes” (2/3 página). Especialista dá dicas de como utilizá-los na decoração da casa.

8) Relacionamento (2 páginas)

“Ele é mulherengo” (1 e 1/3 página). “A **solução para segurar esse homem** não tem nada a ver com prisão e vigilância. “Como prender um ‘Greg’ – referência ao personagem de José Mayer, em *Páginas da vida*. “Na opinião do escritor (Drago, autor do *Livro da traição masculina*), um **homem infiel só se prende à mulher que o deixar bem solto** e por quem ele se **apaixonar perdidamente**”. “Crise no casamento” (2/3 de página). Utilizando o casal Alex e Marta da novela *Páginas da vida*, a revista aborda quais os fatores que podem abalar um casamento.

9) Seu corpo (2 páginas)

“Emagreça 10 kg em um mês”. Dieta do chá.

10) Misticismo (2 páginas)

Os santos e seus milagres.

11) Vida real (1 página)

“Cheguei a pesar 300 kg”. Homem dá depoimento sobre sua obesidade.

12) Animais (1 e 2/3 página)

“O cãozinho ideal para você!” Características das raças mais procuradas; cinco passos antes de se decidir entre ter ou não ter.

13) Resumo de novelas (2 páginas)

14) Horóscopo (1 página)

16 de novembro de 2006

Encarte de culinária: 16 páginas

1) Astros e estrelas (2 páginas).

Várias notinhas: Quer ver seus ídolos sem roupa? (Thaís Araújo, Carolina Dieckmann, Reynaldo Gianecchini e Preta Gil); Reencontro esperado (Marília Gabriela e Reynaldo Gianecchini); Segredos da boa forma (Fátima Bernardes e William Bonner); Novo amor (Fábio Assunção).

2) Nossa capa (1 página)

“Síndrome de Marta”. Especialistas dão conselhos para se levar uma vida menos rancorosa e mais feliz, baseados na personagem Marta, vivida pela atriz Lília Cabral que, durante a novela *Belíssima*, era a tradução da amargura e rancor. Os **pecados** da amargurada: inveja, desprezo, sonhar o sonho de outras pessoas. Pequeno perfil de atriz Lília Cabral que, apesar de ter uma criação rígida e de distanciamento do pai assim como sua personagem, deu a volta por cima e venceu essa criação. Como mãe, está atenta aos erros, pois com sua filha, quer que tudo seja diferente.

3) Beleza (2 páginas)

“Pele Negra”. Esteticista ensina como cuidar desse tipo de pele. Cita dez cuidados essenciais. “Implante de cílios fio a fio”. O que saber antes de optar pelo implante.

4) Sua casa (2 páginas)

“Mude a sala e os quartos”. Dicas de decoração para o quarto e a sala

5) Saúde (2 páginas)

“Ovários policísticos”. Matéria sobre distúrbio comum em mulheres jovens. Alerta para os sintomas e possíveis consequências se não acompanhados com frequência; “Sofrendo com as cólicas menstruais?”. Especialista responde dúvidas das leitoras.

6) Vida real (2 páginas)

“A supernanny mudou a minha vida”. Leitora participou do programa e conseguiu mudar a rotina de sua casa, fazer com que os filhos fossem mais obedientes e deixar a **harmonia reinar no seu lar**.

7) Misticismo (2 páginas)

“Cante com Padre Marcelo”. Letras de músicas do padre.

8) Filhos (2 páginas)

“Mãe, estou grávida” (1 e ½ página). Estatística brasileira sobre gravidez na adolescência e dicas de como os pais devem lidar com a situação. Alerta para as consequências de uma gravidez precoce; “O perigo do piercing” (½ página). Os riscos e lugares adequados para a colocação.

9) Seus direitos (2 página)

“Bê-a-bá do consumidor”. Dicas para um consumo ideal dada pelo advogado Rizzatto Nunes. “Planos de saúde”.

10) Seus cabelos (2 páginas)

“Nova escova de chocolate” (1 e ½ página). Técnica que deixa os fios brilhantes e com leve tom de dourado. Com passo-a-passo do processo. “Lançamentos” (½ página). Produtos.

11) Em forma (2 páginas)

“Emagreça 5 kg em 15 dias”. Dois cardápios especiais que buscam atingir essa meta.

12) Artesanato (2 páginas)

Saiba como fazer: luminária de mesa, móvel de pet, porta-colheres.

13) Resumo de novelas (2 páginas)

14) Horóscopo (1 página)

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

1. Reportagens completas

1.1. Marie Claire página

Marie Claire, abril de 2004, pp. 72 a 78 -- O mundo a seus pés	255
Marie Claire, fevereiro de 2005, pp. 44 a 49 -- Tati Quebra Barraco – Entrevista	261
Marie Claire, abril de 2005, pp. 76 a 81	267
Marie Claire, abril de 2005, pp. 86 a 92 -- Mulheres do mundo – O que querem as mulheres?	273
Marie Claire, maio de 2005, pp. 54 a 60	279
Marie Claire, maio de 2005, pp. 64 a 68	284
Marie Claire, julho de 2005, p. 162 -- Mil coisas – Patricya Travassos	289
Marie Claire, agosto de 2005, p. 30	290
Marie Claire, agosto de 2005, pp. 68 a 75	291
Marie Claire, agosto de 2005, pp. 84 a 89	297
Marie Claire, agosto de 2005, pp. 152 e 153	303
Marie Claire, abril de 2006, pp. 56 a 60 -- Angelina Jolie – A mulher que seduziu o planeta	305
Marie Claire, junho de 2006, pp. 152 a 155	309
Marie Claire nº 187, de outubro de 2006, p. 28	313
Marie Claire, nº 187, de outubro de 2006, pp. 56 a 62	314

1.2 Malu

Malu, 31 de maio de 2004, pp. 16 e 17	320
Malu, 24 de fevereiro de 2005, p. 7	322
Malu de 14 de abril de 2005, p. 19 – 14 atitudes que os homens odeiam e as mulheres insistem em fazer	323
Malu, 12 de maio de 2005, pp. 24 e 25	324
Malu, 9 de junho de 2005, pp. 8 e 9	326
Malu de 7 de julho de 2005, p. 23 -- Segredos das bem realizadas	328
Malu de 25 de agosto de 2005, p. 6 -- Mudei a minha vida por causa do meu marido	329
Malu, 25 de agosto de 2005, pp. 24 e 25	330
Malu de 15 de setembro de 2005, p. 6 -- Fátima Bernardes, um exemplo para nós	332
Malu, 15 de setembro de 2005, pp. 8 e 9	333
Malu, 27 de outubro de 2005, pp. 12 e 13	335
Malu, 27 de outubro de 2005, p. 19	337
Malu, 27 de outubro de 2005, p. 20	338
Malu de 3 de novembro de 2005, p. 27 -- Louca para casar	339

Malu, 16 de fevereiro de 2006, pp. 24 e 25	340
Malu, 16 de março de 2006, p. 11	342
Malu, 16 de março de 2006, pp. 16 e 17	343
Malu, 8 de junho de 2006, nº 206, p. 12	345
Malu, 10 de agosto de 2006, pp. 10 e 11	346

MARIE CLAIRE

Nunca foi tão bom
ser uma mulher de
30. Corajosas, elas
vestem a liberdade

O mundo a

como uma segunda pele e fazem seu próprio caminho, sem regras ou receitas. As escolhas são muitas: estudos sem fim ou investimento na carreira, sexo com ou sem amor, homens modernos ou moços à moda antiga, casamentos no papel ou uniões informais, filhos ou não (com ou sem pai), viagens para qualquer lugar, sozinha ou não. Com tantas opções pela frente, o difícil é decidir bem, sem cair nas armadilhas do caminho: pode ser a solidão, a sobrecarga de tarefas, a culpa, a frustração. Aqui, especialistas e mulheres na faixa dos 30 tecem um retrato fiel dessa geração, apontam tendências e soluções. Por Marisa Adán Gil e Ana Holanda. Fotos: Marcelo Tinoco

Elas têm o mundo nas mãos, mas não sabem muito bem o que fazer com ele. À primeira vista, não há nada melhor do que ser uma mulher de 30 nos anos 2000. Talentosa e aventureira, ela pode escolher entre se dedicar aos estudos por mais tempo, investir com tudo na carreira ou abrir um negócio próprio. Suas experiências afetivas e sexuais a deixaram pronta para transar com quem quiser —laços emocionais são bem-vindos, mas não decisivos. O casamento pode até acontecer, mas não é prioridade: só se estiver de acordo com seus planos. Filhos são uma questão importante, mas que também pode ser adiada até o limi-

te. Com tantas opções, ela tem a chance de brilhar na profissão, ser independente financeiramente, morar sozinha e viajar para onde quiser. Em suma, ser dona do próprio nariz.

Tanta liberdade tem seu preço, claro. "O difícil para essa mulher de 30 é escolher com equilíbrio", diz Rosa Alegria, diretora de pesquisa do Núcleo de Estudos do Futuro da PUC-SP. "A mulher quer ser múltipla, fazer tudo, ser tudo. Isso traz distorções perigosas." Algumas tropeçam nas dificuldades de manter uma relação afetiva ao mesmo tempo que investem na carreira, e sofrem com a solidão. Outras vivem cercadas de gente, mas acabam se afo-

Daniele

"Tive meu primeiro filho no momento certo, aos 35 anos. Só agora me sinto capaz de deixar de lado as tarefas do trabalho e cuidar dele"

"Acabei de ter o meu primeiro filho. Sempre pensei em ter filhos, mas vivia adiando por causa da carreira. Eu namorava há dois anos, mas não pensava em casar. Quando descobri que estava grávida, no ano passado, resolvi apostar no casamento. Tenho certeza que foi o momento certo, porque só agora me sinto capaz de deixar de lado as tarefas do trabalho para ter mais tempo para a casa e para o meu filho. Minha rotina de trabalho é muito dura. Tenho uma confecção de roupas de ginástica e uma loja. Nas épocas de lançamento de coleção, chegava a ficar 14 horas na confecção. Depois do nascimento do bebê, trabalho bem menos. Tenho certeza que, se isso acontecesse há dez anos, ficaria culpada. Meu marido é muito presente: prepara o banho do nenê, chega mais cedo em casa quando fico até tarde no trabalho. Minha meta agora é a família. E, como já estou com 35, quero ter mais um filho logo."

Daniele Nielsen Perez, 35 anos, empresária, casada, um filho de cinco meses

seus pés

gando no vazio do sexo sem intimidade. As que casaram cedo por vezes se deparam com homens confusos e filhos carentes. Outras, já separadas, enfrentam o dilema: começar tudo de novo ou deixar para lá? Em comum, todas essas mulheres experimentam a sensação de estar andando na corda bamba, equilibrando duas bolas em cada mão.

Alguns números do IBGE dão a pista de como vive a mulher do novo milênio. O casamento nos moldes tradicionais está em baixa: entre 1991 e 2002, houve uma queda de 4% no número de casamentos, segundo as Estatísticas do Registro Civil. Nesse mesmo período, as separações aumentaram 30,7% e os divórcios, 59,6%. Mesmo as que casam esperam mais tempo para tomar a decisão: a idade média subiu de 23,7 anos, em 1991, para 26,7 anos, em 2002. Menos uniões, menos filhos: o Censo 2000 registrou uma média de filhos de 2,38 por mulher —para se ter uma idéia, em 1960 esse número era 6,28. A pesquisa indica ainda que mulheres que completaram o ensino médio ou que têm renda superior a cinco salários mínimos costumam ter apenas um bebê.

A nova mulher dedica sua juventude aos estudos, ou então entra cedo no mercado de trabalho. Ainda de acordo com o Censo 2000, há mais mulheres do que homens na universidade: elas representam 54,3% dos que têm nível superior

no país. Pela mesma pesquisa, 26% das casas brasileiras têm mulheres como responsáveis pela renda familiar. Infelizmente, elas ainda ganham menos: em média, 71,5% do rendimento masculino.

“Hoje muitas mulheres só assumem responsabilidades depois dos 35, que é quando acaba realmente a adolescência”, diz a escritora feminista Rose Marie Muraro. “Acho ótimo que elas estejam esperando mais tempo para se fixar, porque aí já têm experiência para saber o que querem. E podem se perceber como sujeitos da história.” Rose acredita que a mulher está na linha de frente dos acontecimentos. “Hoje, na medida em que você educa as mulheres, educa gerações. Se você educa os homens, educa só eles. Eles vão fazer pontes, cidades, estradas, mas não vão educar ninguém.” A situação em relação ao poder também mudou. “No Brasil, as mulheres estão voltando para a política, especialmente depois da entrada do Lula. 70% das pessoas que estão em movimentos sociais são mulheres. Países como Finlândia e Dinamarca, onde as mulheres têm 50% do poder, têm a melhor distribuição de renda do mundo.”

No pano de fundo dessas conquistas está a luta diária para encontrar um equilíbrio entre vida profissional e vida privada. Na opinião de Rose, a questão da dupla jornada ainda é fundamental. “Não dá para estudar, tra-

Flávia

“Não me casei antes dos 30 porque achei que não estava preparada. Queria viajar, sair, namorar, curtir um apartamento só meu. E consequi realizar tudo isso. Me formei em medicina e, em seguida, fui passar uns tempos na Europa. Acabei viajando por um ano e meio, no esquema mochila nas costas. Quando voltei, meus amigos de 25 anos estavam casando, e eu achava aquilo absurdo. Não me imaginava casando com essa idade. Fui logo procurar um apartamento para morar sozinha. Hoje estou num lugar que comprei, eu e meus dois gatos. Me orgulho do que conquistei e gosto de ter uma vida independente, apesar de saber que isso afasta os homens. Percebo que eles se sentem inferiores quando você tem mais do que eles. Por outro lado, acho que me tornei mais seletiva. Não suporto homem machista e também não consigo me relacionar com caras com um nível cultural mais baixo. Agora estou namorando e me sinto mais madura para casar. Meu atual namorado também mora sozinho e nós dois nos preocupamos em preservar nossos espaços. A gente pode até morar junto, mas cada um precisa ter o seu quarto. Sempre tem aquele momento em que você quer ficar sozinha com as suas coisas.” Flávia Galbiatti, 34 anos, médica, solteira

“Eu me orgulho de tudo o que conquistei e gosto de ser independente, apesar de saber que isso afasta os homens”

"Quero casar um dia, mas vai ter que ser em moldes diferentes. Quero preservar minha individualidade. O ideal seria cada um morar na sua casa, como vizinhos. Assim a chance de durar para sempre é grande. Também não penso em ter filhos. Tenho um sobrinho de 2 anos e meio que funciona como uma espécie de teste da maternidade. Adoro estar com ele, mas saber que ele vai para outra casa dali a algumas horas me dá um certo alívio. Para ser mãe é preciso de doação. E eu não consigo me doar para uma criança. Atualmente, estou bastante concentrada no profissional. Comecei a trabalhar cedo, aos 17 anos, como atriz. Três anos depois, abri uma escola de interpretação, mas não deu certo. Mas acho que ganhei maturidade para abrir o negócio que tenho hoje, uma produtora que está decolando. Por causa dos meus compromissos profissionais, estou sem tempo para conhecer ninguém. Quando saio, é para ir na casa de amigos ou para um almoço em grupo. Também sou empreendedora e acho que isso assusta os homens. Meu trabalho me obriga a viajar com frequência e meus namorados nunca viram isso com bons olhos."

Paula Ribas, 30 anos, atriz, solteira

Paula

"Não penso em ter filhos. Para ser mãe é preciso de doação, e eu não consigo me doar para uma criança"

balhar, cuidar dos filhos... Na hora em que a mulher entra no mercado produtivo, o homem tem que entrar em casa. Nos EUA, os homens já começaram a dividir as tarefas, cuidar das crianças, lavar o banheiro. Aí fica uma jornada e meia para cada um."

Há quem discorde dessa visão. Segundo o psiquiatra e psicoterapeuta Luis Cuschnir, coordenador do Centro de Estudos da Identidade do Homem e da Mulher, a divisão de

responsabilidades é importante, mas está longe de ser a principal questão feminina. "O problema da mulher não é o trabalho. O que a mulher precisa é se conciliar internamente e recuperar sua alma feminina. Ela está tão cheia de tarefas que fica sem tempo para se cuidar, para se ver como ser humano, e como mulher. Não estou falando só de vaidade,

embora isso também seja importante. Ela precisa se perguntar: 'O que é isso que eu estou sentindo? O que estou precisando, o que vai me completar?'. Se só atende às demandas externas, perde o contato com sua alma feminina."

Dois fatores teriam contribuído para a mulher perder sua sensibilidade. Com o feminismo, ela saiu de uma posição dependente e desvalorizada para um lugar de prestígio. "Só que a única referência que ela tinha para ser uma profissional de sucesso era a masculina. Não existia uma referência feminina." Essa opinião é compartilhada pela pesquisadora Rosa Alegria. "Competição e crescimento são palavras mas-

culinas", diz. "A mulher pensa mais em termos de cooperação, de desenvolvimento. Mas, para chegar à liderança, ela teve que se travestir e adotar o modelo masculino."

Outro fator que pode ter afetado a sensibilidade feminina é a luta constante pela independência. "As mulheres de 30 cresceram ouvindo que não podiam depender de homem, nunca", diz Cuschnir. "Para serem independentes, foram criando toda uma estrutura de não-entrega, de não-conciliação com os homens." Rosa Alegria também vê distorções nesse elogio da independência. "É imaturidade ficar pensando: 'Para que homem, se eu tenho um vibrador?'. Algumas mulheres

Ana Claudia

"Os relacionamentos têm prazo de validade. As pessoas deviam namorar mais e casar menos"

"Olhando para trás, acho que casei cedo demais, aos 24, e tive filho cedo demais, aos 28. Foram dez anos de casamento e tivemos uma filha, a Laura. Depois da separação, passei a tomar todas as decisões do dia-a-dia, como correr para o hospital por causa de uma crise de bronquite, por exemplo. É difícil não ter com quem dividir essas decisões. Isso começou a pesar e há três anos eu coloquei a Laura para fazer terapia. Um dos primeiros retornos da terapia foi que eu deveria assumir mais a função de mãe e menos a de pai. Precisava impor menos limites e dar mais colo. Quando estava casada, achava que ele era o homem da minha vida e que ia ser para sempre. Depois da separação, ficou claro que os relacionamentos têm prazo de validade. Não existe um homem para uma mulher, mas vários. As pessoas deveriam namorar mais e casar menos."

Ana Claudia Cruz, 39 anos, relações-públicas, separada, uma filha de 11 anos

"Eu moro com meu namorado há dois anos. Em casa, a gente divide tudo. Quando ele lava a roupa, eu penduro. Se faço o almoço, ele lava a louça. Se estou no trabalho e não vou ter tempo de passar no mercado, peço para ele comprar. Não é nada combinado, é quase automático. Acho que o fato de ele ter morado sozinho ajudou nessa divisão. Para mim ele representa uma nova geração, bem diferente do meu pai. Trabalho com tecnologia da informação, que ainda é uma área muito masculina. Tenho um cargo de liderança e coordeno uma equipe de 16 homens. Tenho que aprender a conquistá-los todos os dias. Faço isso usando a minha competência, mostrando que sei do que estou falando. Acredito que é complicado para alguns homens receber ordens de uma mulher, mas acho que tenho um bom jogo de cintura. Os homens são compreendedores, mas as mulheres têm esse lado mãe, que se traduz em mais flexibilidade no dia-a-dia. E também acho que aprendi essa faceta conciliatória no meu relacionamento." **Cristina de Araújo Rolim, 30 anos, gerente de relacionamento, casada**

Cristina

acreditam que 'não precisar de homem' é sinal de poder. Isso é uma distorção. A mulher precisa prestar atenção nisso, porque os homens estão ficando assustados. E ela precisa deles."

NOVO HOMEM

Hoje em dia virou moda falar em "novo homem" — pode ser o cara sensível que chora no cinema, o metrossexual (termo usado nos EUA para o homem urbano que se preocupa com a aparência) ou o pai afetuoso que dá mamadeira para o bebê. Segundo os especialistas, ele está mudando, sim — devagar e sempre. "Os homens são meio lentos para assimilar novidades", diz a historiadora Margareth Rago, autora de "Entre a História e a Liberdade" (Ed. Paz e Terra) e "Do Cabaré ao Lar" (Ed. Paz e Terra). "Eles ainda estão assustados, mas a ficha já está caindo. Existem homens de 30 e 40 anos que são sensíveis, sabem se relacionar melhor com o feminino e se aproximam das mulheres com mais facilidade. Filhos de mães que viveram o feminismo tendem a ser mais saudáveis, sem tantas defesas." Rose Marie Muraro também vê o surgimento de um novo homem. "Aqueles criados por mães que trabalharam fora já são diferentes. O homem é mais amoroso, casa com mulher por quem se apaixonou e não com uma empregada de luxo. Você só supera o medo do amor quando você tem um pai feminino, que dê de mamar."

Cabe a esses novos homens ajudar as mulheres a saírem da crise, diz Cuschner. "O homem está crescendo e tende a ser um grande observador. Com sua visão masculina, mais

organizacional, ele tem facilidade para lidar com papéis e sentimentos. Pode ser um ótimo conselheiro nesse momento, ajudá-la a discriminar melhor os tempos, os espaços, os temas dela." Essa pode ser a base do novo casamento, acredita o psicoterapeuta. "O homem não precisa mais da

mulher para cuidar da roupa e da comida, e ela não precisa mais dele para trazer dinheiro. Hoje os dois só ficam juntos enquanto houver uma relação afetiva. Então, o futuro do casamento é uma troca afetiva, emocional. Ele precisa dela para sensibilizá-lo e reforçar o lado masculino nele. Ela precisa

Paula

"Quando você é inteligente demais, os homens se afastam. Mas também sei usar isso a meu favor. Se alguém se aproxima de mim e não me interessa, digo logo que sou formada em estatística. Ele sai de perto na hora. Sempre me espelhei no meu pai, que também é analista de sistemas. Fiz estatística na Universidade de São Paulo, sou pós-graduada em análise de sistemas e agora estou fazendo meu MBA. Todos esses títulos assustam os homens. Desde criança sou maluca por estudos, acho que por isso acabei desenvolvendo um pensamento lógico. Tive poucos namorados e sempre terminava porque, para mim, aquilo não ia dar certo pela lógica. Há dois anos decidi fazer terapia, para trabalhar os sentimentos. Precisei aprender a deixar a emoção fluir. E acabei conhecendo o cara com quem estou agora. A gente quer casar, mas isso só deve acontecer daqui a um ano e meio, quando terminar meu MBA. Filhos? Só daqui a uns cinco anos. Antes disso, quero me dedicar ainda mais ao que faço: desenvolvimento de softwares."

Paula Prado, 30 anos, analista de sistemas, solteira

"Há dois anos decidi fazer terapia, para trabalhar os sentimentos. Queria aprender a deixar a emoção fluir"

Maria Alice

"Casei cedo, com 24 anos, e tive meu primeiro filho logo de cara. No meu casamento, não soube lidar com o fato de ganhar mais que ele. Não é que ele ganhasse pouco, ele era administrador e trabalhava num banco, mas o meu salário era um pouco maior. Na minha cabeça, era o homem que tinha que arcar com as despesas. Daí cobrava demais isso dele e não conseguia ser feliz. Isso gerou muitas discussões e acabamos nos separando há dois anos. Até hoje vivo essa contradição porque, ao mesmo tempo que eu gosto de ser dona de mim, também gosto de ter um homem que pague a conta do jantar, que me ofereça uma viagem. Há poucos meses abri meu próprio negócio, uma clínica de estética e beleza, e por isso tenho estado muitas horas no escritório. Sinto falta dos meus filhos, acho que não tenho estado tão presente quanto gostaria. O mais difícil para a mulher de 30 é ter que exercer tantos papéis juntos: ser boa mãe, boa profissional. Toda essa responsabilidade faz com que eu sinta ainda mais a ausência de um companheiro. Não gosto de estar sozinha, sonho com uma relação duradoura. Por trás dessa supermulher, que trabalha e cuida dos dois filhos, tem alguém que quer um cara à moda antiga. Mas tem sido difícil atrair homens interessantes, porque não é fácil quebrar a barreira do primeiro encontro. As pessoas estão mais em busca de sexo do que de relacionamento." Maria Alice Bertolini, 34 anos, administradora, separada, dois filhos, de 9 e 10 anos

"Achava que era o homem que tinha que arcar com as despesas. Daí cobrava isso dele e não conseguia ser feliz"

dessa visão masculina, mais organizada e estável. Um precisa do outro, muito."

O romance não vai acabar, mas o casamento está com os dias contados, na opinião de Rose Marie Muraro. "As mulheres não querem casamento, querem relação, de preferência cada um na sua casa", diz. A pesquisadora Rosa Alegria confirma e vai além: segundo ela, as mudanças vão atingir a própria estrutura familiar. "Daqui a 20 anos, não vai ter mais casamento. E não vejo no futuro a família como ela é hoje. Vejo as pessoas vivendo em comunidades, as famílias se organizando por interesses." Segundo ela, já existe um movimento nesse sentido: mais pessoas trabalhando em casa, crianças estudando no bairro onde moram. "Está havendo uma volta à comunidade. No futuro, cada família vai ter sua casa, mas com integração. Eu vou poder deixar meu filho com a vizinha, por exemplo." Rose Marie Muraro também aposta no fim da família nuclear. "Nos primeiros tempos da humanidade, havia uma família extensa, em que os filhos eram cuidados por todos, e as relações eram flutuantes. Acho que estamos voltando para lá."

Pergunte a uma mulher e ela dirá que é muito difícil achar um homem bom hoje em dia. Pergunte a um homem, e a resposta será a mesma. "A mulher só não encontra homem porque é supersetiva", diz Rose. "E eles ainda têm muito medo das mulheres inteligentes." Cuschnir acredita que o encontro é possível, desde que as pessoas deixem de lado os estereótipos e reservem um tempo interno para a nova relação. "Para que haja o encontro, as pessoas precisam estar num lugar de

convívio, e dar um tempo para as coisas acontecerem. Eu vou, eu chego, eu fico, eu olho, eu percebo, aí eu me aproximo, aí eu conheço, sinto, volto e reencontro. A vida moderna dá tempo para tantos passos?" Outro

"Nunca quis fazer o papel da mulher dependente do marido, que cuida dos filhos e tem que pedir dinheiro para tudo. Por isso, fazer uma faculdade era importante. Só que comecei a trabalhar com 17 anos e não tinha condições financeiras de bancar o curso. Trabalhei todos esses anos até poder realizar a minha vontade. Há um ano entrei no curso de farmácia. Meu namorado não gostou da ideia e ficou um pouco ciumento. Ele

me liga só para perguntar com que roupa estou indo na aula. Agora, estou juntando dinheiro para comprar um apartamento: assim que eu terminar os estudos, caso. Ele tem uma pet shop e eu acho que é o cara ideal para estar junto, até ficarmos velhinhos. Ele não faz o tipo tradicional. Quando viajamos juntos, sempre assume a cozinha. Além de fazer pratos bem gostosos, ele ainda lava a louça." Roberta Prandini, 30 anos, assistente administrativa, solteira

Roberta

Claudia

"Trabalho numa empresa predominantemente feminina. Como sou a chefe, precisei adotar uma postura mais racional e menos emotiva. Tenho um lado racional forte e isso é bem masculino. Acredito que sou mais respeitada dessa forma. Abri o negócio há sete anos, na área de análise de controle de alimentos. Conteí com o apoio do meu marido, que é gerente de vendas. No começo, era eu quem ganhava mais e pagava a maior parte das contas. Mas isso nunca foi problema. Hoje, isso mudou e ele até brinca: diz que está esperando eu voltar a ganhar mais para ele relaxar. Dividimos as contas e as tarefas de casa de acordo com os gostos de cada um. É ele quem faz supermercado, porque sabe escolher frutas e verduras muito bem. Mas sou eu quem vai às reuniões da escola de nossa filha. Fico feliz em já ter uma filha de 10 anos. Se tivesse adiado a maternidade, não sei se teria um bebê agora. Casei com 25 e engravidei ao mesmo tempo, sem planejamento. Como estava no começo da carreira, tinha paciência e abria mão de assuntos profissionais para ficar com ela. Hoje, não sei se conseguiria fazer isso. Tento educá-la para ser uma mulher tão independente quanto eu, acho que é uma forma de prepará-la para o mundo. Digo a ela para preparar o

próprio lanche, por exemplo. Sei que isso me afasta dela, mas não quero que ela seja dependente dos pais hoje e do marido amanhã. Sempre valorizei a independência."

Claudia Malotti, 36 anos, microbiologista, casada, uma filha de 10 anos

"Educo minha filha para ser tão independente quanto eu. Não quero que ela seja dependente dos pais hoje e do marido amanhã"

problema é que muita gente acha que encontro é igual a sexo, diz o psiquiatra. "As pessoas estão tão aflitas para saber se vai dar certo na cama que nem percebem com quem estão conversando. Elas pulam muitas etapas, e isso atrapalha."

O individualismo do no-

vo milênio está impedindo que as pessoas se enxerguem, na opinião da historiadora Margareth Rago. "Antigamente, as situações de sociabilidade aconteciam naturalmente, no clube, na igreja, na escola, na praça. Agora você vai nos bares e tem sempre pes-

soas diferentes. Além disso, existe um individualismo muito grande. As pessoas preferem ficar em casa assistindo TV a sair à noite. Cada um só se enxerga no espelho, não enxerga o outro. Aprendemos a viver sós e estamos nos especializando nisso."

Segundo ela, é preciso um tempo maior de convívio para acabar com os mitos e a intolerância. "Apesar de tudo, essa nova mulher, mais livre, e esse novo homem, mais aberto, têm condições de se encontrar. E, quando isso acontece, é muito intenso."

MULHER DE 30

"Ainda não tive filhos, mas foi uma opção. Queria ter segurança financeira primeiro, e para isso era preciso investir na carreira. Se eu pudesse voltar atrás, teria tido filhos, mesmo sem dinheiro. Como não posso, me consolo com a idéia de que o meu prazo de validade ainda não está vencido. Com os avanços da medicina, tenho mais uns cinco anos pela frente. Venho de uma família humilde, então acho que é por isso que valorizo demais a carreira. Lutei muito para chegar onde estou, com uma empresa que montei sozinha. Morei com um arquiteto por dez anos. Nosso casamento era maravilhoso, mas decidi terminar tudo porque ele não decolava no que fazia. Ele trabalhava com arquitetura, mas nunca conseguia bons trabalhos. Hoje vejo que joguei a felicidade fora. Tinha um homem que me amava e, mesmo assim, não soube dar valor. O mais difícil ultimamente tem sido encontrar homens interessantes. Sou seletiva, não dou chance para pessoas que não sejam do meu meio social ou intelectual. Não é preconceito, é uma questão de coerência. Sei que não vou conseguir me relacionar com alguém que goste de pagode se eu adoro música clássica." Marisa Rodrigues, 39 anos, consultora de comunicação e marketing, separada

Marisa

"Se pudesse voltar atrás, teria tido filhos, mesmo sem dinheiro. Mas ainda tenho uns cinco anos pela frente"

AGRADECIMENTOS: COLCCI, COSTUME, EXERCÍCIO, FORUM, LENNY & CIA, MERCEARIA, MOBETTAH, SALSA FIT, SIBERIAN

Fenômeno genuíno da favela, a carioca Tatiana dos Santos Lourenço circula à vontade pelo mundo das socialites da zona sul. Seu escracho explícito, já acoplado ao codinome Quebra Barraco (transa, na gíria funk), arranca aplausos nos bailes de subúrbio e nas cintilantes passarelas da elite. A princesa Paola de Orleans e Bragança, por exemplo,

>> Avisa logo que não gosta de dar entrevistas e esta talvez seja a última. Em um discurso pontuado por frases curtas, e por vezes ríspidas, ela conta que o universo dos desejos de consumo sempre foi estranho à realidade do lugar onde nasceu e cresceu, a Cidade de Deus. Na mesma favela que inspirou o violento filme do diretor Fernando Meirelles, ela se sente protegida: "Fora daqui é que tem risco".

A caminho do terceiro CD, sondada por grandes gravadoras, Tati se dá ao luxo de recauchutar o visual com um pacote de cirurgias plásticas programado para o início deste ano. Mas não abre mão de viver entre os seus, na comunidade. Foi lá que *Marie Claire* a encontrou, primeiro no apartamento da mãe, depois sentada no meio-fio e, por fim, na varanda da casa da comadre, em um fim de tarde chuvoso no Rio de Janeiro.

CINDERELA FUNK

delirou na pista durante o seu show, na festa do estilista Ocimar Versolato, há quatro meses. Para contagiar públicos tão distintos, Tati abusa das letras apimentadas, que descrevem preferências sexuais sem pudor. Fora dos palcos, no entanto, essa moça de 25 anos, que foi mãe aos 13, se revela acanhada com a fama. >>

Por Marta Barcellos. Fotos: Frederico Mendes

Marie Claire A sua frase "sou feia, mas tô na moda" virou hit. Ela ainda se aplica?

Tati Quebra Barraco Claro. Nada vai mudar a minha personalidade. Sou feia, estou na moda, mas um dia passa. Tem muita casa de família aí para eu trabalhar, ser babá, sei lá. Quando a fama passar, à toa é que não vou ficar.

MC O que você faz para ficar mais bonita?

Tati Vou ao salão toda semana, no Méier [zona norte], faço escova e unha. Compro as minhas roupas na Gang [grife preferida das funkeiras, famosa pela calça que "levanta o bumbum" das mulheres].

MC Que mulher você acha bonita?

Tati A Sheila Carvalho, as meninas do programa "Caldeirão do Huck". Tem muita mulher bonita por aí, dá até raiva [gargalhada]. Não tenho olho grande no que é dos outros, cada um tem as suas coisas. Mas essas mulheres, com esse corpo, dá vontade de dar nelas.

Marie Claire, fevereiro de 2005, nº 167, pp. 44 a 49

>> **MC** O sucesso mudou muita coisa na sua vida nesses últimos quatro anos?

Tati São seis anos de sucesso. Desde 1999 [quando passou a ser conhecida no Rio] vou para o shopping e todo mundo me reconhece, me pára.

MC Mas no início você só era conhecida no Rio e não recebia tanto jornalista em sua casa...

Tati Até vinha, um e outro. Quando estourou mesmo [em 2004], foi um caos. Passou a vir mais gente quando a Fernandinha Abreu cantou a minha música no Rock in Rio: "Se tem amor a Jesus Cristo..." [canta].

MC Você gosta da fama?

Tati Para ser sincera, não gosto. Não escolhi ser MC [mestre de cerimônia funk]. Aconteceu. Uma coisa é escolher, outra é acontecer. Não estou acostumada com esse ritmo. Toda hora tem um me ligando, vindo aqui. Quando não quero atender, a pessoa quer saber onde estou. Isso tudo aconteceu de um dia para o outro. A partir do ano que vem, não vou mais dar entrevista para ninguém. Não gosto, não ganho nada com isso. Para que gastar três horas numa entrevista? Só para a minha cara aparecer numa revista?

MC Como você era antes do sucesso?

Tati Mudou tudo. Antes, não esquentava a cabeça. Os meus filhos sempre foram criados com a minha mãe. Eu ia para a pista, chegava, bebia todas. No outro dia, eu acordava, arrumava a casa, fazia um curso de cabeleireira, trabalhava na cozinha da creche da favela.

MC Não tinha sonhos de criança?

Tati Nunca pensei no que ia ser quando crescesse. Depois botei na cabeça de ser cabeleireira, que é uma coisa que dá dinheiro e curto muito. Fiz curso de estética e queria fazer um de tinturista e escovista. Mas acho que não teria paciência de botar cabelo como eu boto [Tati faz megabair uma vez por mês, numa sessão que pode durar até 12 horas].

Fama

«Eu não gosto da fama. Aconteceu. Não estou acostumada com esse ritmo. Antes, não esquentava a cabeça. Ia para a pista, dançava, bebia todas»

"CARTÃO MAGNÉTICO"

Abre as pernas, mexe e gira,
já viu como é que faz
O mané bateu com o carro,
quis me levar pro mato
É na suíte do mirante
que eu quebro meu barraco
Lugar luxuoso
não entra mané
Só sobe de carro,
quero ver subir a pé
Se liga na Tati,
o ritmo é frenético
Pra você abrir a porta
só com cartão magnético

MC O que você faz com o seu dinheiro?

Tati Pago escola para os meus três filhos, ajudo a minha mãe e a minha família. Vou comprando, investindo...

MC Investindo em quê?

Tati Prefiro não falar, senão daqui a pouco neguinho está me seqüestrando e eu não tenho nem onde cair morta.

MC O que compra para você?

Tati Muita roupa e perfume da Natura. Não gosto de maquiagem. Uso só para tirar foto. Em show não dá, porque transpiro muito. Não uso bijuteria, só ouro porque tô podendo [risos].

MC Quanto você gasta com roupas?

Tati Gasto uns R\$ 800 toda semana. Eu tinha 144 calças na última vez que contei. Agora devem ser mais de 200. Guardo calça até debaixo da cama. Estou tentando parar um pouco com isso, porque está virando uma neura. Se não comprar uma roupa numa semana, não me sinto bem. Até tenho condições, mas quero parar com isso.

MC Como tudo começou?

Tati Quando eu tinha 18 anos, fiquei três meses sem namorar. Então tive a idéia de cantar para arrumar namorado. Comecei a cantar aqui na comunidade, zoava [brincava] na favela, dizia para os caras: "Vem ver minhas coxas, meus peitinhos". Fui colocando isso nas letras, até que deu certo, estourou. Agora tenho que continuar com esse tipo de música. O público não vai aceitar se eu decidir cantar uma coisa romântica. A música que criei, com essas letras, me deu a chance de fazer um trabalho que eu nem pensava que fosse possível. Não é que o meu passado tenha sido de prostituta. Fui mãe com 13 anos porque quis, não fui obrigada. Me deu vontade, dei mesmo, dei logo.

MC Você declarou uma vez que gostava do Roberto Carlos.

Tati Isso foi uma confusão. Eu falei que gostava do jogador Roberto Carlos. Nada a ver. Sai fora.

MC Você é namorada?

Tati Se fosse, não ficava três meses sem namorar.

MC Quantos namorados você teve?

Tati Namorado mesmo uns cinco. De ficar, perdi as contas.

MC O que é muito tempo sem fazer sexo?

Tati E você não sabe? Nunca ficou sem?

MC Queria saber como é para você. Algumas mulheres ficam a vida inteira sem fazer sexo, outras...

Tati Ah, não ficam não. Alguma coisa elas vão arrumar para fazer. Vão se roçar, tocar alguma coisa...

MC Sexo tem que ser todo dia?

Tati Todo dia quando tem vontade. O sexo também não é tudo na vida. Mas é uma boa coisa. Se Deus inventou coisa melhor, não deixou avisado.

MC Você dá vazão às fantasias sexuais?

Tati Não tenho fantasias, nunca fiz nada demais.

MC Nada diferente, um lugar exótico?

Tati Já fiz na escada.

MC Como foi a sua primeira vez?

Tati Foi boa [com descaso]. Mas dei e peguei logo uma gravidez. Dei azar.

MC Mas foi na primeira?

Tati Que nem cachorro [gargalhada].

MC Você quis ter a sua primeira filha? E o pai dela?

Tati Quis e ele assumiu, mas nunca foi meu marido. Quer dizer, assumiu em termos, porque nome não mata a fome, e ele só deu o nome. A minha família arcou com tudo. Hoje estou retribuindo porque posso comprar as coisas, pagar escola particular.

MC Quando engravidou pela primeira vez, você sabia dos riscos?

Tati Sabia tudo. Aqui na favela ninguém é imaturo, não. As pessoas deixam acontecer porque às vezes se perdem um pouco. Aqui rola de tudo. Não aprende quem não quer. Quem não sabe o que é uma camisinha? Quem não sabe o que é uma aids? A gente aqui sabe de tudo porque passa pelas coisas, vê televisão.

Favela

«Ninguém leva ninguém para o mau caminho. Vai quem quer»

“TAPINHA ATRÁS
TAPA NA FRENTE”

O homem é assim, pensa que é o rei da malandragem

Meu negócio é papo reto, você quer é sacanagem

Fala até demais

do meu jeito de agir

Já cansei de ser otária,

a Tati tem que reagir

Nós mulheres somos assim,

não damos ponto sem o nó

Já arrumei mais um jeitinho

pra tudo ficar melhor

Escute a minha forma

pra você ficar comigo

Você finge que me ama

e eu finjo que acredito

Tapa na frente, tapinha atrás,

ai gatinho tá bom demais

Tapinha atrás, tapa na frente,

que jeitinho envolvente

Ninguém leva ninguém para o mau caminho. Vai quem quer.

MC O seu segundo filho foi planejado?

Tati Não, também foi acidente. Mas aí eu já tinha marido.

MC Fábio [Leite, segurança], seu atual marido, é o pai do Yuri?

Tati Não, cada filho é de um pai. O segundo filho, eu não queria. Mas a minha avó falou para eu ter e aí veio o menino [Yuri tem 7 anos]. Como já tinha Carol, fiquei com um casal. A Milla, planejei. Agora, liguei.

MC Você já ligou as trompás?

Tati Não me arrependo de ter tido os meus filhos cedo. Faria tudo de novo. Mas, agora, daqui não sai mais nada, nem coelho.

MC Você fala sobre sexo com a sua filha mais velha?

Tati Não, mas ela sabe o lugar dela. A Carol não é como eu era. Comecei a namorar com 7 anos, dava beijo na boca. A gente ainda vai falar, não quero que aconteça para ela o mesmo que aconteceu comigo. Mas ela tem outro ritmo, é mais de ficar em casa, de brincar. Eu não, com 11 anos fumava cigarro, bebia.

MC O que você quer para os seus filhos?

Tati Quero o melhor, como toda mãe. Mas só eles é que vão saber o que querem. Esse negócio de mãe pensar muito no que os filhos querem não funciona. Os filhos acabam decepcionando, como fiz com a minha mãe. Fui mãe com 13 anos, fazer o quê? Minha mãe queria que eu formasse uma família, como todo mundo.

MC Os seus filhos fazem o que querem?

Tati Não pode fazer o que quer, não. Eu sou eu, eles são eles. Minha filha já repetiu um ano na escola. Eles moram com a minha mãe. Nunca olhei eles. Então, quando chego, chego logo para sacudir porque não tenho paciência [pausa]. Agora estou curtindo mais, estou mais mãe. Carol chama a minha mãe de mãe. Só o Yuri é que me cha- >>

>> ma de mãe. Tomara que a pequena também chame a avó de mãe.

MC Você não se importa?

Tati Não, até prefiro. Também chamava a minha avó de mãe porque ela me criava. E assim vai ser.

MC Como a sua família vê o seu trabalho e as letras de suas músicas?

Tati Se estou ganhando dinheiro, não estou roubando, não estou traficando, está tudo bom. E quem não gosta de sexo? Só que eu expresso isso.

MC Você também fala muito em Deus e Jesus nas suas músicas. Você é religiosa?

Tati Você queria que eu falasse no diabo? Tenho fé em Deus. Se não tiver, vou ter fé em quê? Sou católica, mas não freqüento nada.

MC Você está dando voz para as mulheres, invertendo o machismo do funk?

Tati Não. Eu falo por mim, mas não pelos outros. Não é porque moro aqui que estou respondendo pela comunidade. Elas são elas e eu sou eu.

MC E como você recebe a crítica de que as músicas são machistas?

Tati Elas fazem o que querem. Se acharem que têm que dar, vão dar. Não é porque estou cantando que vão ser umas piranhas. Canto o que sinto. As mulheres escutam se quiserem, fazem o que quiserem. Se escutar a minha música e quiser fazer o 69, ficar de joelhos, aí o problema é delas.

MC Você caiu no gosto dos moderninhos, é a nova garota-propaganda da grife Cavaleira, e faz sucesso com gente rica. Como se sente nesse meio?

Tati Para mim, é bom. Quero que o sucesso venha de qualquer jeito, da classe alta, média ou baixa. Quero cantar e arrumar o meu dinheiro.

MC Você chegou a se mudar para um apartamento em Inhaúma [su-

Grana

«Quero que o sucesso venha de qualquer jeito. O que me importa é cantar e arrumar o meu dinheiro»

Tati na boate Lov.E (SP), em 2004

“ORGIA”

Ô me chamaram pra orgia
Quer pressão

Ô me chamaram pra orgia
Tati a Quebra Barraco

Ô me chamaram pra orgia
Esse é o Bonde do Tigrão

O que tu quer eu vou te dar
É só você me seduzir

Porque eu sou
a Quebra Barraco

E tô pronta pra sacudir
Eu vou sim,

que eu sou teu macho
Nessa escola eu dou aula

Você é a Quebra Barraco
Quero ver tu quebrar jaula

De Tigrão tu não tem nada
Mais parece um gatinho

búrbio carioca] e voltou para a Cidade de Deus. Por quê?

Tati Porque não tem nada melhor que a Cidade de Deus. Nasci e fui criada aqui, não adianta, não tem como eu sair. Posso comprar casas fora, mas vou sempre querer o meu lugar aqui. Em Inhaúma, durante um ano e meio paguei R\$ 600 de aluguel, mas, se dormi dez noites lá, foi muito. Só ia quando arrumava um gatinho. Do jeito que está o mundo, é melhor ficar aqui mesmo.

MC Você se sente protegida na Cidade de Deus?

Tati Quem é que vai me roubar aqui? Fora daqui é que tem risco. Uma comunidade é o melhor lugar para morar.

MC Você viu o filme “Cidade de Deus”? O que achou?

Tati Grandes merdas. Não foi filmado aqui, nem se passa na minha época. Foi

baseado na época da minha mãe, mas todo mundo diz que não era assim. Não me interessa. Não gostei. Mas a Cidade de Deus foi divulgada. Quando saí do Brasil fui bem recebida, me citaram como a Tati Quebra Barraco da Cidade de Deus. Por esse lado, o filme foi bom.

MC A violência não é real?

Tati Só quem não vem aqui tem medo. Tem polícia porque tem que ter mesmo. A nossa favela é a mais criticada em relação à violência, mas a violência não está aqui.

MC Você está gravando programas na TV Globo. O que você espera do futuro? Pensa em ficar rica?

Tati Coisa de rico nunca foi a minha praia. Temos que sonhar no nosso limite. O rico pode falar: “Eu quero um Fox” [carro da Volkswagen], e pronto. Se eu ganhar dinheiro daqui para frente — e só se eu ganhar — aí vou dar um restaurante para a mi-

nha mãe, que cozinha muito bem. Depois compro uma casa para ela e vou levando a vida.

MC Você usa um colar com a inicial do Fábio. Você é romântica?

Tati Ele também usa um colar com a letra T. Eu sou de ir logo ao ponto, ver como é que fica. Esse negócio de muito romance não é a minha praia. Com o meu marido, a gente brinca, mas não é de ficar muito nessa caozada [enrolação]. Nem tenho tempo para romance. Ele trabalha dia sim, dia não, como segurança, pega das 19h às 7h, e depois vai dormir. Quando acorda, já estou na rua.

MC Como vocês se conheceram?

Tati Ele também é da Cidade de Deus. Dei em cima. Foi fácil até demais [rir].

MC Vocês são fiéis no casamento?

Tati Eu sou fiel. Se ele é, não posso responder.

MC Tem uma frase sua que a grife Cavallera estampou em uma camiseta: "Não gosto de peru pequeno". Tamanho é importante?

Tati É, mas qualidade também é. Às vezes você pega um pirocão que não faz porra nenhuma. Muito grande também não dá. Tá pensando que isso aqui é poço artesiano? Mas no meu trabalho a gente tem que falar o que o povo gosta. Então digo que é bom sentar no fundo, não no raso.

MC Fernanda Abreu e Preta Gil citam sempre o seu trabalho. Como é a sua relação com elas?

Tati Tenho amizade com Preta Gil, falo muito com ela por telefone, fizemos show juntas, vamos fazer uma música para cantar juntas. Com Fernanda, nunca conversei.

MC Como ficaram as suas amizades depois da fama?

Tati Tenho os meus amigos antigos. Quem chega agora vai ser só colega.

MC Você é brigona?

Tati Sou. Já bati, dei latada. Mulher me olhando muito, não gosto.

Acho melhor lidar com homem, aí não tem fofoca...

MC Pessoas famosas têm falado que você é libertária, uma nova Laila Diniz. Você sabe quem ela foi?

Tati Sei, tem um hospital com o nome dela aqui perto. Acho bom, porque falo o que penso. Sou assim mesmo, ninguém vai me mudar, critique quem quiser.

MC Qual é o seu maior vício?

Tati Beber cerveja.

MC E as drogas?

Tati Só fumo maconha.

MC Você vai deixar os seus filhos fumarem maconha?

Tati Eles vão fazer o que quiserem. Eu dei para isso, espero que eles não. Faça o que digo, não o que faço.

MC Você não tem medo de falar sobre drogas publicamente?

Tati Não. Falo para quem quiser ouvir. E já falei que fumo maconha até na televisão.

MC Você foi convidada pelo Ministério da Cultura para representar o Brasil em um encontro feminista na Alemanha no ano passado. Como foi essa viagem?

Tati Foi bom, me trataram bem. Fui lá, ganhei meu dinheiro, voltei. Mas o dia demorava a passar, queria voltar logo porque aqui era véspera de feriado. Todo mundo na cachaca e eu lá [faz cara de tédio]. A cerveja era ruim, quente e doce. Comprei uma câmera digital, mas achava tudo caro e preferia comprar aqui.

MC Viagens e riqueza atraem você?

Tati Não. Eu sou uma mulher sem cultura, que só quer ganhar o seu dinheiro e voltar para casa.

MC Não tem um lugar que você queira conhecer?

Tati Queria ir à Bahia, mas já fui. Acho que gostaria de conhecer Beverly Hills, ver as patricinhas da televisão, porque eu via muito o seriado "Barrados no Baile". ■

Arrepiou?

Domine seus cabelos

COLORS

ecologie

O encontro da natureza com a tecnologia.

Tel (11) 4227.6787 www.ecologie.com.br

primeiro | encontro

Começar de novo

Tensão, euforia, desejo: todos os dias, homens e mulheres repetem o mesmo ritual, em busca do romance perfeito. Aqui, eles dizem exatamente o que esperam de uma mulher no primeiro encontro, e elas ensinam seus truques para fazer a química funcionar. Por Mylena Fiori. Fotos: Marcelo Tinoco

"O pior é quando o encontro vira um programa de família"

Uma vez saí com uma menina que sugeriu irmos ao teatro. Achei muito legal. Quando a gente estava no meio do caminho, perguntei se não tinha o risco da gente ficar sem ingresso. Ela respondeu que não ia ter problema, porque os pais dela já estavam lá, com os nossos ingressos. Foi péssimo. A pior coisa que pode acontecer é ela transformar o encontro num programa de família." **LUÍZ FERREIRA, 24 anos, jornalista**

"Fico chateado se ela fica olhando para os lados, distraída"

Uma coisa que me encanta no primeiro encontro é perceber que a mulher é apaixonada pelo que faz, ou por algum ideal. Gosto se ela é uma advogada idealista, por exemplo, ou se é bióloga e tira uma época do ano pra se enfiar numa reserva qualquer. O que não cai bem é falar de dinheiro o tempo todo, julgar as pessoas pelo sucesso financeiro, ou pelo bairro onde moram. Também fico chateado se estamos num bar e a gata fica olhando para os lados, distraída, como se estivesse procurando alguma coisa. Depende muito do clima, mas acho que transar no primeiro encontro pode ser ruim, porque não vai ter intimidade no sexo. Daí, transformar uma primeira transa ruim em outra boa fica mais difícil. Acho que manter o mistério e se conhecer aos poucos é mais gostoso." **ANDRÉ FUSKO, 32 anos, ator**

“O que atrapalha é papo de ex-marido ou problemas da infância”

Para mim, sedução é a palavra-chave. Aquele roçar de pele, a jogada de cabelos, a forma de passar na sua frente. O que atrapalha é papo de ex-namorado, ex-marido ou problemas da infância. Uma vez, logo no primeiro encontro, fiquei sabendo que ela tinha problemas de dinheiro, que a mãe estava doente e o pai tinha morrido no ano anterior. Tudo bem ter problemas, mas eu mal conhecia a garota. Fiquei com pena, mas nunca mais a encontrei. Também conta pontos se ela, no final, tenta dividir a conta. É lógico que vou pagar, mas gosto que ela se ofereça. Uma vez, num restaurante japonês, após um jantar muito bacana, a loira nem sequer quis saber quanto havia dado a conta. Romantismo é legal, mas saber que você vai ter que sustentar o namoro diminui as chances de diversão.” **ALEXANDRE BESSA**, 29 anos, publicitário

“Fico muito incomodado com mulher que fala alto, briga, reclama de tudo”

Acho que a mulher tem que ter um comportamento discreto e de bom gosto, tanto nas roupas quanto no modo de falar. Mas também tem que ter atitude: adoro ser surpreendido por assuntos inusitados e humor inteligente. Fico muito incomodado com mulher que fala alto, briga com facilidade com os outros, reclama de tudo. E, depois do primeiro encontro, o importante é deixar fluir. Presentinhos ou pequenas surpresas são válidas, mas tem que ter sensibilidade para não entrar muito depressa na vida do cara.” **A.P.***, 38 anos, gerente de marketing

“Não há nada mais encantador do que o jeito espontâneo de fazer as coisas”

Uma vez saí com uma mulher de 20 anos. Como era mais nova que eu e queria impressionar, ficava o tempo todo fazendo propaganda dela mesma. Dizia que tinha muita experiência de vida, que já tinha feito de tudo. Dava para ver que era uma coisa forçada, queria se fazer de madura. Isso cortou totalmente qualquer chance de um segundo encontro. Não há nada mais encantador do que o jeito espontâneo de ser e fazer as coisas. Quando a conversa flui naturalmente, facilita tudo.” **EDUARDO PUGLIESE**, 28 anos, músico

“Mulheres que só falam delas mesmas o tempo todo me assustam”

Estou sozinho faz quatro anos, e nesse tempo tive dezenas de primeiros encontros. Quase sempre eram os últimos, também. Não existe coisa mais gostosa do que uma mulher que fala de si abertamente, sem falsos moralismos. Mas mulheres que só falam delas mesmas o tempo todo me assustam. E aquelas que querem contar vantagem ou mostrar superioridade me cansam. Depois do primeiro encontro, é importante ser persistente e demonstrar interesse, mas bom senso é sempre bem-vindo. Elas sempre têm que esperar o primeiro telefonema: se ele for cavalheiro, vai ligar.” **MARC TAWIL**, 31 anos, editor

>>

“Uma coisa que deixa qualquer homem louco é um olhar sedutor”

Para que o primeiro encontro funcione, precisa ter atração física. Uma troca de olhares, especialmente quando estamos dançando, pode ser muito gostosa. Uma coisa que deixa qualquer homem louco é mulher misteriosa, que tem um olhar sedutor, parece que quer te devorar. Agora, chato mesmo é quando você espera uma coisa e a pessoa é outra completamente diferente. Uma vez combinei de sair pra almoçar com uma menina que tinha conhecido na noite. Quando vi a garota à luz do dia, nem parecia a mesma pessoa. Na noite, ela estava produzida, atraente. De dia, usava roupas meio hippies, tipo largadona. Nada a ver comigo. Demos uma volta no quarteirão, fingi atender o celular, disse que tinha um parente meu passando mal e a deixei de volta em casa. Nunca mais a vi.” **PAULO AUGUSTO ARAÚJO**, 29 anos, empresário

“Só tinha um problema: ela não parecia acreditar que aquilo ia dar certo”

Acho que uma entrevista interminável não é o melhor caminho para se conhecer alguém. Também não é bom quando ela demonstra desconfiança. Outro dia fui jantar com uma garota. Logo que entrei, percebi que ela havia pensado em todos os detalhes, tinha até vela com aroma especial. Tudo era perfeito. Só tinha um problema: ela não parecia acreditar que aquilo ia dar certo. Ficava tentando me agradar o tempo todo, de um jeito inseguro. Não dá para gostar de uma pessoa que sente medo de você.” **PEDRO DI PIERRO**, 25 anos, consultor do mercado financeiro

“A mulher tem que estar arrumada, mas não muito”

Uma mulher inteligente e cheirosa encanta qualquer um. Tem que estar arrumada, mas não muito. Uma vez marquei de sair com uma garota que tinha conhecido na praia. Ela era tudo de bom, inteligente, bom papo. Passei na casa dela e tive que esperar uma hora e meia, pois a princesa ainda estava se arrumando. Quando apareceu, achei que estávamos indo a um casamento (ou a um velório). Usava dois quilos de maquiagem, vestido preto bem colado e um perfume fortíssimo. O encanto se quebrou.” **LUIZ FERNANDO BRAGA**, 29 anos, gerente de logística

“Desagradável mesmo é falta de amor-próprio”

Não suporto quando a mulher fica fazendo tipo. Uma vez conheci uma garota que fazia o tipo supermodeminha. Começamos muito bem e ela esfriou de uma hora para outra. Quando perguntei o motivo, disse que ficou chocada por eu ter tocado a sua barriga. Dá para entender? Mas desagradável mesmo é assédio covarde. Isso acontece quando uma mulher percebe que você não está a fim, mas tenta vencer pelo cansaço e pela bebedeira. Falta de amor-próprio é de doer.” **FÁBIO MARTON**, 27 anos, escritor

"Para não perder a noite, peço para uma amiga ligar no meio do encontro"

Tenho algumas perguntas básicas. Saber em qual escola ele estudou diz muito do cara, porque permite saber os valores, o estilo de vida em que foi criado. Também pergunto quais lugares gosta de frequentar. Ah, e é interessante tentar descobrir algo sobre o último namoro, quanto tempo durou, por que terminou. Mas não forço a barra, espero o cara dar abertura, lógico. Para evitar perder a noite na companhia de um chato, combino com uma amiga para ela ligar no meio do encontro. Se está ruim, digo que preciso ir embora por causa do telefonema." **FERNANDA KLINK**, 29 anos, publicitária

"Eu dava o meu telefone para o cara e depois ficava cobrando: 'Você sumiu'"

Sempre fui superafobada, ansiosa, dava o meu telefone para o cara e depois ficava cobrando: 'Por que você sumiu?'. É claro que as histórias não duravam mais de uma semana. Mas, na última, resolvi agir diferente. Conheci o Paulo por acaso, numa saída entre amigos. Ele deu um jeito de conseguir meu telefone e ligou sugerindo da gente se encontrar em uma festa. Fui e ele não apareceu. No dia seguinte, me convidou para jantar. Como era nosso primeiro encontro a dois, resolvi ficar na minha, tranquila, não falei nada da festa, não cobre. Além disso, tentei ser natural, sem joguinhos de sedução. Deu certo. Tanto é que falta pouco para nos casarmos." **D.L.***, 32 anos, fonoaudióloga

"Nos encontros pela internet, sugiro falar por telefone antes de trocar fotos"

Acho importante se mostrar interessada na vida do outro, ouvir mais e falar menos. Mas nunca pergunte detalhes dos romances passados, motivo da separação etc. Uma coisa legal é elogiar os 'feitos' dele: todos os homens adoram isso! Acho melhor não beijar no primeiro encontro, para deixar um gostinho de quero mais. No caso de encontros marcados pela internet, sugiro falar por telefone antes mesmo de trocar fotos, para sentir o ritmo, o riso, a energia. Se sentir afinidade, troque fotos e marque o encontro. Caso contrário, pode parar, porque as chances são poucas." **G.A.***, 36 anos, gerente de marketing

"Tento falar do que gosto e incentivar o cara a fazer a mesma coisa"

Quando combino de encontrar com o cara direto no bar, chego um pouquinho atrasada para fazer um charme. Agora, se ele passa para me pegar em casa, procuro não atrasar, para não irritar. Acho ridículo ficar fazendo questionário para descobrir tudo sobre o cara, por isso tento falar do que gosto e, assim, incentivar o cara a dizer do que gosta. Para saber se ele está interessado, presto atenção se o olhar é penetrante ou distante... Também é legal observar se ele projeta o corpo mais na sua direção ou não. Se tenta pegar na mão, então, é um ótimo sinal." **MARIANA BUKVIC**, 28 anos, editora de arte

primeiro | encontro

>> “O melhor truque ainda é ser você mesma, sem criar personagens”

Uso salto alto, sempre, mas prefiro uma roupa básica. Uma vez um rapaz me chamou para sair e eu me produzi toda, parecia uma árvore de Natal. Ele apareceu supernormal, camiseta, jeans e tênis. O programa seguiu em frente, mas vi que quase tinha colocado tudo a perder e aprendi a lição. O melhor truque ainda é ser você mesma, sem criar personagens.” **MIRIAN CUMINO**, 24 anos, analista comercial

“Comecei a reparar nele quando me tratou de um jeito descontraído”

Tempo é o melhor cupido. No primeiro encontro, se percebo que ele não é o que eu esperava, continuo o programa mesmo assim. Uma vez, conheci um cara na balada, mas não ficamos porque não rolou uma química. Voltei a encontrar com ele no mesmo lugar, e ele veio falar comigo de um jeito descontraído, sem tentar nada. Foi nesse momento que ele começou a me interessar.”

ANA CAROLINA COSTA, 26 anos, estudante

“Tem uma coisa que nunca deixo de perguntar: o signo dele”

Costumo ficar nervosa no primeiro encontro e falar sem parar. Na última vez que saí para conhecer um cara, falei tanto que, no dia seguinte, tive que pedir desculpas. Ele foi muito bacana, disse que adorou ficar me ouvindo, mas a verdade é que podia ter achado aquilo bem irritante. Acho melhor evitar esses monólogos. De toda forma, tem uma coisa que nunca deixo de perguntar: o signo dele. É uma pergunta comum, não assusta, e me ajuda a decidir como levar o resto da noite. Essa informação acaba sendo meu guia. Se o cara é escorpiano, por exemplo, sei que vamos nos dar bem na cama, porque touro-escorpião é uma combinação quente. Agora, se for virginiano, podemos até nos dar bem, mas vamos ter que ter paciência um com o outro, porque os dois são de terra.” **KARINA MIKOWSKI**, 26 anos, estudante

“Os nomes foram omitidos para preservar a identidade dos entrevistados”

"Sei que o encontro foi bom quando ele telefona no máximo dois dias depois"

Procuro conversar sobre assuntos amenos como filmes, viagens, lugares que gostaríamos de conhecer. Também procuro ser reservada, misteriosa, para que o homem tenha interesse por um segundo encontro. Sei que estou agradando quando há reciprocidade, o homem se sente à vontade, conversa muito, ri fácil. E também quando ele telefona no máximo dois dias depois. Se acontecer de eu achar o encontro ruim, tenho uma tática que sempre funciona: procuro ser mais chata do que ele, discordando de tudo ou quase tudo o que ele fala. Se mesmo assim ele continuar ligando, invento que reatei com meu antigo namorado." **CRISTINA NÓBREGA, 28 anos, consultora de marketing**

"Sempre uso uma calça preta e uma blusinha levemente decotada, para atizar a imaginação. É infalível"

É importante pensar em que imagem você quer passar. Se for para um primeiro encontro de tubinho vermelho e cruzar as pernas a la femme fatale, é claro que ele vai querer te levar para um motel. Sempre uso uma calça preta e uma blusinha levemente decotada, para atizar a imaginação. É infalível. Sei que um primeiro encontro está indo bem se o papo estiver fluindo bem, ele sorrir com frequência e olhar diretamente nos seus olhos quando fala. Mas, se o cara olha mais de duas vezes para o relógio ou atende o celular e fica batendo papo, é porque não se interessou." **THAIS CUNHA, 23 anos, analista financeira**

"O segredo é se mostrar aberta para um relacionamento, mas sem estar desesperada"

No primeiro encontro, vale a pena caprichar um pouquinho. Mas nada de superprodução ou decote muito ousado. Tento dar um toque especial com um brinco bonito, uma bolsa diferente ou uma saia bem feminina. São detalhes que dão personalidade. Já fui mais namorada, mas hoje em dia procuro homens para relacionamentos mais profundos. Meu lema é o seguinte: se você está buscando um relacionamento estável, demonstre ser essa mulher estável. O segredo é se mostrar aberta para um relacionamento, mas sem estar desesperada — não se expor demais nem contar fatos íntimos, mas também não se mostrar muito distante, desconfiada." **MARÍLIA LANDI, 28 anos, produtora**

O QUE QUEREM AS MULHERES?

No mês em que Marie Claire completa 14 anos de Brasil, montamos um painel especial sobre as lutas, os sonhos e os valores femininos ao redor do mundo. Seis diretoras internacionais da revista —China, Estados Unidos, Rússia, Espanha, África do Sul e Austrália— revelam o que pensam as mulheres de 30 anos: elas não abrem mão de um grande amor, mas nem sonham em perder a liberdade. Pouco importa a geografia: elas querem, como nós, tudo o que é de bom. Por Catherine Durand*

AUSTRÁLIA

“ELAS TÊM A MENTE ABERTA E NÃO ESPERAM PELOS HOMENS PARA SE REALIZAR”

Jackie Frank, diretora da Marie Claire Austrália

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida hoje para uma mulher na faixa de 30 anos?

JACKIE FRANK Muitas mulheres com essa idade são solteiras, independentes e estão cuidando de empreendimentos que elas desenvolveram. São mulheres seguras, que trabalham duro e não esperam pelos homens para se realizar. Se estão sozinhas, saem para resolver o problema. Somos o primeiro país a ter um bordel só para mulheres.

MC O que essa mulher procura em um homem?

JF Alguém que seja seu alter ego, um homem que compreenda suas aspirações e compartilhe das tarefas domésticas. Importante também que ele não passe mais tempo do que ela no banheiro.

MC A australiana segue algum padrão feminino?

JF Gostamos de mulheres enérgicas, como Drew Barrymore. Jennifer Aniston e Reese Witherspoon

também são adoráveis, além de terem bom senso para os negócios.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

JF Não é fácil conciliar carreira e vida pessoal, até porque não querem abrir mão de nada. E, no mesmo cargo, elas são, infelizmente, sempre menos remuneradas que os homens.

MC Qual a principal reivindicação das australianas?

JF A licença-maternidade remunerada, que não é regida por lei. É um problema e explica por que tantas mulheres montam suas empresas.

A australiana quer um homem que entenda suas aspirações

“AS MULHERES DESEJAM UM HOMEM RICO, PERFEITO E RARO. HOJE TER UMA FAMÍLIA É O QUE IMPORTA”

Li Deng, diretora da *Marie Claire* China

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?

LI DENG Significa ter um marido, uma família e um emprego. Nascidas em plena Revolução Cultural [1966-1976], muitas mulheres da minha geração foram criadas por suas avós, já que para as nossas mães o importante era o trabalho. Talvez venha daí esse forte desejo de criar uma família. Mas é difícil conseguir tudo isso entre 20 e 30 anos. Então, a chinesa trabalha duro, faz o seu pé-de-meia para, em seguida, poder se dedicar só à família.

MC O que essa mulher procura em um homem?

LD A princípio, querem dinheiro, mas essa fantasia não dura muito porque as chinesas ainda preferem o amor. Minhas amigas adoram o estilo dos “cavalheiros ocidentais”, que as respeitam e abrem a porta do carro para elas. Falta muita coisa para mudar a mentalidade das

Na China, até mesmo o casamento é coletivo (acima). Entre 20 e 30 anos, as chinesas trabalham duro, de olho no futuro (abaixo)

pessoas na China, especialmente a dos homens. Eles ainda caminham na frente de suas mulheres.

MC A chinesa segue algum modelo feminino?

LD Atrizes como Zhang Aijia ou Lin Qinxia, que são bem-sucedidas profissionalmente e têm marido, filho... Enfim, a vida perfeita.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

LD As mulheres estão à procura do homem ideal, aquele que chamamos de “homem-diamante”, ou seja, rico, perfeito e raro. Além disso, desejam ter um filho. A lei chinesa permite apenas um filho, mas com dinheiro é possível ter mais de um, desde que a família arque com todas as despesas da criança, como escola, médico etc.

MC Qual é a principal reivindicação das chinesas?

LD A luta das mulheres deixou de ser coletiva, agora é individual. Mas elas ainda querem fazer tudo com a máxima perfeição, e isso esgota qualquer um. Muitas de nós ainda precisamos aprender a relaxar para poder escutar as próprias emoções.

Por Katie Breen

ESTADOS UNIDOS

**“ELAS BUSCAM UM
HOMEM INTELIGENTE
E EXCITANTE. O SALÁRIO
E O MEIO SOCIAL DELE
NÃO IMPORTAM”**

Lesley Jane Seymour, diretora da *Marie Claire* EUA

As americanas são engajadas em ações sociais, como as que vieram com o 11 de setembro (acima). O casamento é o sonho de um terço das mulheres do país (abaixo)

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?

LESLEY JANE SEYMOUR Segundo nossa última pesquisa, feita pelo Gallup em agosto do ano passado, 48% das mulheres querem ser bem-sucedidas na carreira e na vida familiar, mas 38% só desejam um marido e filhos. É o efeito bumerangue: aquelas que sonham com marido e filhos viram as mulheres da geração anterior lutarem para conseguir conciliar tudo e não têm vontade de seguir esse exemplo.

MC O que essa mulher procura em um homem?

LJS Quer um homem inteligente, excitante e interessante. O salário e o meio social dele não importam. Deseja alguém que vote, que não tenha medo de lutar por suas idéias. Nossas leitoras se preocupam com as grandes causas, mas também com o que os homens pensam de seus penteados.

MC A americana segue algum modelo feminino?

LJS Liv Tyler, isto é, uma mulher inteligente e de uma beleza um pouco fora do padrão. Sandra Bullock, a típica garota americana, Drew Barrymore e Angelina Jolie também estão em alta. Mas Reese Witherspoon, que conseguiu sucesso na carreira e na vida pessoal, faz um enorme sucesso.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

LJS Elas vivem um dilema porque não sabem se vão conseguir conciliar tudo ou se terão que renunciar a algo. É preciso que encontrem a harmonia entre trabalho, família e amor. Esse desafio é algo que os homens não conhecem.

MC Qual é a principal reivindicação das americanas?

LJS A grande maioria de nossas leitoras (82%) menciona a luta contra a violência conjugal. Isso diz muito sobre o que se passa na intimidade dos lares americanos. Estariam preocupadas se não houvesse razões pessoais?

ÁFRICA DO SUL

"AS MULHERES SUL-AFRICANAS QUEREM TUDO E ACHAM QUE MERECEM"

Suzy Brokensha, diretora da Marie Claire África do Sul

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?

SUZY BROKENSASHA A maioria de nossas leitoras, 70%, é branca. Os 30% restantes são formados por negras. De qualquer maneira, elas compartilham o mesmo passado social e as mesmas aspirações: primeiro, segurança econômica e depois uma relação amorosa estável. Não necessariamente para ter filhos ou casar. E, mais do que um emprego, elas querem uma carreira. Resumindo: querem tudo e acham que merecem.

MC O que essa mulher procura em um homem?

SB Ela precisa que ele a faça rir. Um homem maduro, que saiba o que quer e que não precise ser tratado como filho. Inteligente e que não se sinta amedrontado por uma mulher forte. Um verdadeiro parceiro e um amante fogo. Aqui, onde tudo é visto pela perspectiva da aids [uma pessoa em cada oito está contaminada pelo vírus HIV], a fidelidade é um valor importante.

MC A sul-africana segue algum modelo feminino?

As sul-africanas se revoltam contra a falência do sistema de saúde pública (acima). A atriz Jennifer Aniston é considerada um exemplo de mulher moderna (abaixo)

SB Nossa referência absoluta é Nelson Mandela, apesar de ser homem. A mulher ideal seria uma combinação da brilhante J.K. Rowling [autora de "Harry Potter"] e da sexy e forte Angelina Jolie. Essas qualidades, somadas à esperteza de Charlize Theron e ao estilo de garota comum de Jennifer Aniston, completam a figura da mulher ideal.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

SB O desemprego, que atinge quase 30% da população. Mas também a epidemia de aids, que afeta em cheio as mulheres do meio rural. E, acima de tudo, a falta de segurança, o estupro e a violência conjugal.

MC Qual é a principal reivindicação das sul-africanas?

SB Segurança, e isso inclui a luta

contra a aids. Mas nós somos otimistas. Ser sul-africana significa poder aproveitar as oportunidades de uma sociedade em movimento. Como fazem as executivas daqui, que saíram dos guetos e agora formam a nova burguesia negra. Nunca fomos tão independentes como hoje.

ESPAÑA

“AS ESPANHOLAS SONHAM COM UM HOMEM SENSÍVEL, VIRIL E ENGRAÇADO. O PROBLEMA É QUE ESSE HOMEM NÃO EXISTE”

Joana Bonet, diretora da Marie Claire Espanha

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?

JOANA BONET Conciliar o trabalho, o companheiro e a família. Ou seja, encontrar o equilíbrio ideal.

MC O que essa mulher procura em um homem?

JB Ela quer tudo. O homem ideal tem imaginação, humor. Ele é moderno, sabe exprimir suas emoções e, ao mesmo tempo, é viril...

MC A espanhola segue algum modelo feminino?

JB Letizia Ortiz. Ela foi bem-sucedida em sua carreira de jornalista e casou com o nosso futuro rei. É o máximo. Admiramos também Penélope Cruz e a vice-presidente de nosso governo, Maria Teresa Fernandez de la Vega.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

JB O principal obstáculo na vida pessoal é a incapacidade de os homens participarem da rotina familiar. Eles deveriam se ocupar dos filhos, ajudar as suas companheiras. O dia-a-dia das espanholas é cansativo e elas continuam, entre outras coisas, a ganhar 25% menos do que os homens, mesmo trabalhando duas vezes mais.

MC Qual é a principal reivindicação das espanholas?

JB O combate à violência conjugal. De fato, é preciso mudar a mentalidade das pessoas, de homens e mulheres.

Letizia Ortiz, a jornalista que casou com o príncipe, é uma forte referência (acima). Para a espanhola, o homem tem de ser sensível e viril (ao lado)

AMOR EM XEQUE

A cultura do individualismo selvagem dos anos 90 parece estar terminando, abrindo espaço mais uma vez para a vida a dois. Os números provam a tendência: dois terços dos homens e das mulheres do mundo ocidental têm companhia e boa parte desse grupo não tem filhos —40% são pais de gente menor de 18 anos, contra 70% dos casais em 1965. Outro dado são os programas que fazem tanto sucesso na TV. A série americana “Sex and the City” acabou, mas deixou na memória histórias de trintonas que sofreram, mas acabaram encontrando as suas metades. Agora, a novidade é a série “Newly Wedded” (“Recém-casados”), que tem grande audiência nos EUA, assim como a conhecida francesa “Un Gars et une Fille” (“Um Garoto e uma Menina”), que mostra o cotidiano de um casal na faixa dos 30 anos. A pergunta que fica é: por que, depois de tantos anos de emancipação da mulher, existe ainda a necessidade de fazer rimar as vidas femininas com o pronome “nós”? Quem responde é o sociólogo Michel Ladet: “Porque o casal faz sonhar”. É fato que 47% das europeias querem passar o tempo livre com os seus parceiros e que 51% das americanas têm o mesmo desejo. É preciso mudar de continente para pensar no amor de outro jeito. Para as japonesas, o sentimento é destruidor e a paixão é apenas uma ilusão da juventude. Na fase adulta, as japonesas querem mesmo ter uma família. Para elas, o valor de uma relação é a estabilidade. Mas as ocidentais não são todas heroínas de romances cor-de-rosa. Nos EUA e na Inglaterra, de 20% a 26% das mulheres acreditam que o sexo é mais importante que o amor. O surgimento do casal “pró-sexo” continua sendo o sonho dourado daquelas com 30 anos. Para elas, ser mulher é se fazer desejar e ponto. Na Ásia, muitas pessoas com menos de 30 anos pensam em sexo o tempo todo e querem sexo sempre. Apesar disso, as russas continuam sentimentais, bem parecidas

RÚSSIA

"AS MULHERES TÊM A FANTASIA DO MARIDO OCIDENTAL, MAS PREFEREM OS RUSSOS, QUE SÃO MAIS PASSIONAIS"

Anna Barinova, diretora da *Marie Claire* Rússia

MARIE CLAIRE O que significa ter uma vida bem-sucedida para uma mulher na faixa dos 30 anos?

ANNA BARINOVA Um homem, um filho e uma carreira. Digo ter um homem porque temos um excedente de 10 milhões de mulheres.

MC O que essa mulher procura em um homem?

AB Solidez. Ela tem a fantasia do marido ocidental, que não a abandonará da noite para o dia. Apesar disso, prefere os russos, que são menos racionais e mais passionais. Mas os homens sabem que, se uma mulher se revoltar, sempre haverá outra que o perdoará.

MC A russa segue algum modelo feminino?

AB A atriz Meg Ryan, que é bonita e sabe se manter forte.

MC Que obstáculos as mulheres enfrentam para encontrar a felicidade?

AB A instabilidade. As coisas podem virar de cabeça para baixo da noite para o dia. Vivemos em um estado de incerteza permanente. Isso cria mulheres fortes que conseguem ser bem femininas. Aí está o paradoxo.

MC Qual é a principal reivindicação das russas?

AB Não queremos brigar, já brigamos demais, já apanhamos demais. Quando a nossa economia entrou em colapso, as mulheres se ocuparam até de trabalhos pesados em estradas. Depois quiseram ficar um pouco em casa. Mas essa época já passou. Não somos feministas, nós nos adaptamos. Só exigimos mais estabilidade. Nossas reivindicações são antes de tudo sociais.

** Entrevistas feitas por Catherine Durand e Chloé Davezac. Da Marie Claire França. Tradução: Ária Traduções*

Casamento é sorte no país com excesso de mulheres (acima). As russas desejam um homem, um filho e uma carreira (ao lado)

com as gregas e italianas. Já as francesas costumam adotar uma postura mais conciliatória. Quando a questão é sexo ou amor, elas querem saber: "E se for um pouco dos dois?"

FIDELIDADE NA BALANÇA

O que, afinal, as mulheres querem dos homens? As inglesas exigem primeiro que eles as respeitem, depois que as excitam e, por último, que as façam rir. Para a maioria, a infidelidade é uma quebra de contrato. Por outro lado, as chinesas toleram as escapadas dos parceiros. Só 27% pensam que uma traição é um assunto importante. O essencial é que o marido mantenha o mesmo estilo doméstico. Para a juventude europeia, a velha conversa "eu te amo, mas faço o que quero" está de fato ultrapassada. Mas existe uma contradição nisso tudo: 30% das mulheres com menos de 30 anos vivem separadas de seus parceiros e afirmam que essa é a única forma de se manterem independentes, apaixonadas e excitadas. Para elas, o amor deve ser intenso sempre. Isso sem contar que os alugueis em quase toda a Europa são caros e por isso francesas e italianas passam mais tempo na casa dos pais. No Brasil, uma pesquisa feita pelo Projeto Sexualidade da USP com 7 mil pessoas aponta que 50% dos homens já tiveram — ou pelo menos já declararam ter tido — uma experiência extra-relacionamento oficial, enquanto só 22% das mulheres confessaram que traíram seus parceiros. A brasileira, apesar de desejar ter alguém só para ela, sabe como é difícil ter exclusividade num romance.

Segundo o sociólogo Michel Ladet, a tendência adotada por 24% das mulheres ocidentais, incluindo as francesas, é o que vem sendo chamado de "treinamento de casais". A nova moda estabelece que, para estar a dois, é preciso se descobrir através do outro. A mania funciona assim: como um professor ou treinador, um trabalha a psique do outro, procurando dentro de si o que há de melhor para que isso seja compartilhado. A ideia é que o treinamento atue no campo do desenvolvimento pessoal. Dessa forma, a cara-metade garante que a outra parte se torne uma pessoa melhor e vice-versa.

Por Edith Canestrier

FOTOS: STOCK PHOTOS/NAIR BENEDICTOR-IMAGENS

sue | johanson

À primeira vista, ela é simpática, doce e discreta. Mas essa senhora tão especial surpreende quando começa a falar. De sexo, claro, o seu assunto predileto. Por Marisa Adán Gil e Silvana Tavano. Fotos: Claudio Edinger

Se fosse jovem, loira e sedutora provavelmente não seria levada a sério —ela é a primeira a admitir. Mas sua imagem —a de uma senhora respeitável, dessas que todo mundo tem na família— empresta credibilidade a um assunto pra lá de provocante. Por trás dessa figura meiga está uma mulher que sabe falar e expor suas idéias com a segurança de quem estudou muito. Há três décadas a enfermeira Susan Powell se transformou na apresentadora Sue Johanson, um fenômeno de audiência que começou no rádio e logo ganhou espaço na televisão canadense, para depois estourar também na TV norte-americana. Desde setembro de 2003, Sue aparece no Brasil, pela GNT, com o programa “Falando de Sexo”, inicialmente apresentado aos domingos à

meia-noite. Já em abril de 2004, as respostas diretas e surpreendentes da sexóloga ganharam espaço diário, atraindo telespectadores curiosos todas as noites e tomando-se uma das dez atrações mais assistidas do canal. A fórmula de Sue deu tão certo que este mês ela estreia um novo programa, também na GNT, o “Sunday Night Sex Show”. Para os fãs brasileiros, outra novidade é o livro “ABC do Sexo” (Ed. Seoman, 260 págs., R\$ 30), que traz respostas para todo tipo de dúvida, das banais às mais ousadas: se é normal usar vegetais para se masturbar ou se um homem pode fingir orgasmo, por exemplo. Durante sua rápida passagem pelo Brasil, no final de março, Sue reservou um tempo para conversar exclusivamente com *Marie Claire*. Casada há mais de 30 anos, mãe de três filhos e com dois netos já adultos, ela conta que ninguém da família se impressiona

mais com ela. Em casa, eu sou a mãe, aquela que faz biscoitos e sempre sabe onde estão as coisas”. Para o grande público, ela também é uma espécie de mãe, que coloca todos no colo e responde a tudo com naturalidade —Sue não dá bronca, não dita regras e, quando o assunto é sexo, sabe todas as respostas.

Marie Claire Você fala de sexo de um jeito natural e muito objetivo. Sempre foi tão fácil lidar com esse assunto?

Sue Johanson Sabe que não? Eu não falava sobre isso com os meus filhos. Era esquisito imaginar que eles poderiam olhar para mim e para o meu marido e achar que nós tínhamos feito “aquilo” /risos/. Eu pensava que, se eu abrisse o assunto, eles iriam fazer sexo na primeira oportunidade. Sei que é um absurdo, mas eu realmente tinha a sensação de que estaria dando permissão para que eles fizessem sexo! Então era mais fácil dizer: “Não faça, você não está preparado”. Foi um erro, é lógico.

MC E como essa história começou?

SJ Quando meus filhos viraram adolescentes, a nossa casa era o ponto de encontro da turma: eles traziam todos os amigos e muitas vezes aconteciam conversas gostosas em volta da mesa da cozinha, juntando 10, até 15 jovens. Como eu era enfermeira, eles me faziam perguntas que eu conseguia responder sem dificuldade, principalmente quando meus filhos não estavam por perto. Foi nessa época que percebi como os jovens eram carentes de informação. Resolvi voltar a estudar e acabei me especializando em educação sexual.

MC Para algumas pessoas, é um pouco chocante ver uma senhora tratando tão abertamente das questões de sexo na televisão. [Sue não revela a idade, só diz que já passou dos 70 anos.]

SJ É justamente porque sou mais velha que o programa funciona. Não daria certo se eu fosse uma jovem sensual. Eu passo uma imagem de segurança, de alguém que sabe do que está falando, que tem conhecimento >>

doutora em SEXO

Marie Claire, maio de 2005, nº 170, pp. 54 a 60

>> e que fica muito à vontade para tratar desse tema. Além disso, nunca dou semão, não moralizo as minhas respostas nem digo aos telespectadores que eles "devem" fazer isto ou aquilo. Só quando falo em sexo seguro: aí, sim, eu sempre reforço que a pessoa tem que usar preservativo.

MC Conversar sobre sexo pode ser complicado para muitas pessoas. Tem como aprender?

SJ Um bom caminho é usar a língua do "eu": "Eu estou assustada", "Eu quero poder confiar em você" ou "Eu não quero apenas dar uma rapidinha". Quando as coisas são colocadas nesses termos, a gente se permite dizer o que realmente está sentindo. O ideal é usar a língua do "eu" desde o início, porque isso vai ajudar a enxergar se a história pode ou não virar um relacionamento. Desse jeito dá para conversar sobre como você se sente em relação à gravidez — "Eu uso pílula" — e a doenças — "Eu não quero ter herpes". Também é importante que a pessoa não tenha receio de fazer perguntas difíceis logo no início da relação. Coisas como: "Você já fez sexo com outro homem?".

MC Essa é uma pergunta bem difícil de se fazer, mais ainda no começo de um relacionamento...

SJ É difícil, sem dúvida, mas a mulher tem que saber! E, de preferência, o mais cedo possível. Não dá pra brincar com HIV. Se o homem não está pronto para ouvir uma pergunta como essa, então também não está pronto para fazer sexo, e menos ainda para um relacionamento.

MC Se a mulher não está satisfeita sexualmente, como ela deve falar? Qual o tom que não ofende nem machuca o parceiro?

SJ Ela também deve usar a linguagem do "eu", mas de um jeito firme, quer dizer, sem hesitação. É verdade que forçar a barra muitas vezes pode assustar o parceiro, mas eu acho que sem-

"Não existem limites quando o casal está de acordo. Importante é estabelecer um código que funcione dentro da relação"

pre é melhor correr esse risco do que ficar insatisfeita. E a hora certa para tocar nesses assunto é qualquer uma, menos na cama: no meio de uma caminhada, enquanto os dois estão lavando pratos ou assistindo à televisão.

MC Existe um modo de sugerir coisas novas ou de revelar as próprias fantasias sem ficar constrangida?

SJ O ideal é falar de forma leve e criativa. Pode usar até o meu programa como gancho: "Ouví falar na TV sobre um casal que brincava de esconder... No escuro... E sem roupa! Achei tão divertido, vamos tentar?" /risos/.

MC O sucesso de "Sex and The City" em todo o mundo tem a ver com isso? De alguma forma, o seriado incentiva as mulheres a terem um comportamento mais livre e ousado...

SJ Provavelmente sim, mas, na minha opinião, o fato de as meninas do "Sex" estarem sempre de antenas ligadas à procura de homens, passando uma imagem de que somos todas "caçadoras", enfim, isso geralmente assusta os homens. A atitude delas é um pouco agressiva. E nem sempre corresponde ao que estão realmente querendo: elas agem como se estivessem a fim de uma transa quando, muitas vezes, estão buscando um relacionamento — quer dizer, o enredo, às vezes, passa a idéia de que não sabemos o que queremos...

MC Hoje em dia homens e mulheres namoram com liberdade. Por que, então, muitos homens ainda pagam por sexo?

SJ Porque existe muita fantasia em torno da prostituta: a própria situação é excitante para muitos... Não tenho nada contra prostitutas, pelo contrário: aprendi muito com elas — como colocar a camisinha com a boca, por exemplo, o que pode transformar a obrigatoriedade de usar preservativo em uma brincadeira deliciosa. Se ela for uma

mulher madura, que sabe o que está fazendo, e que pratica sexo seguro, bem, nesse caso, o homem pode aprender muito com ela.

MC Você sente que as pessoas ficam muito presas a tabus?

SJ Sem dúvida. É exatamente por isso que o tipo de orientação que dou costuma funcionar: de alguma forma, eu dou permissão para que elas se soltem, libertem a fantasia e se divirtam. Eu digo: "Se você fica excitada usando uma roupa de enfermeira ou fingindo ser um bombeiro, vá em frente".

MC Existem limites no sexo?

SJ Não há limites quando os dois estão de acordo. Pessoalmente, não admito coerção, exploração, ameaça de violência e manipulação. Mas, desde que as duas pessoas envolvidas sintam, acho que está tudo certo. O segredo é fazer acordos: cada casal tem que estabelecer um código dentro da relação. Então, eles sabem até onde podem ir um com o outro, sabem o que pode magoar o outro, o que e quando algo deixa de fazer sentido. Nesse trato, os dois devem se fazer as seguintes perguntas: "Isso vai me dar prazer?", "Me excita?" e "Vale a pena correr o risco?".

MC E os riscos emocionais? Quando um homem propõe à sua parceira fazer sexo a três, por exemplo, o que essa mulher deve levar em conta antes de topa a experiência?

SJ Ela deveria se perguntar: "Como eu estou me sentindo com essa proposta? Como será que vou estar no dia >>

>> seguinte: embaraçada, culpada, enojada, magoada? Vou odiar meu marido se perceber que ele gostou de transar com a outra mulher?". Todas essas questões têm que ser respondidas antes e com sinceridade. O que está em jogo aqui não é um problema moral, estamos discutindo uma questão emocional. Situações desse tipo envolvem *frisson*, provocam excitação e acendem a fantasia —tudo isso pode ser bárbaro para o sexo, mas é preciso refletir: como esse relacionamento vai ficar depois? Se alguém pede minha opinião sobre uma proposta dessas, eu vou sugerir que a mulher faça uma contraproposta e diga ao marido: "Ok, eu topo fazer sexo a três, mas com você e outro homem".

MC Você acha que as mulheres às vezes concordam com certas coisas que não querem fazer só para evitar problemas?

SJ Sim, sem dúvida. Só que essa história pode ter um outro lado: ela se força a fazer sexo mesmo quando não está com vontade ou topa determinadas práticas e... acaba gostando */risos/*. Quando essa mulher tem uma atitude mais aberta, ela pode acabar se divertindo e mudando de idéia. Em sexo, aliás, o segredo é fazer —quanto mais se faz, mais se quer fazer. E vice-versa: quem não pratica acaba perdendo o desejo, a vontade de praticar. Como eu sempre digo: *use it or loose it [pratique ou esqueça]*.

MC Existem assuntos proibidos para você?

SJ Eu não falo sobre necrofilia e sobre a prática do sexo com animais. Além disso, costumamos evitar no programa as questões que abordem o relacionamento, pois quase sempre essas perguntas exigem mais do que uma resposta de três minutos.

MC As perguntas que vão ao ar no seu programa são previamente selecionadas pela equipe de produção. Ainda assim, já aconteceu de você ser

surpreendida por alguma questão muito esdrúxula ou engraçada?

SJ Ah, já! Às vezes tenho que pedir os comerciais para poder rir! Como naquela vez em que um cara ligou dizendo que costumava se masturbar dentro de um pote de pasta de amendoim! */risos/*. E ele queria saber se isso podia fazer mal! Bom, foi difícil levar aquilo a sério... Eu perguntei de volta se a pasta era simples ou do tipo crocante, enfim, se continha mais algum ingrediente e disse que, a princípio, não havia qualquer risco para a saúde dele. Mas fiz uma ressalva: "Depois de terminar, por favor, não coloque o pote de volta no armário!" */risos/*.

MC No talk show "Falando de Sexo" [programa transmitido nos Estados Unidos e no Brasil] você recebe cerca de mil ligações por semana. As pessoas ligam porque são carentes ou precisam realmente de informação?

SJ Quase sempre as pessoas me perguntam "o que devem" fazer e sempre respondo: "Você pode fazer assim ou assado" ou "Você já pensou o que aconteceria se...". Sinto que a maioria já sabe a resposta quando telefona para o programa, quer dizer, elas sabem o que fazer, mas querem ter uma permissão. Elas precisam de mim só para clarear as idéias, para dar alternativas e confirmar o que elas já estavam achando. Não acho que a procura de informação seja o principal motivo das consultas.

"As pessoas sabem o que querem no sexo, mas têm medo de pedir, porque podem ficar vulneráveis diante do parceiro"

MC "Tente", "Vá em frente" são expressões que você usa frequentemente em seu programa. É a insegurança que atrapalha o sexo?

SJ Acho que sim. Às vezes, a pessoa até sabe o que quer, mas tem receio de pedir ou de perguntar porque pode ficar vulnerável diante do parceiro, e isso sempre intimida.

MC Você diz que seu público é composto de homens e mulheres, meio a meio. As perguntas masculinas giram em torno do próprio prazer ou eles também estão preocupados com o prazer das mulheres?

SJ Os homens se preocupam, sim, com o orgasmo delas, mas sinto que, no fundo, talvez eles estejam pensando neles mesmos. Eles querem que elas cheguem lá porque, dessa forma, sentem-se mais homens. Não chega a ser uma atitude voltada apenas para a mulher. Mas a maior inquietação deles tem a ver com o medo de perder a ereção... O tamanho do pênis é outro tema constante: os homens sempre querem saber se há técnicas para aumentar, coisa que infelizmente não existe. A boa notícia é que isso não faz tanta diferença para a mulher. Para a grande maioria, a penetração é a parte menos divertida da história.

MC O Viagra mudou o comportamento masculino?

SJ Acho que o Viagra não mudou realmente muita coisa. Um mau amante não melhora por causa do remédio, torna-se apenas um mau amante com Viagra */risos/*. É claro que esse é um remédio maravilhoso para casais que gostam de sexo e que fazem disso uma parte importante de seu relacionamento. Mas, se um homem chega em casa com uma caixa de Viagra de repente, sem nunca ter conversado com sua parceira sobre uma eventual dificuldade de ereção, bem, aí eu acho que temos um problema. Nes- >>

>> se sentido, o medicamento criou novos conflitos, evidenciou a falta de comunicação que existe entre muitos casais.

MC E as mulheres, estão mais preocupadas em chegar ao orgasmo ou em dar prazer aos seus parceiros?

SJ Elas querem saber como podem dar mais prazer a eles, como devem fazer sexo oral para que eles gostem mais. Mas também estão atentas a si mesmas, querem descobrir onde é o ponto G e como atingir um orgasmo melhor mais vezes.

MC Não chegar ao orgasmo sempre causa angústia?

SJ Essa crença —a de que é preciso ter orgasmos sempre— confunde homens e mulheres. Mas isso nem sempre acontece e é normal, a gente não tem orgasmo toda vez que faz sexo. Mesmo com o homem, muitas vezes, ele ejacula mas não tem um orgasmo. Ainda assim, o sexo continua sendo bom. Porque sexo é conexão, é contato, é muito mais do que um orgasmo.

MC De uma forma geral, as mulheres estão mais satisfeitas?

SJ Acho que elas estão começando a ficar mais satisfeitas. Percebo que as mulheres estão começando a ser capazes de dizer: “Eu adoraria que você me tocasse assim ou assado” ou “Preciso ser beijada” ou “Quero sexo oral antes”. Enfim, acho que as mulheres querem mais prazer e estão, sim, lutando por isso.

MC Sexo seguro é um tema de todos os seus programas —é um ponto importante para você. Por que as pessoas ainda têm resistência em usar preservativos?

SJ Há muita diferença entre o que as pessoas fazem e o que deveriam fazer... A mulher ainda tem vergonha de pedir ao seu parceiro que use camisinha e é comum que o homem não use. Parece incrível, mas muitos ainda pensam que não

“Falta de sexo não deprime ninguém. O que realmente causa depressão é a falta de intimidade, do abraço, do toque”

vai acontecer com eles, ou que existe uma cura, algo como uma vacina contra o HIV. É um absurdo, mas é verdade! É preciso educar, por isso falo e reforço o sexo seguro em todas as oportunidades. Não dá pra brincar: as estatísticas dizem que três quartos das pessoas contaminadas com o vírus HIV não sabem que estão infectadas. A aids pode ser consequência de uma transfusão de sangue, de uma agulha contaminada, enfim, a pessoa nem suspeita que tem o vírus e pode estar espalhando o problema entre vários parceiros. É assustador!

MC Homens e mulheres querem coisas diferentes no sexo?

SJ As mulheres ainda querem comprometimento, elas não gostam de se sentir objetos sexuais. Para elas, o sexo tem a ver com a sensação de intimidade, de ligação com o parceiro, e fidelidade é um valor importante. Já os homens sempre têm uma certa curiosidade com relação ao corpo daquela outra mulher, fantasiam que a outra sabe posições diferentes e acham, em geral, que o sexo com uma única parceira tende a ser monótono e repetitivo. A solução? Ter uma compreensão das diferenças desde o início da relação. A mulher deve jogar às claras e colocar seus objetivos na mesa, dizer que não vai aceitar infidelidade, violência ou seja lá o que for.

MC Quais são os temas que as pessoas evitam abordar nas perguntas?

SJ É difícil para as mulheres falar em masturbação —e todos sabem que 80% das mulheres chegam ao primeiro orgasmo de suas vidas sozinhas, masturbando-se. De forma geral, bissexualidade, transexualidade e aborto são assuntos que não aparecem nas perguntas do público.

MC Quem faz menos sexo costuma ter tendência à depressão?

SJ Quem está deprimido não quer saber de nada, inclusive de sexo. Por outro lado, não acredito que a falta da prática leve à depressão, até porque as pessoas sempre podem ter sexo —mesmo que seja a masturbação. O que deprime é a falta de um relacionamento, de intimidade, de abraço e toque.

MC Nos Estados Unidos e no Canadá, você é sempre reconhecida nas ruas. As pessoas falam de sexo com você no dia-a-dia?

SJ Falam, sim, o tempo todo! Elas perguntam e, se eu estiver com tempo, respondo, é claro. Não gosto de dizer qualquer coisa, só por dizer. Certa vez, eu estava no metrô e fui abordada por uma moça que fez uma pergunta complexa, sobre relacionamento. Quando vi que não conseguiria responder dentro do trem, propus que descêssemos na próxima estação para conversar com calma. Fizemos isso, falamos com tranquilidade e depois tomamos outro trem. Eu realmente me sinto mal se não responder direito.

MC Você não se cansa da falar tanto sobre sexo?

SJ Não, nunca! *[risos]* Falar sobre sexo não me aborrece de jeito nenhum. Eu ensino cinco dias por semana, falo nos dois programas e também com todo mundo que cruza. Mas o público sempre muda e a reação das pessoas é muito estimulante. Falar sobre sexo é divertido, quase tanto quanto fazer. ■

estilo | radical

Mulheres que vivem no limite

Escalar montanhas, descer às profundezas do oceano ou nadar com tubarões. A prática de esportes de risco virou a razão de viver de um pequeno grupo de mulheres que desafiam a morte com prazer. Aqui, três delas contam o que há por trás da mania de explorar os limites do corpo. Por Daniel Nunes Gonçalves

Boa parte das mulheres acredita que as maiores alegrias da vida estão ligadas a conquistas do dia-a-dia, como uma carreira bem-sucedida, um companheiro para dividir os sonhos ou um bando de filhos brincando no quintal — e, se possível, as três coisas juntas. Mas existem aquelas que precisam mais do que isso. É o caso de três brasileiras que descobriram nos esportes radicais outros motivos para celebrar a vida: Karoline Meyer encontra a paz mergulhando no fundo do mar; Helena Coelho tem paixão por subir e descer montanhas perigosas; e Dailza Damas se sente plena e realizada nadando ao lado de tubarões. Apesar de as atividades esportivas serem bem diferentes, todas elas concordam:

vencer obstáculos que exigem esforço físico e mental as torna mais fortes e poderosas até mesmo para encarar o dia-a-dia.

Os riscos não as assustam, ao contrário. A proximidade da morte é capaz de fazer com que se sintam mais vivas do que nunca. Sofreriam, sim, se estivessem presas à rotina, sem direito a desafios e emoções surpreendentes. O curioso é que, à exceção de Karoline, que tem 36 anos, as outras duas estão perto ou já ultrapassaram a barreira dos 50. Em alguns casos, essa opção tão radical chegou a comprometer a própria feminilidade. Dailza passou bons períodos distante de seu filho, hoje com 27 anos, para se dedicar à natação. Helena foi mais longe ainda: desistiu de ser mãe para ter total liberdade de chegar aos pontos mais intocados da Terra. Já Karoline planeja um dia construir uma família. A seguir, elas contam o que sentem superando seus limites.

NOME: Karoline Mariechen Meyer
IDADE: 36 anos
PROFISSÃO: advogada e bancária
ESTADO CIVIL: casada, sem filhos
SONHO: a recordista de mergulho sem cilindros de ar comprimido se prepara para descer a 100 metros de profundidade e tentar quebrar o recorde sul-americano

Mais fundo

Ela fica sem ar em nome de sua paixão. Especialista em mergulho livre em apnéia (sem cilindros de ar comprimido), Karoline é capaz de descer 80 metros abaixo da superfície do mar, só com o ar do pulmão —ela fica sem respirar por 6 minutos e 31 segundos. Mas essa pernambucana quer ir ainda mais fundo

"Sou viciada naqueles instantes de paz e solidão que encontro no fundo do mar. Acho que é como pisar na Lua ou alcançar o Everest. Você se sente bem demais, parece que encontrou uma força maior. Quando entro em estado de hipoxia, com pouco oxigênio no corpo, sinto minha mente alternar estados de consciência e inconsciência. Eu me preparo bem para o desafio e sei que cubro os riscos da

forma mais segura possível. Não quero bancar a heroína. Não vou enfrentar um desafio, a não ser que tenha certeza de que posso superá-lo. Tenho medo do fracasso, mas prefiro isso a perder a vida.

Todo mundo, quando criança, brinca de contar quanto tempo agüenta ficar sem respirar dentro da água. Foi em uma brincadeira de piscina com meu ex-marido, aos 30 anos, que descobri que tinha um fôlego especial: fiquei 3 minutos e 39 segundos sem respirar. Sempre gostei de praticar esportes, mas as competições de mergulho livre em apnéia, sem cilindros de oxigênio, eram desconhecidas para mim. Pela internet, me conectei a outros praticantes do mundo e virei uma especialista do esporte no Brasil.

O risco dessa prática é o apagamento, um desmaio provocado pela redução do oxigênio no corpo a níveis intoleráveis. É como se o cérebro provocasse um apagão para economizar o pouco ar que resta. Só que, desmaiada, a pessoa se afoga, o que pode gerar uma parada cardiorrespiratória. No meu treinamento, tento prolongar a minha abstinência de ar sem perder os sentidos. Ainda assim, erros acontecem. Quem mergulha com o corpo muito cansado, por exemplo, pode se dar mal,

porque aí os limites são outros. E o resgate de um mergulhador no fundo do mar é bem complicado.

Cheguei perto da morte em 2001, quando praticava mergulho com lastro variável *[em que o atleta é puxado ao fundo do mar por uma máquina, mas tem que voltar à superfície por esforço próprio]*. Estava no mar da Flórida quando a máquina que me puxava para o fundo quebrou a 85 metros de profundidade. Não tive forças para me segurar no cabo de segurança e, quando a correnteza ameaçava me levar, fui resgatada pelo mergulhador de segurança. Tudo isso durou apenas 40 segundos, mas pareceu uma eternidade.

No ano seguinte, quando eu tentava quebrar o recorde sul-americano no Havaí, o susto foi duplo. Apaguei duas vezes, a 15 metros de profundidade. De novo fui resgatada pelo mergulhador que me acompanhava. O curioso é que não conseguia lembrar de nada ao ser acordada, talvez por um mecanismo de proteção do cérebro. Sei que as causas do meu apagamento foram psicológicas. Dois meses antes, a minha amiga Audrey Mestre tinha morrido ao tentar quebrar o recorde mundial. Nós costumávamos treinar juntas e fiquei muito >>

"Quem enfrenta um grande desafio compreende a importância de conviver"

Karoline

>> abalada. Passei um ano vendo o rosto dela toda vez que colocava a cabeça na água. Com acompanhamento psicológico, superei o trauma. O que aconteceu com ela não me apavora mais, só me deixa triste. Hoje, a proximidade da morte só me faz lembrar do amor que sinto pela vida e pelas pessoas que me rodeiam.

No dia-a-dia, trabalho em um banco, então só uma pequena parte da minha rotina é dedicada aos treinamentos. Passo duas a três horas diárias na academia e também pratico ioga, o que ajuda na minha consciência corporal e nas técnicas de respiração. Sempre que me disponho a quebrar algum recorde, acelero meu preparo físico. Adoro a sensação de batalhar por um objetivo.

Tenho a impressão de que, se eu treinar muito, posso fazer qualquer coisa que quiser. Mas a vida me mostrou que tenho limites, que preciso das pessoas, que não tenho todo o poder do mundo. Jamais vou descer a 60 metros se não souber que o meu marido e a minha equipe de apoio me esperam no barco da superfície. Mais do que valorizar o viver, quem enfrenta um desafio desses percebe a importância de conviver. Quando as coisas não acontecem perfeitamente, fico mais forte com a derrota. Confio na minha força interior. Quem não confia em si mesmo jamais vai chegar próximo do seu limite.

Estou me preparando para descer, em setembro, a 100 metros de profundidade, 20 metros a mais do que já consegui. Pretendo com essa marca quebrar o recorde sul-americano. Depois, talvez eu dê um tempo para me dedicar a outro sonho, que é o de ser mãe. Enquanto isso não acontece, toco minha vida do jeito que gosto e cuido bem de mim." ■

NOME: Helena Coelho
IDADE: 51 anos
PROFISSÃO: professora aposentada, guia de alpinismo
ESTADO CIVIL: casada, sem filhos
SONHO: depois de escalar cinco vezes o Aconcágua (6.962 metros de altitude), ela pretende alcançar o topo do Everest (8.448 metros) sem cilindro de oxigênio

Mais alto

Helena enfrenta as montanhas mais altas do mundo. Há cinco meses, viveu um pesadelo: estava no Aconcágua quando ocorreu a tragédia envolvendo o dentista Eduardo Alvarenga e sua mulher, Rita Bragatto. O incidente a fez parar para pensar na paixão que sente pelas alturas

"Enfrento grandes altitudes em terrenos escorregadios, frio, chuva, dor, desconforto. Mas vale a pena superar cada obstáculo para chegar ao topo e ver a natureza imponente. Escalo pelo prazer de descobrir o novo e me sinto privilegiada, mesmo tendo de conviver com tragédias como a que aconteceu com Rita e Eduardo. Eu estava no Aconcágua quando soube que Eduardo estava morto [em 7 de janeiro deste ano]. Encontrei Rita no mesmo dia, em um acampamento a 4.300 metros. Ela ainda não sabia que o marido tinha morrido. A história me chocou por se tratar de um casal: há 30 anos escalo com meu marido, Paulo [na foto, à dir.]. Rita estava debilitada e achava que o marido chegaria a qualquer momento... Eu e um funcionário local contamos que ele tinha ficado na montanha. Rita desmaiou, teve de ser

"Eu me sinto forte quando venço um obstáculo difícil"

Helena

levada ao atendimento médico. No dia seguinte, continuava em choque. Eu me coloquei no lugar dela, senti muito e chorei também.

Há uns dez anos, Paulo e eu passamos um susto no Aconcágua. Estávamos subindo quando o tempo virou. Mesmo assim, eu queria continuar a escalada. Paulo disse não e, na descida, fomos atingidos por uma tempestade de neve e a temperatura caiu a 46 graus negativos. Tivemos de ficar cinco dias na barraca. O frio era tanto que sofri um início de congelamento nos dedos, mas voltamos sãos e salvos. Quando você se acostuma a vencer obstáculos difíceis, acaba se sentindo poderosa. Mas incidentes como esses tiram você do pedestal. Aquilo serviu como alerta. Percebi que poderia ter morrido se Paulo não freasse os meus impulsos. A experiência me ajudou a ser menos impulsiva na montanha ou fora dela.

A minha paixão por esses lugares inexplorados surgiu quando fiz um curso de escalada em São Paulo. Eu tinha 20 anos, estudava ciências sociais na USP e me encantei pelo instrutor. Era Paulo, meu marido há 27 anos. Nessa época, ele era aluno de física, na USP também. Começamos a namorar e a escalar juntos. Como o nosso projeto de vida sempre incluiu escaladas, optamos por não ter filhos. Pensei muito sobre isso, mas crianças não caberiam nesse sonho. Não teria como encaixar filhos nessa aventura e me sinto satisfeita por poder fazer o que mais gosto na vida.

No início, nossas viagens só podiam acontecer nas férias. Há três anos, me aposentei e transformei o hobby em profissão: sou guia de alta montanha. Viajo seis meses por ano. Paulo por enquanto fica em casa, sozinho. Nós já tentamos subir o Everest seis vezes, mas não chegamos lá. Há sempre alguma coisa que nos impede de alcançar o cume. Nosso sonho é bater no ponto mais alto da

Terra sem cilindros de oxigênio. Vai ser da forma mais esportiva e perigosa. Não vejo sentido em subir um dos pontos mais intocados do planeta da forma mais fácil, como várias pessoas já fizeram. Até hoje só uma mulher alcançou o cume sem cilindro de oxigênio [a inglesa Alison Hargreaves, em 1995]. Quero ser a segunda, nem que seja bem velhinha." ■

NOME: Dailza Damas
IDADE: 47 anos
PROFISSÃO: nadadora de travessias
ESTADO CIVIL: divorciada, mãe de um filho
SONHO: depois de ter cruzado duas vezes o canal da Mancha, entre Inglaterra e França, e atravessado o gelado lago Titicaca, na Bolívia, ela quer se aventurar no lago Ness, na Escócia

Mais longe

Para a paranaense Dailza, não há nada mais excitante do que nadar longas distâncias no mar, enfrentando baixas temperaturas e correntes ameaçadoras. Nem mesmo os tubarões assustam essa mulher audaciosa

"Eu adoro o mar e nunca gostei da idéia de me sentir limitada"

Dailza

"Eu atravessava o canal da Catalina, na Califórnia (EUA), quando cruzei tubarões pela primeira vez. Fiquei apavorada, me aproximei lentamente do barco que me acompanhava e ali fiquei praticamente imóvel na água. Os tubarões percebem se há alguma agitação excessiva, então fui me acalmando e controlando os meus batimentos cardíacos, até que eles foram embora. Isso aconteceu em 1993, um ano depois de eu ter feito a minha primeira grande travessia, que foi cruzar os 32 quilômetros do canal da Mancha. Treinei quatro >>

>> anos antes de embarcar para a Inglaterra. Éramos cinco nadadores dispostos a enfrentar aquele mar agitado. Depois de nadar por duas horas, começou um vendaval e a situação ficou perigosa. Eu estava tão determinada a ir em frente que nem percebi que os outros tinham desistido. Prefiro ignorar o milhão de pensamentos e me concentrar em nadar. Nessas horas, só penso no mar, na respiração, em cada braçada, o que faz com que eu entre numa espécie de transe. Cheguei à

margem da França depois de 19 horas e 26 minutos. Estava acabada e seis quilos mais magra, mas a sensação de realização compensou tudo.

Comecei a nadar tarde, aos 28 anos. Sem nunca ter praticado esportes, entrei num curso de natação para estimular meu filho. Depois de dois anos de aula, fui convidada a representar a escola em uma competição no mar de Guaratuba (PR). Topei. Chegando lá, fiquei tão impressionada com a dimensão do mar que me atrasei na largada. Comecei a nadar desesperadamente e, quando tirei o rosto para fora da água, estava perto do barco de um pescador. 'Você está em segundo lugar', ele disse. Consegui a segunda colocação e, a partir daí, a piscina ficou pequena para mim. Eu, que nasci no interior do Paraná e vi o mar pela primeira vez aos 13 anos, decidi que só queria nadar no oceano.

Nessa época, a nadadora Renata Agondi havia morrido durante a travessia do canal da Mancha *(a morte foi causada por hipotermia, queda*

da temperatura interna do corpo a níveis intoleráveis). Fiquei mexida com a história e meti na cabeça que um dia tentaria a mesma travessia em homenagem a ela. Sei que o que faço é arriscado, mas sou prudente. Vou percebendo os meus limites e me sinto mais forte cada vez que os supero. A verdade é que nunca gostei de me sentir limitada. Acredito que a capacidade de se adaptar a novas situações aumenta a habilidade para viver bem.

Cada aventura exige um preparo específico. Em 2001, para fazer a travessia no lago Titicaca, na Bolívia, precisei ganhar oito quilos —a gordura serviria para me proteger da água gelada, em torno de 7 graus. Sabia que o risco de sofrer uma hipotermia era grande, e que isso poderia ser fatal.

Embarquei para a Bolívia um mês antes, para me acostumar com o frio. Dia sim, dia não, subia a 4.000 metros de altitude para caminhar só de maiô, por uma hora, sob uma temperatura de cinco graus negativos. Durante as 8 horas e meia da travessia, tive três princípios de desmaio. Senti que podia morrer, mas também achava que podia chegar até o fim. Completei o trajeto com problemas de circulação nas mãos e nos pés —depois, fiquei sem andar por uma semana. Mas cumpri o meu objetivo e me senti mais forte como ser humano.

A minha próxima travessia vai ser cruzar o lago Ness, na Escócia, aquele que dizem que tem um monstro. Não largo essa vida por nada, adoro. Hoje vivo em Santa Catarina e treino em Bombinhas. O meu filho, que é engenheiro, não tem nenhum trauma por ter ficado longe de mim enquanto eu nadava. Somos felizes. Se eu tenho medo da morte? Temo mais as guerras do mundo. Eu me sinto estranhamente protegida. Dou a primeira braçada e deixo que Deus cuide do resto." ■

"Eu terminei a prova seis quilos mais magra, mas feliz"

Dailza

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

Decifra-me ou devoro-te

Silvinha estava se sentindo mais vulnerável do que namorada de jogador de futebol. Descartável como um copinho de plástico. A matemática de beijar no primeiro encontro, deixar rolar umas mãos abusadas no segundo e só efetivamente transar no terceiro tinha se mostrado falível e ineficiente. Ela já tinha feito uso de todas as cartilhas, táticas e técnicas de procedimento para acertar e desenvolver com o sexo oposto uma relação que fosse além de uma atração sexual, mas nada parecia funcionar. Com ela, os homens só queriam sexo, sexo ou sexo. Por que todas as suas amigas começavam o namoro com atração mútua e acabavam numa relação que terminava em casamento, e ela não? Era uma pergunta que permanecia no ar.

Sua última investida foi com Jorgi-

nho, um tipão que conheceu durante suas férias na Bahia. O carinho era de São Paulo e ela, do Rio de Janeiro. Assim, ficou fácil aplicar a tática de cozinhar o desejo em banho-maria até rolar uma oportunidade de corpo-a-corpo. Eles acabaram namorando por telefone. Jorginho era carinhoso, amoroso e cheio de lindas frases feitas que deixavam a romântica Silvinha cheia de esperança e amor para dar. Até que um dia ela teve de fazer uma viagem a trabalho para São Paulo e os dois tiveram a oportunidade de viver uma noite maravilhosa de amor e sexo.

Silvinha voltou encantada para o Rio, mas se surpreendeu com o silêncio do seu celular depois das inúmeras juras de amor. Jorginho desapareceu. Não ligou mais. Ela tentou algumas vezes se comunicar com o tipão, sem êxito. Uma semana depois, ele finalmente atendeu o telefone. Parecia outra pessoa. Chegou a pensar que era engano, mas, infelizmente, era o próprio, lacônico, frio e falando como se ela fosse uma colega de trabalho.

Silvinha deletou o número do telefone dele da sua caixa postal como se, com isso, estivesse deletando Jorginho do seu coração. E acrescentou mais essa ferida na coleção deixada pelo sexo oposto. Estava emocionalmente chutando latas quando uma amiga mais experiente fez uma análise fria do que acontecia com ela: "Seu problema, Silvinha, é que você é muito gostosa. Sua bunda é perfeita, suas pernas deviam ser proibidas e não se anda por aí com uma boca

como a sua sem causar abalos sísmicos. Você ataca a fantasia dos homens. Para eles, você é uma boneca inflável. Bonecas infláveis não são para casar e ter filhos, são para "pegar". Eles têm medo de não dar conta de tanta perfeição. O negócio é que você fica aí com essa carinha de vítima, mas o jeito que você se veste endossa o modelão deusa do prazer. Para o meu entender, o seu figurino diz: devore-me, please!".

Silvinha ficou chocada diante do diagnóstico. Mas a amiga explicou que não havia nada de errado em ser assim. Ela só devia ter consciência de quem era, do que provocava e do que queria. Só isso! "Deixe de bobagem e aproveite esse corpão que Deus lhe deu. E faça bom uso desse breve momento em que suas formas estão no apogeu! Ou você pensa que esses contornos e esse tônus são para sempre?"

Depois desse papo, Silvinha entrou numa certa crise de identidade por ser bonita e gostosa. Devorou algumas caixas de bombom, testou umas saias compridas e umas calças mais largas, e odiou. Num dia de sol e praia, vestiu um biquíni de enlouquecer a humanidade, jogou seu cabelo cor de mel de um lado para outro, passou um hidratante que deu brilho e luz à pele e foi para a praia escolher quem ela iria cozinhar em banho-maria. Agora, ela é que daria as cartas e se divertiria até aparecer alguém digno de ser seu par. Enquanto isso, alimentaria o inconsciente masculino com toda sorte de fantasia e poesia. E, se achan-do, saiu cheia de graça num doce balanço a caminho do mar. ■

Patricia Travassos é atriz, apresentadora do programa "Alternativa Saúde", do canal GNT, e autora do livro "Esse Sexo É Feminino!" (Editora Símbolo/O Nome da Rasa, 120 págs.)

Marie Claire, julho de 2005, nº 172, p. 162

PAIXÃO ANDALUZ

AS IMAGENS EM PRETO-E-BRANCO IMPRIMEM UMA AURA DE ATEMPORALIDADE ÀS FOTOS QUE JR DURÁN REALIZOU ESTE ANO DURANTE A TRADICIONAL FEIRA DE ABRIL DE SEVILHA, UMA DAS MAIS VIBRANTES DA ESPANHA. O RESULTADO DESSA VIAGEM ESTÁ NA EXPOSIÇÃO **SEVILLA DE DURÁN**, QUE ACONTECE NO INSTITUTO CERVANTES DE 5 DE AGOSTO A 5 DE SETEMBRO. SÃO FOTOS QUE REVELAM A PAIXÃO PELA VIDA E A ELEGÂNCIA NATURAL DOS HABITANTES DA ANDALUZIA, ALÉM DO CHARME DA CIDADE QUE HÁ SÉCULOS SEDUZ ARTISTAS. O PROJETO SE COMPLETA COM A EDIÇÃO DE UM LIVRO (BURTI, 120 PÁGS., R\$ 120). • Av. Paulista, 2.439, tel. (11) 3897-9609, SP.

VIDA COM TEMPERO

Chef de um badalado bistrô de Manhattan, Anthony Bourdain também é um escritor de estilo saboroso. No romance **Bobby Gold, Leão-de-Chácara** (Cia. das Letras, 120 págs., R\$ 28) ele conta a história de um sensível brutamonte encarregado de quebrar os ossos de quem deve dinheiro ao seu patrão. Ele vê sua vida ganhar tempero inesperado ao se apaixonar por uma insensata cozinheira.

Cultura

Apostando no lado urbano do fado, a portuguesa Cristina Branco une tradição e modernidade em **Ulisses** (Universal). Ela abre o leque do velho gênero e viaja do cancionero argentino à poesia francesa, passando por um clássico de Joni Mitchell.

Misturando a sonoridade relaxante do lounge com a liberdade do jazz, o saxofonista e compositor Leo Gandelman lança **Lounjazz** (Rob Digital), primeiro disco do seu novo selo, Saxsamba. O CD tem participações de Zélia Duncan ("Inquietação") e Seu Jorge ("Dançarará").

O grupo mexicano Café Tacvba já marcou presença em trilhas sonoras de sucesso como "E Sua Mãe Também". Gravado há dez anos e só lançado agora, **Unplugged** (Warner) reúne canções dançantes que combinam ritmos regionais com elementos eletrônicos.

SEM GLAMOUR

A francesa Hélène Bruller é, ao mesmo tempo, autora e personagem dos irônicos quadrinhos que recheiam **Eu Quero o Príncipe Encantado** (Conrad, 72 págs., R\$ 30). Rindo de si mesma, ela aborda com humor refinado os problemas prosaicos e dramas existenciais das mulheres modernas. Nesse universo que vai da TPM às aulas de dança, passando pela moda, as amigas e, é claro, os homens, retrata as mulheres sem nenhum glamour e, por isso mesmo, de modo real e divertido.

AS FORMAS DO AMOR

Primeira escritora negra a ganhar um Nobel, Toni Morrison entrelaça a vida de seis mulheres para contar uma história de paixões e ódios. Cheia de sensualidade e crueldade, a narrativa de **Amor** (Cia. das Letras, 248 págs., R\$ 40) discute as várias formas de amar, tendo como pano de fundo a América negra.

amante | profissional

“EU TRANSEI COM UM GAROTO DE PROGRAMA”

SE A SOLIDÃO APERTA, SE A VIDA ESTÁ MEIO MOURA OU A CURIOSIDADE A MIL, POR QUE NÃO PAGAR PELO PRAZER? CADA VEZ MAIS MULHERES FICAM À VONTADE COM ESSA ALTERNATIVA, ASSUMEM OS RISCOS E NÃO HESITAM EM CONTRATAR UM “HOMEM PARA CHAMAR DE SEU” POR ALGUMAS HORAS. POR CLÁUDIA RAMOS

A procura por garotos de programa dobrou nos últimos três anos, segundo uma das maiores e mais antigas agências cariocas do ramo. O perfil de quem procura é bastante diversificado. As mulheres a partir dos 30 anos, separadas e com bom nível de instrução, lideram e usam o serviço com frequência. Mas as mais novas e descoladas também topam a brincadeira, por simples curiosidade, e não por falta de parceiro. O que elas têm em comum: poder aquisitivo.

Há homens para todos os gostos e bolsos. Podem ser escolhidos em sites especializados que exibem fotos eróticas: os mais bonitos são mais caros e a hora do programa custa, no mínimo, R\$ 50. Como a maioria das mulheres esquece do tempo na hora da volúpia, no final a conta pode ficar salgada.

Os garotos de programa também podem ser encontrados, ao vivo e em cores, nos clubes de mulheres. Alguns anunciam nos classificados (no item “Encontros Pessoais”) dos principais jornais e há a possibilidade de contratá-los em determinadas ruas ou bares das grandes cidades. Nesses casos, é mais em conta, mas bem mais arriscado.

A seguir, os relatos de quatro mulheres que, por motivos diferentes, bancaram noites de sexo com garotos de programa e viveram grandes aventuras, para o bem e para o mal.

“Descobri o segredo para ter mais prazer”

Flávia*, 30 anos, advogada

Conheci o Júlio* há cinco anos. Ele era stripper em uma casa noturna do Rio e eu tinha ido lá com umas amigas, por curiosidade. Logo que o moço começou a dançar, me senti atraída. Ele era muito charmoso, tinha um corpo espetacular, cabelos grisalhos e passava dos 30 anos, o que é raro, pois a maioria dos strippers são muito jovens.

Uma semana depois, voltei ao clube. Júlio me puxou para dançar. De repente, virou de costas e tirou toda a roupa. Adorei o que vi e, mesmo sabendo que ele dançava com todas, minha atração foi a mil.

Fiquei fascinada e fui aos shows por dois meses. Eu sabia que aquela fissura era pelo fato de ele ser um profissional do prazer, que devia saber tudo do assunto. Há tempos eu queria ter sexo sem envolvimento. Se era para acontecer, que fosse com um dos melhores. Pagar por um homem nunca me incomodou. Ao contrário, era até excitante. >>

Marie Claire, agosto de 2005, nº 173, pp. 68 a 75

amante | profissional

>> Numa das noites em que fui ao clube, resolvi encarar o Júlio. Ele logo percebeu, veio na minha direção e me deu um abraço apertado. Aproveitei e disse no ouvido dele: 'Quero sair com você'. Ele, então, me deu um cartão: 'É só ligar que a gente marca'. Juro que não tive nenhuma fantasia romântica. Sabia que o Júlio tinha se aproximado de mim com o único interesse de agradar a cliente.

Sou descolada, tenho vivência suficiente para não me iludir, mas demorei uma semana para ligar, porque tinha muitas dúvidas. Será que eu queria mesmo aquela transa? Será que ia gostar? Será que o fato de pagar pelo prazer não me desvalorizava como mulher? Fiquei remoendo as perguntas, mas a obsessão pelo Júlio foi mais forte e acabei telefonando. Marcamos de nos encontrar em um motel simples, no centro da cidade. Combinamos o preço: R\$ 50 a hora. Não achei muito.

no dia seguinte, saí à tarde do escritório e fui direto para o motel. Cheguei antes porque não queria ser vista na companhia dele. Lembro que fiquei deitada na cama redonda, pensando que tudo aquilo era uma loucura. Imaginei como seria a transa, tive medo de me decepcionar, mas em nenhum momento quis desistir.

Dez minutos depois, Júlio chegou. Abri a porta e ele entrou já me agarrando, me encostando na parede, me beijando. Tirou nossas roupas, me jogou na cama e foi maravilhoso. Ele era forte, malhado e não tinha pressa de gozar. Tive muitos orgasmos, em várias posições. Foram quase duas horas e só então ele gozou. Usamos camisinhas e nem precisei pedir, ele cuidou disso.

Júlio perguntou o que eu queria e não tive nenhum pudor em falar. Houve muita química entre nós. Parecia que era real, que ele me amava e que não estava sendo pago. Nos intervalos das transas, demonstrou ser muito carinhoso e bom papo. Ainda por cima era discreto, tinha atitude de namorado diante do funcionário do motel e pagá-lo foi natural para mim, assinei o cheque de R\$ 200, pois passamos quatro horas juntos. Mas o negócio não estava encerrado. Júlio deu a entender que íamos nos ver de novo. Perguntou quando voltaria à boate e eu disse: 'Amanhã'. Então, pediu que eu escolhesse a fantasia: 'Sadomasoquista', decidi. Nos despedimos e eu estava nas nuvens.

No show da noite seguinte, ele usou a roupa e veio direto para mim. Peguei o chicote das mãos dele e comecei a bater no chão para instigá-lo. Foi o máximo, me diverti muito, mas eu não quis marcar um novo encontro. Voltei lá mais duas vezes. Nessa época, trocamos telefonemas picantes. Claro, era ótimo para o ego ter aquele homem me procurando, mas sabia que ele só me ligava com interesse profissional. Não o procurei mais, minha curiosidade tinha sido satisfeita.

Depois dessa experiência, passei a procurar um namorado que me possuísse com o mesmo ardor, pois o Júlio me mos-

trou um tipo de sexo que eu não conhecia. Fazia comparações e, por melhor que fosse o moço que quisesse me namorar, eu rejeitava. Meses depois me interessei de verdade por um outro homem e estar com ele me preenchia. Vi que cada homem tem seu jeito e o bom é experimentar as diferenças.

Além disso, depois do Júlio, deixei de ser travada e descobri o segredo para transar bem com qualquer homem: basta dizer a ele o que quero para ter mais prazer. Percebi que os parceiros gostam de corresponder a esses pedidos e, por isso, não preciso mais pagar para ter uma grande noite de sexo."

"Fui só me divertir, mas acabei me apaixonando"

Clarice*, 33 anos, publicitária

eu namorava o Rodrigo* há cinco anos e descobri que ele tinha me traído. Queria continuar com ele, mas precisava me vingar e resolvi montar uma cena para que ele me visse com outro homem e ficasse com ciúme. Como sou tímida e não queria ninguém conhecido, procurei um garoto de programa na internet, mas não gostei de nenhum. Daí peguei os classificados do jornal e encontrei anúncios de agências. Liguei e fiz uma descrição exata: pedi um homem de 1,80 m, olhos castanhos, cabelos alourados e compridos. Expliquei que só queria o cara para

simular um encontro casual na praia. Mesmo sem sexo, o preço era salgado: R\$ 200 a hora. Mas topei. Descrevi o biquíni que estaria vestindo e o lugar do encontro. >>

"ELE ERA FORTE E NÃO TINHA PRESSA DE GOZAR"

amante | profissional

>> Fernando* se aproximou, fingindo ser um amigo. Conversamos muito na frente do meu namorado, que ficou com cara de bobo. Pudera, o sujeito era lindo: moreno, tinha um superbronzado, corpo perfeito. Depois do tempo combinado, ele se levantou e falou no meu ouvido que queria me ver de novo. Fiquei encantada com o jeito dele e

**“ELE TRANSAVA
COM HOMENS
TAMBÉM. ISSO
EU NÃO SUPORTEI”**

foi ali que comecei a me apaixonar. Esqueci que ele me via só como uma cliente, e não como a mulher bonita que sou.

A vingança tinha sido perfeita. Rodrigo ficou muito enciumado e o clima entre nós estava péssimo, mas nenhum dos dois tinha coragem de terminar o namoro. Nesse meio tempo, liguei para a agência, solicitando o Fernando de novo. Dessa vez, fomos para um motel. Eu estava muito nervosa, ele entendeu e ficou preocupadíssimo em me agradar, o que é quase impossível em um encontro normal, quando os caras só querem satisfazer o próprio tesão. Transamos duas horas seguidas, sempre com camisinha e, confesso, foram os R\$ 200 mais bem aplicados da minha vida. Fernando era muito bom de cama. Passei a semana pensando nele e fui esfriando com meu namorado.

Uma semana depois, voltei a ligar para a agência, marcando novo encontro com o Fernando. Eu estava sem grana e pedi dinheiro emprestado para minha mãe —menti dizendo que era para comprar um vestido. Nós nos encontramos no mesmo motel e foi ótimo. Louca de paixão, tomei coragem e falei: ‘Estou adorando encontrar você, mas não tenho mais dinheiro’. Para minha surpresa, ele respondeu: ‘Não tem problema, tenho o maior prazer em sair com você sem cobrar’. Fiquei superfeliz. Esse era o impulso que faltava para terminar com Rodrigo. Nem senti a separação, pois passei a sair direto com o Fernando, fomos juntos a bares, boates e motéis, mas sem amigos por perto. Nós nos bastávamos.

Estávamos ficando há cinco meses, até que ele esqueceu o celular comigo e eu atendi. A voz era de homem e dizia: ‘Eu queria marcar um programa com o Fernando’. Desliguei rápido e entrei na caixa postal dele, onde achei vários recados de homens, entre eles o de um famoso estilista gay querendo marcar um programa. Fiquei chocada. Achava que o Fernando só transava com mulheres. Claro que isso também me incomodava, sou ciumenta, mas tentava me convencer pensando que comigo era diferente. Mas aceitar que ele transava com homens era demais! Liguei para o Fernando enfurecida e terminamos por telefone. Me sentia um lixo por estar nessa história.

Uns três meses depois, ele me procurou, me encantou de novo e eu achei que tudo podia ser diferente. Ficamos juntos por mais seis meses. Dessa vez, ele me revelou o mundo em que vivia, tudo muito

barra pesada. A promiscuidade e a homossexualidade rolavam soltas e tive muito medo de pegar alguma doença sexualmente transmissível. Eu tinha chegado ao fundo do poço na minha auto-estima, me sentia infeliz e resolvi terminar com Fernando.

Faz dois anos que não o vejo.

Aos poucos fui retomando minha vida, mas demorou sete meses para que eu me interessasse pelo meu atual namorado. José* é publicitário como eu e o conheci através de uma amiga do trabalho, que me deu as referências dele. Entrei nesse relacionamento com calma, mantendo os pés no chão e os olhos abertos. Ele não sabe que meu ex era um garoto de programa, aliás ninguém sabe dessa história. Mantenho isso em segredo por vergonha de ter aceitado aquela situação. Não sei como pude ser tão cega.”

**“A transa foi
mecânica e me
senti muito mal”**

Suzana*, 34 anos, dentista

h

há três anos, eu estava numa fase péssima. Tinha acabado de me separar, depois de 12 anos de casamento. Nossa vida sexual era ruim e me sentia feia, acabada, sem

ânimo para sair e muito menos para encontrar um novo amor.

Depois de quatro meses, já estava cansada de ficar em casa sofrendo, amargurada. Um dia, uma >>

amante | profissional

>> amiga brincou: 'Você está precisando é de uma boa transa'. Ri e perguntei onde encontrar o cara, ela respondeu rápido: 'Fácil, é só contratar um homem'.

Na hora, achei absurdo. Mas, depois, fiquei pensando naquilo: o sexo estava fazendo muita falta na minha vida, mas eu não estava pronta para uma nova relação. Então aquela sugestão me pareceu a melhor.

Entrei num site de busca e procurei por garotos de programa. Vi algumas fotos e achei todas de baixo nível. Até que achei a foto de um rapaz mais discreto. O nome dele era Tiago* e me pareceu interessante: moreno, forte, mas sem exagero. Liguei para a agência e acertei tudo para aquele mesmo dia. Na verdade, eu não acreditava que estava fazendo aquilo. Pagar por sexo sempre me pareceu inadmissível, coisa de gente vulgar e sem auto-estima. Fiquei tão nervosa que fiz a besteira de marcar o encontro na minha casa. Nem levei em conta que a situação podia ser perigosa, só queria estar em território conhecido.

Uma hora depois do telefonema, o interfone tocou e mandei Tiago subir. Eu estava uma pilha de nervos, pensei em desistir, em não abrir a porta, mas acabei abrindo: o rapaz era bonito como na foto, o que me deixou ainda mais sem graça. Não sabia o que fazer. Ele também não ajudou nada, ficou esperando que eu tomasse alguma atitude. Eu tinha pago R\$ 200 adiantado por uma grande transa e ainda tinha que tomar a iniciativa? Era demais!

O jeito foi oferecer uma bebida para tentar descontrair o clima. Só depois da segunda taça de vinho ele finalmente me agarrou, tirou minha roupa e começou a me beijar. Mas achei ele meio frio, programado, mecânico. Fez posições variadas, papai-e-mamãe, de quatro, mas fiquei decepcionada. Esperava uma transa espetacular, que me fizesse esquecer os problemas. Nada disso aconteceu, me senti muito mal. Acabamos a transa em menos de uma hora. Só queria me livrar dele, e parecia que ele também queria se livrar de mim.

Hoje, analisando a situação, vejo que minha auto-estima era tão baixa que não estava preparada para ir para cama com ninguém, muito menos com um garoto de programa. Agora, para uma coisa essa experiência valeu: aprendi que nesses momentos difíceis não adianta ficar desesperada por sexo. Isso só piora a situação e aumenta o vazio da falta de amor. Por isso, desde o encontro com o Tiago, não fiquei com mais ninguém. Prefiro investir na terapia e na ioga. Assim vou encontrar meu equilíbrio e estar pronta para viver um amor de verdade, quando for a hora certa."

**"PAGUEI
R\$ 200
E AINDA TIVE
QUE TOMAR
A INICIATIVA"**

"Tive coragem e vivi a experiência que toda mulher quer ter"

Carolina*, 30 anos, consultora estética

Sempre tive curiosidade de sair com um garoto de programa. Era um sentimento de excitação e um desejo de não me envolver, mesmo depois de estar sem namorado por cinco anos. Tinha me separado do pai da minha filha, depois terminei um namoro sério e não queria criar expectativas com mais ninguém. De vez em quando, olhava as agências de garotos de programa na internet, mas achava caro e não levava a curiosidade adiante.

No ano passado, num passeio com uma prima à noite, pelo centro da cidade, passamos de carro por uma rua cheia de michês. Fui olhando sem disfarçar e achei um bem bonito: ele era loirinho, sarado, alto. Parei o carro na esquina, na frente dele, e o chamei. Quis saber o preço: R\$ 150 por três horas de programa. Paguei ali mesmo, adiantado e juro que não fiquei com vergonha, afinal não tinha compromisso nenhum.

O rapaz entrou no carro e deixamos minha prima numa boate. Sentia um misto de tesão e nervosismo. Não queria ir direto a um motel, passamos primeiro num bar. Ficamos conversando por uma hora. Eu estava nas nuvens com um homem tão bonito e gentil, mas, claro, não criei ilusões românticas. Sabia bem o motivo de estarmos juntos. Queria ver se ele era aquilo tudo que prometia, então pedi um beijo. Se eu não gostasse, pararia por ali, mesmo já tendo pago. E o beijo foi tudo de bom.

>>

>> Fomos a um motel ali perto. Toni* tomou a iniciativa, foi tirando minha roupa devagar e fez sexo oral em mim. Ele me deixou segura, pois era carinhoso e usou camisinha. Até me masturbei na frente dele, como nunca fiz com ninguém, e foi bom demais. Ele me olhava de um jeito tão intenso que me deixava maluca.

Acho que ele fez as mesmas coisas que alguns namorados fizeram, mas o tratamento foi diferente. Me surpreendeu o carinho e a atenção que ele me deu, que muitas vezes os homens não dão. Parecia me conhecer, sabia me tratar e me tocar. Imagino que outras mulheres, nessa situação, confundem tudo e se apaixonam.

Foram quase cinco horas de transa. Paguei R\$ 250 e o motel. Na despedida, ele disse que queria me ver no dia seguinte, mas eu ia viajar. Pouco tempo depois, voltei a procurá-lo na mesma esquina e tivemos outra noite muito boa.

**“ME SENTI
SEGURA:
ELE ERA
DOCE, USOU
CAMISINHA
E ME DEIXOU
MALUCA
POR HORAS”**

Três meses depois, eu continuava sozinha e sem vontade de ter um namorado. Resolvi procurar outro garoto de programa. O Marcelo* fazia ponto em um bar perto da praia. Ele era baixinho e sarado. Eu já sabia que era garoto de programa, porque todos naquele bar são, então abordei na certeza. Disse que ele era lindo e ele logo perguntou se queria um programa. O preço era mais em conta: duas horas por R\$ 60. Acabamos indo a um motel e ficando mais do que o combinado. Ele nem me cobrou o tempo extra.

depois dele, contratei mais quatro. Uns eram mais carinhosos, outros mais profissionais. Um deles gostava de me dar tapas e puxões no cabelo. Outro era um salva-vidas que fazia programas nas horas vagas. E o último aconteceu em dezembro. Era um policial militar que fazia sexo como ‘bico’ e gostava de transar fardado. Não tenho vergonha de nada. Conto as histórias para minhas amigas. Elas ficam fascinadas, mas não têm a mesma coragem que eu. Agora, não quero repetir a experiência, estou namorando e o meu amor me satisfaz. Mas, claro, o sexo é muito diferente. Toni e Marcelo foram marcantes, pois me ensinaram a ficar mais solta na cama e a não me preocupar com besteiras. Antes, eu era encucada com meu corpo. Eles me mostraram que homem de verdade não vê estrias nem celulite, que o importante é o tesão.” ■

Anti-resíduos
O shampoo que lava
todos os outros shampoos!

Use uma vez
por semana!

ecologie

O encontro da natureza com a tecnologia.

Tel (11) 4227.6787 www.ecologie.com.br

Marie Claire, agosto de 2005, nº 173, pp. 68 a 75

mulheres | do mundo

UMA HISTÓRIA DE AMOR NA ÍNDIA

Um pequeno gesto pode provocar grandes mudanças. É o que está acontecendo em uma pequena aldeia no sul da Índia. Com a ajuda de dois guias espirituais, mulheres carentes investem toda a sua energia na compra de uma vaca e começam a reinventar a vida. Por Laura Leonelli*.
Fotos: Mauro Galligani

as guirlandas de flores já estão prontas e por alguns minutos ainda vão balançar no escuro de uma cabana com paredes de barro. São compridas faixas de jasmim, as mesmas flores que enfeitam os cabelos negros das meninas. Na minúscula aldeia de Thevoor, no árido Estado de Tamil Nadu, ao sul da Índia, hoje é dia de festa. Não é uma festa para agradecer aos deuses, mas para animar e confortar os homens e as mulheres mais pobres, os *dalit*, os intocáveis, aqueles que realizam os trabalhos mais humildes e que, por causa disso, são eternamente

Na pequena aldeia de Thevoor, no sul da Índia, um grupo de

foto, exibindo as vacas que acabaram de comprar por meio de um programa de microcrédito desenvolvido na região

mulheres | do mundo

amaldiçoados: mantidos fora dos templos porque são impuros, afastados das fontes de água porque são imundos, repudiados para as margens da cidade para que suas sombras não toquem os corpos de outros seres mais nobres. Essa é a norma há 3 mil anos e nada conseguiu resistir tanto na Índia quanto o sistema de quatro castas, que rege a vida de 1 bilhão de pessoas e exclui, no mínimo, 300 milhões —quase uma Europa inteira.

Mas, em silêncio e movida pela força de uma inacreditável misericórdia, uma mudança começa a acontecer na região. Senthamizselvi, mãe de três filhos, é uma *dalit* que carrega uma forte esperança de melhorar de vida. Ela acaba de ser escolhida para entrar em um programa de microcrédito rural sem paralelo no mundo globalizado e por isso recebeu um empréstimo para comprar uma vaca. Todo o negócio teve o apoio de dois guias espirituais: Jagannathan, de 92 anos, e sua mulher Krishnammal, de 78 anos, mais conhecidos pelos afetuosos apelidos de Appa, pai, e Amma, mãe. Fundadores da associação indiana Lafti (Terra Para a Libertação dos Trabalhadores Rurais), eles são os últimos discípulos de Gandhi, lendas vivas em uma Índia de histórias antigas.

COM UM PEDAÇO DE TERRA E UMA VACA, MULHERES CARENTES MUDAM SUAS VIDAS

Toda a aldeia comemora o ingresso de Senthamizselvi, uma camponesa de 30 anos, no programa. Muita gente chega à cabana, mãos delicadas colocam guirlandas de flores ao redor do pescoço do animal. É o *go puja*, um ritual de agradecimento à vaca. Para não perturbar a simplicidade da cerimônia no campo, Appa e Amma ficaram em casa, no *ashram* de Kuthur. Mesmo à distância, no

templo onde Appa fia algodão e no pátio onde Amma reúne os *dalit* para explicar como se consegue o microcrédito, o casal sabe o que está acontecendo nas cabanas de Thevoor: uma revolução.

O negócio

Senthamizselvi foi a um criador, escolheu a vaca e pagou por ela sozinha, sem nenhum homem ao seu lado, com o dinheiro em mãos —10 mil rúpias ou US\$ 260 emprestados pela ONG italiana Cesvi, que opera na região em >>

As reuniões de Amma lotam: ali ela explica como conseguir o microcrédito para a compra de uma vaca

Marie Claire, agosto de 2005, nº 173, pp. 84 a 89

>> parceria com a Lafti. Agora, Senthamizselvi irá ordenhar o animal todas as manhãs em seu pedaço de terra conseguido com a ajuda de Appa e Amma. Depois irá vender o leite por 8 rúpias o litro (US\$ 0,20). A vaca deverá produzir 8 litros de leite por dia, o que dará a Senthamizselvi 64 rúpias diárias. No final do mês, se tudo der certo, ela terá ganho 1.900 rúpias (US\$ 385). Esse dinheiro se juntará às 20 rúpias (US\$ 0,52) da diária que recebe como trabalhadora rural, garantindo sua segurança financeira.

Em cinco meses, Senthamizselvi terá de devolver o dinheiro emprestado à outra mulher de sua aldeia, que também terá cinco meses para restituir a quantia à outra mulher, e assim por diante. É uma espécie de consórcio para ativar a economia da região. Parece fácil, mas na verdade é um empreendimento incrível. Em muitas partes da Índia, as mulheres não valem muita coisa, mas é a elas que a Cesvi dá o dinheiro e a confiança de um empréstimo. E essas mulheres se encarregam como formigas de tudo o que têm de fazer: trabalhar, ganhar dinheiro, cuidar

Amma é intocável e, como o seu marido, discípula de Ghandi

dos filhos, devolver a quantia emprestada. Mais de 300 mulheres de Thevoor já obtiveram o dinheiro para comprar uma vaca. Conseguiram mais do que isso: o respeito da sociedade.

A aquisição de uma vaca não significa que essas mulheres vão mudar de casta. Na Índia, essa mobilidade é quase impossível, ainda mais no Estado de Tamil Nadu, onde boa parte da população é cristã e não segue a religião hindu. Ganham, sim, credibilidade para modificar seus próprios destinos, já que agora têm o seu próprio meio de vida.

Daqui a uns dias, Senthamizselvi irá agradecer a Amma. Ao lado dela, no piso adornado com flores de gesso colorido, estarão outras mulheres que ainda esperam pelo benefício. Devika vai ser uma das primeiras a chegar. Ela é camponesa e, durante a colheita, ganha 900 rúpias por mês (US\$ 24). Mas, quando seu trabalho terminar e os campos estiverem em repouso, receberá 300 rúpias (US\$ 7,80) para ma- >>

Depois da ordenha, as mulheres carregam recipientes de leite e seguem até o local onde vão vender o produto

mulheres | do mundo

>> tar a fome de seus cinco filhos. Também estará lá Vaddukammal, que, para poder oferecer um dote à sua primogênita —seis sáris, 50 gramas de ouro, três panelas e uma peça de mobiliário qualquer, com o custo total de 5.000 rúpias (US\$ 130)—, teve de vender seu bem mais precioso: uma vaca comprada no ano anterior.

Sentada na última fila, estarão Panchavaram, de 28 anos, e seus dois filhos. O pai das crianças saiu pelo mundo em busca de fortuna há mais de dois anos, deixando a família em uma minúscula casinha de barro. Mas, aos pés de Amma, todas as mulheres parecem encontrar algum tipo de conforto. Não é para menos: Amma também é uma *dalit* e sofreu humilhações desde pequena, quando a Índia ainda estava sob o domínio britânico.

A história

amma teve alguma sorte. Sua mãe, em vez de vender tudo o que tinha em troca de um enxoval, encaminhou a filha aos estudos e, graças à ajuda de uma outra mulher, rica e esclarecida, Amma frequentou a escola da Missão Americana em Madurai. Foi lá que, em 1941, conheceu um jovem. Era o filho “desobediente” de um comerciante que fora rejeitado pela família por ser seguidor

de Gandhi (*Mahatma Gandhi, 1869-1948, principal personalidade da independência da Índia*). O nome dele: Jagannathan, futuro marido de Amma e companheiro de inúmeras batalhas.

Apaixonada e visionária, Amma também decidiu dedicar a sua vida aos que não possuem nada, às mulheres intocáveis. Os dois queriam se casar e fizeram um pacto: a união só aconteceria depois da libertação da Índia, ocorrida em 1947. E assim foi.

Três anos mais tarde, eles se casaram. Os pais dos noivos se opuseram — afinal, foi uma união nascida do coração entre pessoas de classes diferentes e, portanto, proibida e obscena.

Só o irmão de Jagannathan participou da cerimônia. Um amigo americano oficializou o casamento, que não teve alianças nem vestido de seda, só uma coroa de fios entrelaçados unindo as cabeças dos noivos. No dia da cerimônia, Amma usou um sári branco, tecido com o algodão que Jagannathan havia fiado para ela. A riqueza >>

**HÁ MAIS DE 50 ANOS,
AMMA E APPA
TRABALHAM PARA OS
QUE NÃO TÊM NADA**

Os intocáveis chegam às plantações de manhã. A sombra da supervisora não pode “tocar” a sombra deles

Marie Claire, agosto de 2005, nº 173, pp. 84 a 89

>> za do casal era —e ainda é— a promessa de amor entre eles e pela Índia.

Com esse sentimento, Amma e Appa viajaram pelo país com o objetivo de conseguir um acre de terra a ser distribuído entre os *dalit*. Pediam aos grandes proprietários de terra um pequeno pedaço de chão para abrigar primeiro uma, depois duas, três, centenas de famílias de sem-terra. Assim nasceu a Lafti. Em mais de 50 anos de marcha, Appa e Amma já distribuíram 10 mil acres de terra. Por todo esse trabalho, Amma integra o grupo de mil mulheres que concorrem, em conjunto, ao prêmio Nobel da Paz deste ano.

O futuro

appa e Amma continuam com a missão de ensinar quanto vale uma vaca e de angariar terra para os *dalit*. O casal, que tem dois filhos médicos, não desiste nunca. Agora os passos deles seguem em nova direção: querem 10 mil casas para 10 mil *dalit*. O objetivo não é mais um pedaço de chão, mas uma casa com paredes de tijolo e um telhado de ver-

Mesmo cego, Appa ainda tece algodão: o gesto é símbolo de independência

dade. Sentada em uma cadeira, Amma vê os rostos das mulheres que estão ali para ouvi-la dizer o quanto as pessoas são capazes. Algumas mulheres que já conseguiram os benefícios sorriem e contam como estão vivendo agora. Mais do que uma troca de experiências, o encontro é acolhedor.

A expressão de Panchavarnam chama a atenção de Amma. A camponesa tem um olhar triste. Na frente de todos, Amma promete que ela será a ganhadora da primeira casa do novo projeto. Amma conta que para construir uma casa são necessários apenas US\$ 130 de entrada. Eu olho para os meus pés, vejo os meus sapatos e lembro que eles custaram mais do que isso. ■

* Da revista "Flair". Tradução: Ária Traduções

Para colaborar com os projetos desenvolvidos na aldeia de Theevor, acesse o site da Cesvi (www.cesvi.org) ou da associação Lafti (www.lafti.net)

Quando uma vaca chega ao vilarejo de Theevor, ela é lavada e, em seguida, acolhida com uma prece

Marie Claire, agosto de 2005, nº 173, pp. 84 a 89

etiqueta | sexual

Cerimônia de Amor

NO MANUAL DA VIDA A DOIS, AS REGRAS VARIAM MUITO E VÃO SE ENCAIXANDO NO FORMATO DE CADA HISTÓRIA. MAS EXISTEM PRINCÍPIOS BÁSICOS —UMA MISTURA DE BOM SENSO E ELEGÂNCIA— QUE PODEM FAZER TODA A DIFERENÇA NOS PRIMEIROS ENCONTROS. POR SILVANA TAVANO

Os personagens de "Sex and the City" resolvem os impasses com bom humor

Amor e sexo não combinam com cartilha. A razão é simples: as pessoas são diferentes e cada relacionamento é único —o que é permitido com um parceiro pode ser totalmente desaconselhável com outro. Por isso, a etiqueta da vida sexual requer flexibilidade —no campo das emoções, é preciso criar regras próprias. "Não dá para fixar, por exemplo, qual é o momento certo para dormir na casa do parceiro. Situações desse tipo pedem uma consulta interna", explica a educadora sexual Laura Muller, autora de "500 Perguntas sobre Sexo — Respostas para as Principais Dúvidas de Homens e Mulheres" (Ed. Objetiva, 250 págs., R\$ 33). A pessoa deve se perguntar: "É muito cedo?", "Como vou me sentir depois?". Não existe um "modo de fazer" que sirva sempre, mas quem está a fim de investir num relacionamento saudável deve se guiar por algumas questões importantes.

■ **LIMITES** Quem quer conquistar o novo parceiro às vezes topa uma proposta diferente sem avaliar os próprios limites. Agradar o outro passa a ser mais importante. "Não existe certo ou errado. Mas, se o namorado sugere uma posição estranha ou uma prá-

tica sexual muito diferente, a mulher precisa levar em conta o próprio desejo; pesar prós e contras, sentir se é o momento e avaliar se esse homem é o ideal para compartilhar a experiência", diz Laura. Aqui, a etiqueta diz que o fundamental é sentir-se confortável.

Da mesma forma, é de mau gosto invadir os limites do outro. "A mulher também precisa ter sensibilidade: se o homem não está disposto, não dá para forçar a barra só porque ela se comprou uma lingerie especial." Também não vale a pena tentar usar um vibrador, por exemplo, sem conhecer bem o parceiro, pois o que funcionava com o antigo namorado pode ser desastroso com o atual. Para não correr riscos, o ideal é conhecer melhor a pessoa e perceber até onde dá para ir.

■ **RECIPROCIDADE** A mulher tem de estar disposta a honrar as mesmas coisas que pede. Quem quer receber sexo oral precisa estar a fim de fazer o mesmo pelo outro. "É claro que sempre vai existir espaço para uma negociação mais afetuosa ao longo de um relacionamento." Mas, em um primeiro encontro, isso pode ficar mais difícil —ainda não há intimidade suficiente para se expor e, às vezes, revelar

as próprias fragilidades. Quando ambos ainda estão tateando, o mais indicado é não exigir o que não será possível dar.

■ **PERFORMANCE** Não é elegante ficar falando do seu orgasmo, mesmo que a experiência tenha sido ótima, imaginando que isso pode garantir o sucesso dos primeiros encontros. Por outro lado, também não é válido fingir prazer se o sexo não foi tão bom assim —o que é bastante comum no início de um relacionamento. "O melhor é dizer que foi gostoso, mas você ainda não chegou lá. Ninguém vai se magoar se isso for dito em clima de carinho", explica Laura. A partir daí, um parceiro interessado pode tentar descobrir outros caminhos para tornar o sexo mais prazeroso.

Se algo constrangedor acontecer no meio da transa, a saída é manter o bom humor: "A espontaneidade é o melhor caminho —rir dos pequenos acidentes até aproxima o casal numa hora dessas." Também não dá para rotular como gafe quando o homem dorme logo depois do sexo. "Nem sempre é uma desleixação. Ele pode apenas ter relaxado com o orgasmo", diz Laura. Não é uma falha na etiqueta, mas, se incomoda, é melhor conversar:

Primeiras IMPRESSÕES

Apesar de todos os aspectos subjetivos, existem situações que têm mais chance de dar certo com um pouco de cerimônia. "A primeira vez conta muito mais do que se imagina. Pode ser decisiva para o começo de um namoro ou de uma amizade duradoura", diz a consultora de etiqueta Claudia Matarazzo no livro "Amante Elegante - Um Guia de Etiqueta a Dois" (Ed. Melhoramentos, 95 págs., R\$ 27). Aqui, ela destaca dez momentos especialmente delicados do ritual de todo começo de namoro.

1 NO RESTAURANTE Quem convida paga a conta. Essa é a praxe nos almoços de negócios e encontros formais. Mas, num primeiro jantar entre um homem e uma mulher, o velho e bom cavalheirismo tem que falar mais alto. "Mesmo que a iniciativa do encontro tenha sido da mulher, o homem deve pagar —ela pode até se oferecer para dividir, mas não precisa insistir muito. É gentil que ele cuide disso pelo menos nas primeiras vezes", diz Claudia.

2 PRIMEIRAS CONVERSAS Certos assuntos não caem bem quando as pessoas ainda estão se conhecendo. A não ser que o outro pergunte, é melhor evitar falar sobre ex-namorado. "Também é de mau gosto abrir um inquérito sobre os antigos amores dele." Além disso, fuja de temas polêmicos: pontos de vista muito diferentes sobre política ou religião, por exemplo, podem provocar discussões desnecessárias.

3 JANTAR EM CASA Nada de receber o convidado de lingerie transparente. Também não é uma boa idéia exagerar na produção. Quem está em casa fica à vontade: use uma roupa confortável e discretamente sensual.

4 GRITOS E SUSSURROS Podem ser excitantes, mas, na primeira vez, é melhor ir devagar e observar as reações dele. Contenha-se, principalmente se o homem parecer mais espantado do que entusiasmado. E, mais tarde, converse sobre o assunto: as preferências são muitas e diferentes. O mesmo vale para as fantasias sexuais —o que é praze-

roso para alguns pode ser assustador ou até esquisito para outros. A fantasia mais elaborada às vezes fica ridícula quando é colocada em prática em um momento inadequado ou com quem não gosta do assunto.

5 A HORA DA CAMISINHA Parte indispensável do kit erótico, a camisinha tem que estar na bolsa. "É preciso se preparar, especialmente se você não estiver em casa e o homem não lembrar do assunto", explica Claudia. Mas, cuidado: no momento de usar a camisinha muita gente exagera nas brincadeiras, tentando contornar o obstáculo —e isso, sim, pode fazer desandar o momento. A melhor saída é agir com naturalidade: a camisinha sempre deve estar por perto e entrar no jogo sem quebrar o clima. "No final, cabe ao homem tomar a iniciativa de se livrar do acessório", explica a consultora.

6 VARAL NO BANHEIRO Peças íntimas penduradas na torneira ou no boxe do chuveiro não causam boa impressão. Além de caprichar nas velas, nas flores e na arrumação da casa, vistorie o seu banheiro antes de receber um convidado.

7 ACORDAR NA CASA DELE Se a primeira manhã ao lado de um novo namorado for na casa dele, é melhor não sair da cama antes —exceto para ir ao banheiro. Visitas não ficam andando livremente pela casa. Dependendo da situação, pode ser gentil preparar o café da manhã, mas só se tiver certeza de que o gesto não vai ser interpretado como uma invasão pelo dono do espaço.

8 MIGALHAS NO LENÇOL Na própria casa ou na do outro, atenção aos bons modos. A etiqueta pede para fechar a porta do banheiro, não deixar toalhas molhadas fora do lugar e tomar cuidado com migalhas e líquidos se um romântico café da manhã for servido na cama.

9 MANHÃ SENSUAL Ficar andando nua pela casa pode parecer sensual, mas é mais elegante se enrolar numa toalha ou vestir alguma coisa insinuante.

10 VIAGEM NO FIM DE SEMANA Enquanto ainda não há muita intimidade, é melhor ir com calma e sentir o ritmo do parceiro. Os horários, por exemplo, podem ser muito diferentes. "Quem acorda cedo e gosta de fazer uma caminhada não pode se chatear porque o outro adora dormir até o meio-dia no fim de semana", diz Claudia. Para as que precisam de muito tempo para se arrumar, a consultora recomenda: "Tome seu banho antes e termine a produção enquanto ele ainda está no chuveiro".

*marie claire **CAPA**

ANGELINA JOLIE A MULHER QUE SEDUZIU O PLANETA

ELA SEMPRE DESPERTOU A IMAGINAÇÃO DO PÚBLICO COM SEUS LÁBIOS IRRESISTÍVEIS, SUAS LOUCAS HISTÓRIAS DE SEXO SELVAGEM, SUAS DECLARAÇÕES ATREVIDAS SOBRE BISSEXUALISMO E DROGAS, SEUS CASAMENTOS REGADOS A SANGUE. A IMAGEM DE LOUCA E DEPRAVADA, CARREGADA COM ORGULHO POR ANGELINA JOLIE, SE SUAVIZOU UM POUCO EM 2002, QUANDO A ATRIZ SE TRANSFORMOU EM MILITANTE CONTRA A POBREZA DO TERCEIRO MUNDO E DECIDIU VIRAR MÃE ADOTIVA. MAS FOI EM JANEIRO DE 2006 QUE TUDO MUDOU: QUANDO O MUNDO SOUBE QUE ANGELINA ESPERAVA UM FILHO DE BRAD PITT, A FAMA >

Marie Claire, abril de 2006, nº 181, pp. 56 a 60

NUNCA
FUI SANTA
Louca, depravada,
moça de família:
qual delas é
a verdadeira
Angelina?

Marie Claire, abril de 2006, nº 181, pp. 56 a 60

» da atriz ganhou proporções estratosféricas. Todos os seus passos passaram a ser acompanhados de perto por uma multidão de fãs, que vibrava a cada nova revelação. Dependendo do site, Angelina estava esperando um menino, ou uma menina, ou gêmeos; o casamento ia acontecer na casa italiana de George Clooney —ou então já tinha acontecido, em Paris. (Até o fechamento desta edição, nenhuma data estava confirmada.) Na era das celebridades, Angelina é a estrela perfeita: linda, casada com o homem mais desejado de Hollywood e preocupada com a fome na África. Parece bom demais para ser verdade, e vai demorar para o mundo se cansar dela. A seguir, um resumo dos fatos que transformaram uma atriz iniciante na mulher mais sexy do planeta.

1996 NASCE UM MITO

Há dez anos, Angelina era apenas uma atriz desconhecida que tentava a sorte em uma série de filmes independentes. Foi trabalhando num filme pequeno, "Hackers - Sua Mente pode Destruir" (1995), que conheceu o ator Jonny Lee Miller, com quem se casaria no ano seguinte. O casamento foi a primeira mostra da excentricidade da moça: na cerimônia, Angelina vestia uma camiseta com o nome do noivo —as letras foram escritas com o sangue dela. Depois disso, a atriz passou a ter espaço cativo nas revistas. Em longas entrevistas, falava sem escrúpulos sobre sua atração por facas (que ela usava como brinquedinhos sexuais), drogas (teria experimentado maconha, LSD, cocaína e heroína), tatuagens e mulheres. "Sei dar prazer a uma mulher. Já dormi com muitas."

Namorar os atores com quem contracenava logo virou marca registrada da atriz. Em 1998, durante as filmagens de "Alto Controle", se encantou com o também ex-

UMA FAMÍLIA COMPLETA
À direita, Brad e Angelina visitam Paris com os filhos, em março; ao lado, durante evento no Haiti. No alto, o casal na revista "W"

cêntrico Billy Bob Thornton. A paixão selvagem do casal parecia ultrapassar todos os limites. "Se dependesse de mim, nós dois jamais sairíamos da cama", diria na época. Entre as loucuras do casal, estavam os frascos de sangue que os dois carregavam do pescoço. "Carrego o sangue de Billy para me sentir mais perto dele", explicou Angelina.

2000 ESCÂNDALO NO OSCAR

Indicada ao Oscar de atriz coadjuvante por sua atuação em "Garota, Interrompida", Angelina decidiu levar o irmão James à entrega do prêmio. Depois de receber a estatueta, fez um discurso em que agradecia o apoio do irmão, finalizando: "Estou muito apaixonada por ele neste momento". Mais tarde, deu um beijo demorado na boca de James, na frente de uma multidão de jornalistas. Estava amado o escândalo. Por todos os lados, só se ouvia uma palavra: incesto. Mais tarde, ela se

revoltou contra a imprensa —que, segundo ela, "transformou um momento lindo numa coisa terrível. Por causa desse episódio, meu irmão se afastou de mim por um tempo, para evitar mais boatos. Foi tudo muito doloroso".

2001 A NOVA FACE DA ATRIZ

Em um momento de ascensão profissional, Angelina decidiu abrir uma nova frente em sua carreira: os filmes de ação. Ao aceitar o papel principal de "Lara Croft: Tomb Raider - A Origem da Vida", não imaginava o impacto que isso teria na sua vida. As filmagens aconteceram no Camboja: Angelina ficou encantada pelo país, e pela primeira vez prestou atenção

"EU TINHA UMA QUEDA FORTE PARA A LOUCURA E O VÍCIO. TUDO ISSO FOI EMBORA. COMO MÃE, DESCOBRI QUE TENHO UM LADO MAIS SUAVE"

>> na pobreza, do Terceiro Mundo. Ainda nesse ano, foi nomeada Embaixadora da Boa Vontade da ONU, e passou a viajar frequentemente para regiões de fome e conflito, como Sudão, Paquistão e Haiti.

ENTRE DOIS MARIDOS
Angelina gosta de casar com atores: à dir., posa com Jonny Lee Miller; abaixo, exibe sua paixão por Billy Bob Thornton

De volta ao Camboja, em 2002, surpreendeu os fãs ao adotar o menino Maddox. "Eu nunca tinha segurado um bebê no colo antes", disse à *Marie Claire* inglesa. "Sabia que podia amar uma criança, mas será que uma criança ficaria confortável comigo? Ou será que ia chorar e preferir os braços de outra pessoa?" O casamento com Billy acabou logo depois: o moço não gostou do envolvimento da atriz com as causas humanitárias, e muito menos da sua decisão de aumentar a família. "Ele dizia pra mim: 'Para que você está fazendo tudo isso? O que acha que vai conseguir mudar? Nada!'. Mas eu preciso acreditar que vou mudar alguma coisa."

O novo papel de mãe fez bem à Angelina. "Eu tinha uma forte queda para a autodestruição, a loucura e o vício. Tudo isso desapareceu. Quando você tem uma criança, precisa ser forte para ela. Como mãe, descobri que tenho um lado mais suave." Mais tarde, adotaria também um bebê da Etiópia, a menina Zahara.

2002 FAMÍLIA INTERROMPIDA

Enquanto Angelina se esforçava para construir uma nova família, seu relacionamento com o pai, o ator Jon Voight, se deteriorava. Os dois nunca haviam sido próximos: depois que os pais se divorciaram, Angelina e o irmão foram criados pela mãe, a atriz Marcheline Bertrand. Mas pai e filha ficaram mais íntimos quando trabalharam juntos no filme "Tomb Raider", em 2000. A alegria durou pouco: ainda nesse ano, os dois romperam relações. A atriz nunca revelou a razão, mas Jon Voight deu a sua versão. "Ela não quer falar comigo porque sabe

que vou insistir para que procure ajuda. Acredito que minha filha tem problemas mentais sérios, mas ela não quer me ouvir." A resposta de Angelina foi implacável. "Não quero divulgar as razões da minha briga com o meu pai. Mas, depois desses anos todos, decidi que não é saudável para mim ficar perto dele. Especialmente agora, que tenho meu próprio filho." Os dois não se falam até hoje.

2004/2005 PAIXÃO À PROVA DE BALAS

Desde o começo das filmagens de "Sr. e Sra. Smith", ficou claro que a química entre Angelina e Brad Pitt era forte. Mas os boatos de um caso amoroso foram negados durante meses. Afinal, Brad ainda era casado com a atriz Jennifer Aniston. Em janeiro de 2005, o ator anunciou o fim do casamento. Três meses depois, foi fotografado ao lado

de Angelina numa praia do Quênia.

Em julho, o casal apareceu num ensaio fotográfico da revista "W": em algumas imagens, eles encarnavam um casal dos anos 60, cercado por cinco filhos. Mesmo assim, Angelina ainda desmentia tudo. "A imprensa diz que eu destruí o casamento dos dois", disse na época. "Mas a verdade é que eu o ajudei durante um período de muito sofrimento. Ele sempre quis ser pai, mas isso não aconteceu." Pelo visto, o ator havia encontrado a pessoa certa para realizar todos os seus desejos.

2006 PERTO DE UM FINAL FELIZ?

A gravidez de Angelina foi anunciada no início de janeiro. Pela primeira vez, o casal assumiu oficialmente a rela-

ção. "O que eu procuro num casamento, agora, é alguém com quem eu possa contar", disse Angelina à *Marie Claire* inglesa. "Um casal tem que ser como um time, onde um dá apoio ao outro. Nos meus casamentos anteriores, não havia companheirismo. E isso é fundamental, seja para criar uma família forte ou para tentar mudar o mundo."

Durante os três primeiros meses do ano, o casal foi visto passeando pela Europa. Em janeiro, foram ao Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça. Apesar dos apelos de Angelina para que os jornalistas se concentrassem nas questões humanitárias, as atenções recaíram mesmo sobre a sua gravidez. Mais tarde, em fevereiro, o casal foi flagrado aos beijos em Paris. No início de março, o tablóide britânico "The Sun" anunciou que os dois teriam se casado em segredo na capital francesa. Mas nada foi confirmado. O que se sabe, com certeza, é que o nascimento do bebê está previsto para junho. Mas muita coisa ainda pode acontecer até lá. ■

Da *Marie Claire* Austrália. Tradução: Luiz Roberto Mendes Gonçalves

"UM CASAL TEM QUE FUNCIONAR COMO UM TIME, ONDE UM DÁ APOIO AO OUTRO. NÃO TIVE NADA DISSO COM MEUS MARIDOS ANTERIORES"

*marie claire BELEZA

CIRURGIAS PLÁSTICAS: MAIS RÁPIDAS E DISCRETAS

As cirurgias plásticas para aumentar o bumbum, levantar a ponta do nariz e reduzir as coxas, o abdômen e os seios estão cada vez mais rápidas, seguras e discretas. Saiba quais são as melhores novidades nessa área.
Por Simone Ota

Marie Claire, junho de 2006, nº 183, pp. 152 a 155

BARRIGA CHAPADA

Alipoabdominoplastia é uma opção para quem deseja reduzir o abdômen, sem que para isso seja preciso fazer um corte de uma ponta à outra da barriga. O cirurgião plástico faz um corte horizontal pequeno ou, dependendo do caso, um pouco maior do que o de uma cesariana. Em seguida, introduz a cânula de lipoaspiração que vai aspirar a gordura. Feito isso, ele retira o excesso de pele por esse mesmo corte. "Como a pele não precisa ser totalmente descolada, a cirurgia acaba sendo menos agressiva, com uma cicatriz menor e uma recuperação mais rápida", diz Ewaldo Bolívar. Vale lembrar que a operação não é indicada para quem tem flacidez de pele acentuada, já que a retirada da gordura poderia piorar o problema. Após a lipoabdominoplastia, é comum a paciente ficar hospitalizada um dia e retirar os pontos após dez. O uso de cinta é recomendado por um mês, assim como o afastamento da academia. O volante e o trabalho podem ser retomados em três semanas. A cirurgia custa entre R\$ 10 mil e R\$ 15 mil.

NARIZ ARREBITADO

Levantar a ponta do nariz em até 3 milímetros e, de quebra, dar maior definição ao lábio superior: Essa é a promessa da cirurgia de relacionamento entre o lábio superior e a ponta do nariz, feita no freio —mucosa que liga a gengiva ao lábio superior. Desenvolvida pelo cirurgião plástico Ewaldo Bolívar, de São Paulo, a operação não demora mais do que 15 minutos para ser realizada: após aplicar a anestesia local, o cirurgião faz um corte em forma de "Z" ao contrário no freio. Depois, costura a região com oito pontos (que serão absorvidos pelo organismo), impedindo que o músculo que movimentava o lábio puxe o nariz para baixo. "O local costuma ficar inchado por duas semanas, mas nada que impeça a paciente de ir trabalhar no dia seguinte à operação. O maior inconveniente é que ela deve evitar dar gargalhada durante um mês, para não prejudicar a cicatrização", avisa o especialista. O preço da cirurgia varia de R\$ 5 mil a R\$ 5,5 mil.

NEM TUDO SÃO FLORES

Apesar de todos esses avanços, ainda não foi desenvolvida uma cirurgia plástica capaz de evitar a cicatriz. "Toda vez que cortamos a pele, trocamos uma forma e/ou um volume por uma cicatriz. Daí, a importância da incisão ser feita em um local escondido e que não sofra muita tensão, como numa dobra ou um sulco", diz a cirurgiã plástica Cristina Camargo, de São Paulo. Para que a cicatriz fique bem fina e próxima da cor da pele, recomenda-se que a paciente respeite o tempo de repouso, evite levantar peso, fumar e usar medicamentos à base de corticóide. É preciso trocar o curativo no tempo certo e não se expor ao sol por, no mínimo, dois meses. "Antes da cirurgia, mostre ao médico a existência de alguma outra marca no corpo, para que ele tenha idéia da cicatrização, principalmente se a paciente for descendente de orientais ou negros, que apresentam uma tendência maior à formação de quelóides —cicatrices mais largas e altas."

COXAS NA MEDIDA

Lipoaspiração circunferencial é o nome da nova técnica. Se antes só eram aspirados os culotes e a parte interna das coxas e dos joelhos, hoje os cirurgiões trabalham também a parte posterior e anterior das coxas, deixando o resultado mais uniforme e harmonioso. "Trata-se de uma lipoaspiração clássica, mas com uma abordagem diferente, pois descobrimos que, ao eliminar uma quantidade menor de gordura, a retração da pele é melhor", diz a cirurgiã plástica Bárbara Machado, chefe da equipe de cirurgia plástica da clínica Ivo Pitanguy, onde a técnica foi desenvolvida.

Com a lipoaspiração circunferencial é possível reduzir de quatro a nove centímetros o diâmetro de cada coxa, desde que a pessoa não tenha uma flacidez de pele muito acentuada. Para começar a cirurgia, a paciente recebe anestesia geral, peridural ou raque com sedação. Em seguida, o cirurgião faz três cortes de 1 centímetro cada e aspira as células adiposas em toda a circunferência da coxa. Apesar de a paciente receber alta no mesmo dia, é preciso aguardar, no mínimo, uma semana para voltar ao trabalho, dirigir e dar caminhadas leves. É necessário fazer também dez sessões de drenagem linfática e outras dez de endermologia e usar uma meia compressiva por dois meses. O custo da cirurgia varia de R\$ 10 mil a R\$ 11 mil.

*marie claire BELEZA

BUMBUM EM EVIDÊNCIA

Boa notícia para quem sonha em ter um bumbum maior: tanto a técnica de lipoenxertia quanto a de implante de silicone evoluíram.

No caso da lipoenxertia, que consiste em injetar entre 100 e 250 mililitros de gordura da própria paciente em cada glúteo, o resultado está mais duradouro. "Hoje sabemos que, quanto mais limpas e livres de sangue as células adiposas estiverem, maiores serão as chances de não serem totalmente reabsorvidas pelo organismo (em torno de 40% ficam no local)."

Além disso, se a paciente tiver mais gordura para ser aspirada, há a possibilidade de repetir o procedimento após um ano", diz o cirurgião plástico Antônio Graziosi, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica Regional São Paulo. Na lipoenxertia, após a anestesia geral ou peridural, o cirurgião plástico faz três pequenos cortes para aspirar os excessos dos culotes e da cintura — assim como é feito na lipoaspiração clássica. "A diferença é que a gordura retirada é centrifugada e lavada várias vezes com soro fisiológico para, em seguida, ser injetada no bumbum", diz o médico. Na maioria dos casos, a paciente pode ir embora no mesmo dia, mas deve aguardar entre quatro e cinco dias para dirigir e retornar ao trabalho, uma semana para dispensar o antibiótico e analgésico e voltar a dormir com o bumbum para baixo, e um mês para tirar a cinta elástica e começar a malhar. Já na cirurgia de implante de silicone, as novidades ficam por conta do formato das próteses — mais ovaladas — e do local onde estão sendo colocadas, no meio do músculo — antes ficavam sobre ele. Para isso, é necessário aplicar anestesia geral ou peridural e fazer um corte único de 10 centímetros entre os glúteos, alguns centímetros acima do cóccix. "Todos esses avanços deixaram o resultado mais bonito e natural e reduziram as chances de deslocamento das próteses. Mas isso não exclui a necessidade de fazer uma ressonância magnética a cada dois anos para verificar o estado das próteses", diz Antônio Graziosi. A recuperação costuma ser um pouco mais complicada do que a da lipoenxertia, já que a musculatura precisa se adaptar às próteses e o aumento dos glúteos é bem maior.

O período de internação varia de 24 a 48 horas. É recomendável se afastar do trabalho e do volante por 15 dias, ficar longe da ginástica por dois meses, tomar antibiótico e analgésico e dormir de bruços por uma semana e usar cinta elástica por um mês. Cada uma das cirurgias pode custar entre R\$ 5 mil e R\$ 15 mil.

A TEORIA NA PRÁTICA

A certar na escolha do cirurgião plástico é uma medida tão importante quanto

conhecer a técnica e os cuidados que se deve tomar no pós-operatório. Por isso, a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) recomenda:

1. Para escolher um cirurgião informe-se com pessoas que já fizeram algum tipo de cirurgia plástica. Amigas, colegas de trabalho e um médico de sua confiança podem ajudá-la a localizar esse profissional.

2. Cheque no site da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (www.cirurgiaplastica.org.br) ou pelo telefone (11) 3826-1499 se o profissional escolhido é especializado em cirurgia plástica.

3. Não tenha receio em esclarecer todas as suas dúvidas com o cirurgião plástico no dia da consulta. Só assim você poderá se sentir segura no dia do procedimento, ter uma idéia real dos resultados e não criar falsas expectativas.

PEITOS PERFEITOS

Foi-se o tempo em que a cirurgia de redução de mamas deixava cicatrizes enormes e os peitos achatados. Agora, na mesma operação é possível reduzir o tamanho do sutiã de 54 para 40, por exemplo, e ainda deixar os seios mais empinados e firmes. Para isso, a paciente recebe anestesia geral e é colocada sentada. "Isso evita que os seios fiquem esparramados", diz o cirurgião plástico Luiz Victor Carneiro Júnior, da clínica Ivo Pitanguy, no Rio de Janeiro. Depois, é feito um corte ao redor da auréola ou na vertical (cerca de 4 centímetros), entre a auréola e a base do seio, para que seja removido o excesso de glândulas, pele e gordura. "Se houver necessidade de elevar a mama e dar mais firmeza, introduzimos pelo mesmo corte uma prótese de silicone", diz o médico. Geralmente, a paciente recebe alta no mesmo dia e deve retornar ao consultório uma semana depois, para a retirada dos pontos. Durante um mês é preciso usar um sutiã especial, evitar atividade física, dirigir e carregar peso. O trabalho pode ser retomado em duas semanas — o mesmo tempo ela levará para levantar os braços acima dos ombros. A cirurgia custa entre R\$ 6 mil e R\$ 10 mil.

Marie Claire, junho de 2006, nº 183, pp. 152 a 155

*marie claire pré-estréia

PENSAR ANTES DE AGIR

Imagine uma arte marcial em que o principal elemento é o uso da intuição, atributo normalmente inerente às mulheres, e o contato físico é mínimo. A modalidade existe, é derivada do kung fu e chama-se **ving tsun**. A idéia é que a praticante desenvolva o que se chama de inteligência estratégica: pensar antes de agir. Leo Imamura (foto), ícone do ving tsun, falou à *Marie Claire*. Podemos considerar o ving tsun uma luta? Sim, mas com movimentos que evitam a violência. É o não-combate.

Qual é a sua utilidade para as mulheres? A prática leva a aluna a um estado elevado de percepção, em que ela obtém maior harmonia consigo mesma e com os outros.

SEMPRE VAI BEM

Vinho combina com o verão?

A sommelier **Márcia Carcano** desmancha qualquer mito e ensina como consumir a bebida em altas temperaturas. * É necessário ter em mente o frescor e, no verão, esqueça os encorpados. * As melhores uvas tintas são Pinot Noir, Gamay e Merlot, porque têm menos taninos, são menos densas e têm boa acidez.

* Entre as brancas, Sauvignon Blanc, Riesling, Chardonnay e Torrontés.

* O vinho rosé, que está em alta, é versátil na harmonização com pratos, além de refrescante e aromático.

PECADO DE VERÃO

Para os dias quentes, e logo após um dia de trabalho, a dica é chamar o garçom mais próximo e pedir um rodízio de petiscos. Sim, em vez de gastar uma fortuna pedindo porções, que tal comer de tudo por um precinho amigo? Bares e até restaurantes do Rio, São Paulo e Recife já aderiram à novidade. Os rodízios incluem de porções de queijo provolone a brinquetes de frutos do mar e custam entre R\$ 10 e R\$ 40. Só não vale usar garfo e faca.

PARECE TÊNIS Há mulheres que amam salto alto, mas não agüentam andar sobre dez centímetros. Para resolver o problema, a grife **Cole Haan** criou uma linha que usa técnica similar à dos tênis Nike Air. Embaixo da usual espuma na ponta, há um saquinho de ar para amortecer a pisada. De US\$ 265 (foto) a US\$ 485 no site www.colehaan.com.

Raiz forte

O último ritmo a se render às batidas eletrônicas é, pasme, o folk —rebatizado de **neofolk**. A princípio composto de arranjos acústicos, o estilo pode incluir desde a distorção de uma guitarra até o som vindo de caixinhas de música ou de talheres. As gravações normalmente são caseiras, capturadas em aparelhos simples —técnica chamada de lo-fi. O som é suave, para ouvir no sofá em vez de dançar. Dentre os destaques, as irmãs Bianca e Sierra Casady, da *CocoRosie* (foto), que passaram pelo país em agosto. E Devendra Banhart, que fará shows por aqui neste mês, no TIM Festival.

10 LANCES PARA ENTRAR NO JOGO DA CONQUISTA

Marie Claire, outubro de 2006, nº 187, pp. 56 a 62

*marie claire **AO VIVO**

Desde que a internet virou uma fábrica de encontros, a paquera ao vivo tornou-se um comportamento ameaçado de extinção. Mas não há teclado ou webcam que substitua o calor de um sorriso ou de uma abordagem espontânea, feita na hora certa, do jeito certo. Para quem não gosta da azaração das baladas ou está cansado dos contatos virtuais, um poderoso antídoto contra a solidão é sair da frente do computador e aproveitar as situações da rotina para se arriscar na busca de um amor. Aqui, especialistas e mulheres contam quais as estratégias infalíveis e divertidas do jogo da conquista. Por Mylena Fiori. Ilustrações: José Carlos Chicuta

Nesses tempos de namoros virtuais quentíssimos, a paquera do tipo olho no olho está cada vez mais difícil de acontecer. Por timidez, por comodismo ou até preguiça de buscar um parceiro, homens e mulheres têm preferido ficar bem protegidos atrás do computador. A princípio pode parecer mais seguro e gostoso escrever uma cantada no Messenger do que tentar atrair o olhar de quem está a meio metro de distância. Mas, com o tempo, essa prática virtual vai esfriando um dos grandes prazeres da vida: se encantar por alguém e tomar a iniciativa do contato direto, aproveitando o calor do momento. Claro, começar uma paquera é, antes de tudo, uma escolha. Não é algo que acontece num passe de mágica, como nos comerciais de desodorante, ou porque há uma atração irresistível entre duas pessoas. "Paquerar é um verbo de ação. Vá à luta", dizem Susan Rabin e Bárbara Lagowski, autoras do livro "101 Segredos da Paquera" (Editora Record). A melhor tática para perder o medo é levar a paquera na brincadeira. "Paquerar é a arte de interagir sem um objetivo sério. Pense nessa aproximação como algo divertido, imprevisível e aventureiro. Você poderá fazer amigos fascinantes, companheiros casuais, contatos profissionais e, inclusive, encontrar um grande amor", dizem as especialistas.

"É muito mais fácil iniciar um relacionamento em lugares do cotidiano do que em baladas", diz o terapeuta Sergio Savian, autor do livro "Paquera: Guia Prático da Conquista" (Editora Gente). O primeiro passo é estar aberta às pessoas e às situações: isso significa olhar mais para os lados, sorrir e tomar a iniciativa de uma aproximação. Por que não? É verdade, muitos homens ficam assustados e não sabem como reagir às investidas muito ostensivas. "A mulher deve seduzir exercendo seu lado feminino, e não imitando a atitude do homem", diz Savian. A paquera é a arte de lidar com o presente —planejar muito só tira a espontaneidade e a leveza do contato. Aqui, a resposta para muitas dúvidas e algumas táticas para tornar a paquera divertida. >>

57

>> **1 Puxar papo com um desconhecido na rua não é uma invasão?** A paquera é justamente a pequena invasão no universo do outro. "Hoje, ninguém quer ser invasivo e, por isso, as pessoas acabam ficando contidas demais e solitárias", alerta Sergio Savian.

Segundo ele, é com pequenas invasões que se constrói a intimidade. É mais simples do que parece. "Aproxime-se e veja como o outro reage. Se ele se recolher, não é hora de fazer a segunda invasão. Recue, mas não desista na primeira invertida", ensina.

“ Eu e o Antenor trabalhávamos juntos. Eu esperei a melhor oportunidade para me aproximar dele. Fizemos um happy hour e peguei carona com uma amiga. Ele veio no carro dela também, mas só por poucos quarteirões, para pegar o próprio carro e ir sozinho para o bar. Quando ele saltou, falei, na maior cara-de-pau: 'É perigoso andar sozinho, você não quer que eu vá com você?'. Ele respondeu que não, ainda ia passar em casa, mas nos encontraria mais tarde. Essa recusa foi um balde de água fria, mas não desanimei. Foi só depois dessa investida que o Antenor começou a me enxergar. No bar, conversamos muito e, dali em diante, nos corredores da empresa, sempre rolava uma gracinha. Três semanas depois, ele me convidou para sair e rolou o primeiro beijo. Começamos a namorar e, um ano depois, nos casamos.”

Isabela Casales, 32 anos, especialista em marketing

2 Como paquerar alguém que já conheço?

Se o pretendente for um colega de trabalho ou alguém com quem o convívio é diário, use isso a seu favor. Observe seus hábitos e perceba o que falta na vida dele. Ofereça aquilo que ele precisa — e não, necessariamente, o que ele quer ou espera. “Essa é uma máxima da paquera”, ensina Sergio Savian. “Quanto mais dados você tiver, mais bem-sucedida será”, garante. O colega intelectual, por exemplo, precisa de alguém que proponha algo fora de sua rotina, como um passeio no parque. O sarado da academia pode curtir um convite para um programa cultural. Para conquistar o vizinho mulherengo, é preciso oferecer outra coisa que não o sexo — pode ser uma boa conversa.

3 Como paquerar sem parecer ousada demais?

Demonstrando receptividade a uma conversa, a um olhar, a um sorriso. Antes de mais nada, seja simpática. “Não olhe fixo por muito tempo, mas tome cuidado com olhares muito rápidos, que podem parecer sinal de desinteresse. Capte o olhar de seu parceiro pelo mesmo tempo que levaria para dizer ‘Olá’ ou ‘Até qual-quer dia’”, diz Susan Rabin. “Sorria para pelo menos cinco desconhecidos todo dia e logo terá uma coleção de conhecidos”, ensina.

4 Como lidar com a rejeição?

É imensa a lista de pessoas famosas, lindas e interessantes que levaram um fora — a Jennifer Aniston perdeu o Brad Pitt para a Angelina Jolie. Pode ter coisa pior? Mas **todo mundo sobrevive à rejeição**. Quando pensar em desistir de um paquera por medo de ouvir um não, lembre-

Quando conheci o Fletcher, eu estu-

dava na Austrália e trabalhava numa lanchonete. Ele entrou e fez seu pedido. Reparei nele. Só no fim da noite, notei que era bonito, alto, olhos azuis. Voltei à mesa dele: ‘Você quer mais alguma coisa?’. Ele disse: ‘Sim, quero seu telefone’. Não queria dar o meu número e, em vez disso, pedi o dele. Mas, como insistiu muito, acabei dando também. Esperei alguns dias. Como não rolou, decidi ligar. Disse: ‘Oi, tudo bom, como vai? Lembra de mim? Você tem o hábito de ficar insistindo para ter o telefone de uma garota e não ligar depois?’. Ele riu e confessou que, como eu tinha demorado para passar meu número, preferiu não arriscar levar um não. Foi um típico erro de comunicação que poderia ter posto tudo a perder. Para compensar, resolvi convidá-lo para um encontro. Resultado: namoramos há três anos.”

Ana Cristina Marinho, 26 anos, bióloga

se que o pior que pode acontecer é um golpe no ego. É chato, mas nada que três respirações profundas não resolvam.

5 Existem estratégias que nunca falham?

Sim. Os homens adoram ajudar e proteger. **Pedir um favor é uma boa estratégia de aproximação**. “A mulher precisa estar mais aberta para que o homem a proteja”, diz Savian. Pedir ajuda é especialmente útil naquelas situações em que é preciso agir rápido, como no posto de gasolina ou na loja de >>

7 Como posso marcar presença e fazer com que ele se lembre de mim?

Sempre carregue cartões de visita. "Dar o cartão a alguém é a maneira perfeita de encerrar um encontro promissor", diz Susan Rabin. Se não tiver esse recurso, uma outra tática é dar o seu celular e pedir para que ele ligue em seguida. Assim os números ficam gravados. Tenha algo que atraia olhares e provoque comentários, que motive uma pessoa a puxar assunto com você, como um livro instigante, uma bijuteria diferente ou um chaveiro divertido.

8 Quais os melhores lugares para paquerar?

Tudo depende do tipo de homem que você quer para sua vida. Para um encontro despreocupado e casual, nada como um bar ou uma casa noturna. Se o objetivo é outro, abra o leque. "Homens sensíveis fazem cursos de teatro e fotografia. Também dá para encontrar gente interessante em aulas de culinária", diz Savian. Para um papo mais cabeça, livrarias e palestras são bons lugares. Se você quer um homem para se relacionar para o resto da vida, o especialista acredita que é mais fácil encontrá-lo

na igreja. Se quer esportistas, acompanhe campeonatos. "O que vale é a mulher estar aberta, no espírito da coisa. Assim, qualquer hora é hora e qualquer lugar é lugar para a paquera", diz Savian.

9 As táticas de conquista variam conforme o lugar?

Sim, cada lugar pede uma atitude diferenciada.

■ **No trânsito** Finja estar perdida e peça informação ao moço interessante do carro ao lado. Ou reduza a velocidade, abra o vidro e dê um sorriso.

■ **Na livraria** Para quebrar o gelo, diga que está perdida entre tantos lançamentos e peça uma sugestão, ou então pergunte se ele conhece determinado livro ou autor.

■ **No supermercado** Solteiros bem-sucedidos dedicam o dia à carreira e costumam fazer compras tarde da noite. Vá direto às seções de congelados. Identificado o alvo, troque acidentalmente os carrinhos. Ou então bata no carrinho dele (de leve!). Será impossível não trocar algumas palavras e talvez vários olhares entre as prateleiras. Na hora de levar as compras, se ele estiver sobrecarregado, não vacile em oferecer ajuda.

■ **No parque** Leve seu sobri- >>>

>>> conveniência. Se tiver alguma dúvida, não pergunte ao atendente ou gerente, pergunte ao homem mais atraente do lugar. Peça uma opinião sobre um produto. Ou então faça algum comentário banal, alguma pergunta do tipo "A gasolina aumentou?". "Às vezes, a única forma de paquerar é aplicar um truque", diz o psicólogo. "Ele até pode saber que é um truque, mas, se sentir interesse pela mulher, vai fingir que nem percebeu." Oferecer ajuda também funciona: homem gosta de saber que alguém se preocupa com ele. "A interdependência é o que dá a liga nas relações", lembra Savian. Se ele fizer uma expressão de dúvida, se ofereça para ajudá-lo a achar o melhor caminho ou o melhor produto.

6 O que dizer nas primeiras conversas? É melhor evitar temas polêmicos, como política e religião. Perguntar o signo ou a idade pode afugentar potenciais

paqueras. Faça perguntas sobre as situações do momento, mas evite aquelas que possam ser respondidas apenas com "sim" ou "não". Ouça a opinião dele mas não conteste a resposta. Descreva sua profissão como algo interessante, evite reclamar. Algo que está acontecendo à sua volta também pode ser o gancho para começar uma conversa. E, por fim, não fale apenas a respeito de você mesma. Isso pode parecer antipático.

Valnei vinha de vez em quando à minha casa, porque era amigo de faculdade do meu irmão. Na época, eu tinha namorado e nosso contato era bem formal. Depois de um ano, aquele namoro acabou e comecei a sentir um interesse diferente por ele. Só que percebi que não ia rolar nada, pois o Valnei me respeitava demais. Um dia, ouvi meu irmão combinando com ele de ir a uma festa, e dei um jeito de me juntar a eles. Tinha certeza que, de todas as mulheres da festa, eu era a única com quem ele jamais tentaria alguma coisa. Então resolvi agir e chamei-o para ir comigo procurar minhas amigas. Ele aceitou, com a condição de que eu o ajudasse a se aproximar de uma delas. Pensei rápido e disse: 'Tenho algo muito melhor para você'. Não falei diretamente que era eu, mas, pelo tom da minha voz, ele percebeu que era uma paquera. Sem jeito, me chamou para conversar num canto. Não demorou a rolar um beijo e foi maravilhoso. Estamos juntos há um ano e meio e muito apaixonados. Não me arrependo de ter tomado a iniciativa, por isso estou tão feliz hoje. Se tivesse dado errado, teria a consciência tranquila por ter tentado me aproximar dele."

Karine Chagas, 23 anos, universitária, criou a comunidade virtual "Mulheres que Tomam a Iniciativa"

>> nho, seu primo ou o filho de sua melhor amiga para passear e verá como tudo fica mais fácil: **crianças facilitam a interação dos adultos**. Animais de estimação também são excelentes como chamariz de paquera e funcionam como gancho para puxar assunto.

■ **Na academia** Para começar, preste atenção em quem está malhando ao seu redor. Se ficar apenas concentrada em seus exercícios, não perceberá se há tipos interessantes ou mesmo se alguém está tentando paquerar você. Também **esqueça o iPod em casa**, ou jamais conseguirá interagir com os colegas. Pedir ajuda nos aparelhos de musculação sempre funciona.

■ **No avião, ônibus ou trem** Basta ter um sorriso no rosto e um chamariz ao alcance dos olhos de possíveis paqueras. Um livro, por exemplo — escolha um que esteja em evidência ou um título intrigante. Só não vale se concentrar na leitura e dei-

xar de olhar para os lados. O iPod deve ficar bem guardado na bolsa — quem puxaria assunto com alguém fechado em seu próprio mundo musical?

■ **Numa festa** Mesmo que você não fume, sempre tenha fósforos ou isqueiro na bolsa. Também procure ser simpática e atenciosa com todos: **pessoas sociáveis e animadas atraem a atenção e despertam interesse**. Outra dica: não fique a noite toda conversando com seu paquera. Socialize com os outros convidados, mas sempre mantendo contato visual com o eleito. “De vez em quando, levante o olhar e dirija-o na direção dele. Se ele devolver o olhar, sorria e desvie o seu”, orienta. Na hora da conversa, fale só de amenidades e troque as críticas por elogios. **Elogiar sempre cai bem e transmite autoconfiança**.

10 Qual a melhor estratégia para paquerar no trabalho? Se vocês trabalham no mesmo lugar,

Sempre pensei o seguinte: eu é que tenho que gostar do cara. Se ele vai gostar ou não, é problema dele. Nunca fui inibida. Minha arma é o olhar. Também dou atenção e tenho senso de humor: homem odeia mulher que reclama de tudo.

Uma vez, puxei papo com um cara num bar e acabamos passando a noite juntos. No dia seguinte, como eu sabia o telefone da casa dele, liguei e, para conseguir o endereço, menti que ele tinha ganhado uma assinatura de um grande jornal. Mande flores com um bilhete: ‘Adorei a nossa noite maravilhosa’. Resultado: a surpresa o conquistou e namoramos cinco anos.

Um dia, no supermercado, peguei uma caixa de bombons e perguntei para um homem superinteressante: ‘Você conhece essa marca?’. Ele foi solícito, falamos de outros chocolates, tomamos um café e ficamos amigos. Também já conheci homens no trânsito. Uma vez vi um cara lindo, no carro ao lado. Ele olhava, mas não fazia nada. Reduzi a velocidade, abri o vidro, sorri e segui em frente. Ele veio atrás e, quando estacionei, ele também parou e veio perguntar quem eu era. Dei meu cartão e ele ligou minutos depois. Ficamos juntos algumas vezes, mas não me empolguei, pois éramos muito diferentes. Sempre tem o risco de a mulher não gostar do cara, e não apenas o inverso, como a gente teme. Ser rejeitada não me assusta: o máximo que pode acontecer é o moço me dizer não. Só isso. Como aconteceu em uma vez que segui um cara e, quando ele parou o carro em um caixa eletrônico, fui até lá e dei a ele o meu cartão. Então, pedi para que me ligasse. Ele me olhou com uma cara de espanto, deu um sorriso e nunca mais. E daí? Não ligo a mínima. Minha auto-estima está sempre lá em cima. A vida é curta demais para eu ficar perdendo tempo.”

C.S.B., 40 anos, executiva

é melhor pegar leve. Sergio Savian sugere começar com um e-mail dizendo “Bom dia”, para medir a reação dele. Se for receptivo, vá um pouco mais adiante. Avance a comunicação pouco a pouco, sempre prestando atenção na reação dele. Dê espaço também para que ele se manifeste. “O ideal é marcar um papo fora do ambiente de trabalho”, sugere o terapeuta. Que tal convidá-lo para um café? É bom evitar comentários ou perguntas sobre a vida pessoal e elogios pessoais — somente apenas as realiza-

ções profissionais do colega. **Sorrisos e olhares devem ser amigáveis, nunca provocativos**. “Num ambiente profissional, as mensagens mistas são definitivamente preferíveis às evidentes”, afirma o especialista. Chamarizes também funcionam no trabalho, desde que sutis. Eles devem revelar só um pouco quem você é. Ter uma foto bonita ou uma flor sobre a mesa pode atrair o olhar dele. Susan também sugere ter sempre à mão coisas úteis a todos os colegas, como livros de referência e mesmo balas de menta. ■

MALU

Ejaculação precoce?

Entenda melhor esse problema que atinge de 30% a 50% dos homens no início da vida sexual (à medida que a idade aumenta, essa taxa diminui).

O que é:

A ejaculação acontece rápido demais e não satisfaz o casal.

Causas:

O distúrbio ocorre por razões psicológicas. Pode ser devido à ansiedade do homem diante do ato sexual, algum problema no relacionamento, preocupação no trabalho ou pessoal.

Como evitar:

Como não é um problema físico, não há como evitar. O único conselho é ter uma educação sexual desde cedo para não fazer do sexo um tabu, além de procurar relaxar na hora H.

Tratamento:

Há duas maneiras de tratar a ejaculação precoce. Geralmente, são usados os dois métodos ao mesmo tempo: a psicoterapia (conversas e técnicas para controlar a ejaculação) e medicamentos, que só devem ser utilizados com indicação médica.

Intimidade

Quando se fala em sexo anal, a regra é: os homens adoram e se sentem poderosos, mas as mulheres sentem medo da dor e carregam o peso de achar que isso é errado. Mas, com jeitinho e muitos segredinhos, essa prática pode ser prazerosa para você e deixar seu homem aos seus pés. Que tal colocar de lado os preconceitos e curtir o sexo anal sem constrangimento?

Por trás é mais gostoso!

Deixe o receio de lado e tire proveito do sexo anal, uma prática que os homens adoram

Primeira lição:

NÃO SE SINTA FORÇADA A NADA

A pior coisa que pode acontecer quando se trata de sexo é você se sentir obrigada a se comportar de uma maneira que não sente prazer. Pior do que isso, só mesmo se tudo vier acompanhado de dor. E virá se você não estiver a fim. Não é porque seu homem insiste, nem porque ele diz que as outras namoradas dele faziam que você tem que praticar sexo anal sem ter vontade. A decisão é sua e ele tem que aprender a respeitar.

PROTEÇÃO!

Como todas as outras modalidades de sexo, o anal também transmite doenças e, por isso, precisa ser feito com proteção. A camisinha é indispensável! A mesma camisinha usada no sexo anal não pode ser usada numa penetração vaginal. Tudo isso para evitar que bactérias do ânus sejam transportadas para a vagina e provoquem graves infecções.

Livre da dor

Se você sente dor ao tentar fazer sexo anal, a solução é relaxar! A dor é resultado da pouca elasticidade anal no momento da penetração.

Lubrifique-se

Já existem lubrificantes fabricados para facilitar a penetração. Dê preferência para os que são à base de água, pois diminuem o risco de irritação. Os lubrificantes são indispensáveis numa relação anal.

Foto: Marcelo Camargo

A POSIÇÃO FAZ TODA A DIFERENÇA

ELE EMBAIXO

Deite seu homem na cama, de barriga para cima, e monte nele de cócoras. A vantagem dessa posição é que o controle da relação é seu. Você é quem decidirá a velocidade da penetração.

COM AS PERNAS NO OMBRO DELE

Deite-se com as costas na cama e levante as pernas até uma altura suficiente para colocá-las sobre o ombro dele. Essa posição deixa você relaxada e facilita a penetração.

DICA

Para facilitar a penetração anal, introduza um dedo no ânus momentos antes. Isso provocará a contração do esfíncter e, depois, o seu relaxamento. Durante a etapa de relaxamento, é o melhor momento para iniciar a penetração.

DE QUATRO

A famosa posição sexual é a preferida dos homens quando o assunto é sexo anal. Isso porque além de poder ficar olhando o seu bumbum, o seu parceiro terá a sensação de que está dominando-a por completo. Para você, o bom dessa posição é que o seu companheiro estará com as mãos livres para acariciar o seu clitóris (ponto carnudo localizado acima da vagina) e lhe proporcionar ainda mais prazer.

NA PAREDE

Fique de costas para ele, em pé e com as mãos apoiadas na parede ou em algum móvel. Essa posição também permite uma noite inesquecível.

DE LADINHO

Deite-se de lado e levante a perna que ficar por cima. Ele se encaixa por trás para iniciar a penetração. Nessa posição, você terá o controle da situação, pois se quiser que ele pare ou vá mais devagar, é só ir com o seu corpo para frente.

ção. Outro fator é a falta de lubrificação dessa região. É que no momento da penetração, a vagina produz os fluidos vaginais responsáveis por facilitar a relação. Na região anal, não existe essa lubrificação e o esfíncter (músculo localizado no interior do ânus) se contrai ao primeiro toque. Tudo isso junto, dificulta a penetração anal.

A HORA CERTA DE COMEÇAR

O risco de doer diminui se você estiver excitada. A região anal é um ponto erótico do corpo feminino, mas precisa ser estimulado. Comece com carícias para mais tarde tentar a penetração. Se a mulher não estiver excitada, o ânus irá se contrair e tudo ficará mais difícil.

Consulta com o ginecologista

Envie a carta com suas dúvidas para: Caixa Postal 471, CEP 17001-970, Bauru/SP.

Dr. Ítalo Dutra
Ginecologista do Hospital e Maternidade Dr. Christovão da Gama/Santo André/SP

DÚVIDAS SOBRE ANTICONCEPCIONAL

"É verdade que quem toma pílula por muito tempo fica carente de ácido fólico?"

JULIANA, 24 ANOS

É verdade, principalmente quando existe desejo de engravidar depois de tomar durante muito tempo a pílula. Nesse caso, seu obstetra deve recomendar a reposição vitamínica com suplementação de ácido fólico no período em que o casal tenta a fecundação e, inclusive, até o quinto mês de gravidez, a fim de evitar possíveis malformações fetais.

NÃO ACREDITE!

Se alguém disser que sexo anal pode provocar hemorroidas ou perfurar o intestino, não dê ouvidos. O quadro de hemorroidas se agrava com a relação, mas você não desenvolve hemorroidas só porque teve uma relação anal.

Na próxima edição...

FIQUE LINDA NA HORA H

Queremos saber mais de você!

Nome..... Data de nascimento..... Idade..... Sexo ☐ F ☐ M
Telefone (.....)..... Endereço..... CEP..... Estado.....
Cidade.....
Há quanto tempo você compra essa revista? ☐ Essa foi a primeira vez ☐ Comprei há.....

Envie sua carta para: Caixa Postal 471, CEP 17001-970, Bauru/SP

Marque o 2º encontro

Desenvoltura é um bom começo, mas, depois, deixe claro que quer vê-lo de novo

É o primeiro encontro com aquele pretendente especial e você aposta tudo nesse momento, certo? Mas é tanta ansiedade que não dá para saber como agir. Então, cuide dos pequenos detalhes, antes, durante e depois para não amargar uma decepção. A química, aquele clima que nasce naturalmente só de vocês se olharem, conta muito. Mas você pode dar uma forcinha para ela surgir entre vocês!

VISUAL: SENSUAL SEM INVENTAR

Cuidado para não começar errando na roupa. Decotes e minissaias estão liberados só se eles já fizerem parte do seu figurino. Bancar a mulher fatal, enquanto seu guarda-roupa está abarrotado de peças bem-comportadas, costuma não dar certo. Portanto, escolha uma roupa que lhe caia bem, mas dentro do que já está acostumada a usar.

PERFUME QUE NÃO CANSA

Escolha um cheirinho gostoso, mas que não enjoa. Esse conselho resume o que o seu pretendente espera de você: uma lembrança gostosa, mas que não vai entediá-lo logo de cara. Como estamos no verão, abuse das fragrâncias refrescantes de frutas, que não têm erro. O mesmo princípio vale para a maquiagem, portanto, use cores delicadas e um batom líquido brilhante para deixar sua boca suculenta.

O QUE FALAR

Ser boa de papo é um dos fatores que mais pesa na hora do seu pretendente querer se encontrar com você novamente. Infelizmente, uma boa conversa não surge de uma hora para outra. É preciso ler, ficar atenta ao que os outros falam e, importante, ter muito senso de humor. Os homens adoram mulheres que os façam rir, não com piadas, mas

Demonstre que quer bis

Certos homens são tão inseguros que, mesmo dando todas as dicas, não percebem que você quer um outro encontro. Nesse caso, é bom deixar claro que está a fim de revê-lo. Mas seja sutil e arrisque algo do tipo: "Nossa, passou tão rápido. A gente podia se ver de novo...". Se ele não entender, o melhor é partir para outro.

com boas tiradas, bem colocadas naqueles momentos de silêncio. Não se esqueça também de que para se sair bem no papo, antes, tem que ouvir o seu parceiro. Deixe-o contar aquelas vantagens típicas do sexo masculino, mas também faça propaganda de si mesma. Mostre-se simpática, leve e fale de coisas de que gosta de fazer. E, deixe claro que está aberta a ouvir novas músicas, conhecer lugares diferentes...

Pequenos gestos que encantam

Não precisa se transformar em uma bonequinha, mas algumas dicas vão facilitar um segundo encontro. Primeiro, logo que se encontrarem, aproveite o beijo inicial de "oi" e beije o rosto dele de verdade. As pessoas costumam só encostar as bochechas, meio desajeitadas, mas não é o seu caso: você deve sentir a pele dele

com seus lábios. Outro detalhe importante é procurar tocá-lo ao longo da conversa. Encoste suas mãos nas dele meio sem querer e veja como seu parceiro reage. Por outro lado, fuja dos gestos que indicam nervosismo. Ficar arrumando o cabelo a toda hora, esfregar uma mão na outra ou morder os lábios, nem pensar.

Malu 7

Malu, 24 de fevereiro de 2005, p. 7

14 atitudes que os homens odeiam e as mulheres insistem em fazer

Às vezes, seu amor fecha a cara e você fica sem entender o que fez de tão terrível? Isso acontece porque nós, mulheres, fazemos coisas que consideramos normais, mas que eles detestam. Conheça algumas delas e fique atenta!

1. RIR DURANTE AQUELA DISCUSSÃO SERÍSSIMA. Nem tente ser irônica nessas horas se não quiser começar uma discussão pior.

2. DEMORAR PARA SE ARRUMAR TODAS AS VEZES EM QUE VÃO SAIR JUNTOS. Ninguém gosta de esperar, não é mesmo? Por isso, tente ser mais prática e pontual: o seu relacionamento agradece.

3. FICAR BABANDO NA BELEZA DE Reynaldo Gianecchini, Fábio Assunção e Marcelo Antony e perguntar, suspirando: eles não são lindos?

4. FICAR FALANDO SEM PARAR durante a final do campeonato brasileiro, quando o time dele está jogan-

do. Encarar o futebol de domingo como uma ameaça e mandar ele escolher entre vocês também não é nada bom.

5. FALAR DE EX-NAMORADOS OU EX-MARIDOS nunca é uma boa idéia. Se você quiser curtir intensamente o seu relacionamento, viva o presente e guarde os detalhes do seu passado para você.

6. BATER ALTOS PAPOS COM AQUELA AMIGA superindependente, que adora falar de homens. Se ele estiver presente, é briga na certa!

7. FICAR UM TEMPÃO CONVERSANDO COM AQUELE CARA que paquera você descaradamente: prefira ser discreta e dispensar o seu admirador para não dar margem para brigas.

13. Se ele souber que você conta a intimidade de vocês para as suas amigas, vai ficar louco da vida. Os homens odeiam ter a sua vida exposta.

8. FAZER ESSES TIPOS DE PERGUNTA: 'você me acha bonita?' 'Eu estou gorda?' 'Quem você acha mais linda: eu ou a Luciana Gimenez?'

9. DAR SHOW DE CIÚME COM AS MELHORES AMIGAS DELE. Ele odeia quando você começa a criticá-las dizendo que são um bando de oferecidas encalhadas, que vivem dando em cima dele.

10. A MESMA REGRA VALE PARA OS AMIGOS DELE. Nem ouse dizer que são todos uns bêbados que só pensam em mulher, apesar de detestar que eles saiam juntos.

11. FICAR OLHANDO PARA TODOS OS LADOS QUANDO SAEM JUNTOS. Por mais que você jure que não está olhando para ninguém, ele vai ficar possesso.

12. QUERER QUE ELE FAÇA TUDO DO SEU JEITO, principalmente os afazeres domésticos.

14: NÃO GASTE O DINHEIRO DELE À TOA.

Em *América*, Irene (Daniela Escobar) e Laerte (Humberto Martins) vivem às turras porque ela adora gastar o que ele ganha nos rodeios. Não siga o exemplo dela, pois o dinheiro pode levar um casal à separação.

Foto: Malu de Souza/Foto Quê

Foto: Marcelo Cavallho

Malu 19

Falando de Sexo com

Apresentadora canadense ensina os segredos para que o casal seja mais feliz entre quatro paredes

A apresentadora canadense Sue Johanson esteve no Brasil, em passagem relâmpago, para divulgar seu novo programa, *Saturday Night Sex Show*, que estreia dia 29 no GNT. É a versão dos Estados Unidos para o programa *Falando de Sexo com Sue Johanson* (do Canadá), já em cartaz no GNT. Ao enfrentar o tema sexo de frente, a apresentadora esbarrou em seus únicos tabus: ela não revelou sua idade de jeito nenhum (e ainda brincou que esse assunto é entre ela e Matusalém) e não falou da sua vida pessoal.

O INÍCIO DE TUDO

A apresentadora contou como começou a trabalhar falando sobre sexo. "Foi quando uma amiga da minha filha apareceu em casa com a menstruação atrasada sem saber o que fazer. Ela não poderia aparecer grávida e tivemos que cruzar a fronteira para que ela fizesse um aborto. Foi horrível. Então, percebi que faltava informação e resolvi trabalhar com isso. Abri uma clínica de controle para ensinar coisas aos jovens, antes de elas acontecerem. Foi um sucesso, com muitos jovens. Voltei para a faculdade de medicina e me especializei", diz Sue.

Com o sucesso de seu programa de prevenção a gravidez e doenças, ela começou a ficar conhecida e ganhou um programa no rádio. A senhora de cabelos brancos afirma que mídia atrai mídia. "Comecei a ficar conhecida com o programa de rádio. Depois, fui para uma tevê a cabo, em Toronto (Canadá). E depois para o grande público", conta.

Segredo do bom sexo

QUANDO QUESTIONADA SOBRE QUAIS SÃO OS ASSUNTOS MAIS PROIBIDOS ABORDADOS NO PROGRAMA, ELA É CATEGÓRICA:

"Os temas mais polêmicos são masturbação, homossexualidade, aborto, bissexualismo e transexualidade. Exatamente nesta ordem. Precisamos nos tocar e enfrentar os nossos próprios tabus para encontrarmos prazer conosco". Sue Johanson também falou sobre a idade (dos outros), o passar do tempo e a queda dos hormônios. "O homem entra na andropausa e a testosterona cai, o interesse sexual diminui e o homem fica mais broxa. O Viagra e os remédios com a mesma função ajudam. As mulheres deveriam até gostar de ficar mais velhas, pois não precisam se preocupar com a natalidade. É só aproveitar", afirma.

"Sexo é saúde. Você pode ter sexo com você mesmo. Apenas para te satisfazer. É um exercício muito bom."

Recado para os jovens

"Acho que os jovens pensam que são imunes a tudo. Os homens não gostam de usar camisinha, pois dizem que tira a sensibilidade. Isso é até bom já que eles demoram mais para chegar ao orgasmo. Eu adoro isso", afirma a apresentadora. E manda um outro alerta

para os jovens: "Os adolescentes têm ereções crônicas e pode ser embaraçoso, pois são considerados pervertidos. Não são. E as meninas precisam saber coisas preventivas, inclusive sobre pílula".

Sue Johanson

ABORTO

Outro assunto polêmico é o aborto.

A legislação no Canadá permite o aborto desde 1970. E a mulher pode fazer um aborto em um bom hospital, os dados são confidenciais. O atendimento e os procedimentos são rápidos e seguros.

Abaixo de 14 semanas de gestação é totalmente legal.

"Nos Estados Unidos, além de ser ilegal, quem estiver junto com a pessoa que fará o aborto também pode ser acusado", alerta.

SEGREDO DO SUCESSO

Apesar de não falar de idade, os óculos aliados aos cabelos brancos fazem com que Sue Johanson seja respeitada pelo público, o que gera uma grande audiência para o *Falando Sobre Sexo*.

"Como sou uma mulher madura, com rugas e corpo com algumas modificações, com formação em medicina e na área social, tenho mais credibilidade. Idade eu não revelo porque acho que isso não é importante. Faria a diferença se eu tivesse 52, 42 anos?", questiona.

Sexo e traição

Questionada sobre o que ela reprova quando o assunto é sexo, ela diz claramente que não entende a traição. "Para mim, isso está errado. Moralmente falando. Não aprovo a violência. Ninguém pode fazer algo sendo obrigado, algo que não queira, porém, quando há acordo das duas partes de fazer isso ou aquilo, o acordo entre as partes é o mais importante numa relação. É preciso estabelecer um código no relacionamento".

TRANSA 3 VEZES POR SEMANA

Quanto ao Brasil, as estatísticas mostram que o brasileiro faz sexo entre duas e três vezes por semana. Quando Sue recebeu a notícia, ficou feliz: "Espero que seja verdade e isso é muito bom. Os brasileiros devem ser felizes. Nos Estados Unidos, todos estão cansados o tempo todo e fazem sexo, no máximo, uma vez por semana".

Sua melhor conexão com o Mundo Astral.

Experimente nossa consulta on line:
www.otimisticos.com.br

Tarot on line e via telefone
 Baralho Cigano
 Horóscopo e Combinação astrológica

ATENÇÃO

Faça sua consulta on-line, acompanhando nossos tarólogos jogando suas cartas e fazendo as interpretações em tempo real.

- sigilo absoluto
- profissionais qualificados
- atendimento personalizado
- cobrança somente após autorização do cliente
- pagamento através de depósito bancário, todos os cartões ou consulte outras opções.

Acesse já:
www.otimisticos.com.br

(11) 3106 4949

Orienta-se direto com um de nossos tarólogos sempre à disposição e sempre naquela hora que você quiser e mais precisar.

R\$ 2,00
por minuto

- sigilo absoluto
- profissionais qualificados
- atendimento personalizado
- cobrança somente após autorização do cliente
- pagamento através de depósito bancário, todos os cartões

Malu, 12 de maio de 2005, pp. 24 e 25

Mitos e verdades

*Tire todas as suas dúvidas
para só engravidar
na hora que quiser*

Foto: Mafalda Pazzanotto

O comprimido que acompanha diariamente a vida de 30% das mulheres entre 15 e 49 anos, segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS), é cercado por dúvidas. Se você ainda não tem certeza de como se usa corretamente a pílula, como ela funciona ou quais são os riscos, fique atenta a esse tira-dúvidas com o ginecologista Aristides Manoel dos Santos Braghetto, professor da Pontifícia Universidade Católica (PUC), de Campinas (SP).

1 A pílula diminui o tesão.

TALVEZ. O princípio ativo da maioria dos anticoncepcionais orais é a interrupção da ovulação e, partindo do princípio de que é nesse período que a mulher sente mais desejo, a pílula pode interferir no seu tesão.

2 Quem toma anticoncepcional não deveria fumar.

VERDADE. Fumar e usar a pílula anticoncepcional é uma combinação perigosa. *"O fumo potencializa os efeitos colaterais da pílula, principalmente nas artérias, podendo levar a prejuízos graves à saúde com o decorrer do tempo"*, alerta o especialista.

3 Se a mulher pára de tomar a pílula hoje e transa sem proteção amanhã, há riscos de engravidar.

VERDADE. Esquecer-se de tomar a pílula diminui sua eficácia sim, pois pode ocorrer uma ovulação. *"Quando o esquecimento for de mais de um dia, deve-se proteger com preservativo ou outro método contraceptivo durante aquele mês"*, avisa Braghetto. No caso de usuárias de pílulas de média dosagem, pode-

Novidades para evitar a gravidez

ANEL VAGINAL

É colocado dentro da vagina, onde permanece por três semanas, depois, é reintroduzido quando acaba a menstruação. Para colocar, você deve ser orientada por seu ginecologista, mas não se preocupe com a posição em que o anel pode ficar, pois ele age liberando hormônios.

ÍMPLANTE: Pequena cápsula colocada sob a pele que libera o hormônio progesterona por até três anos.

SISTEMA INTRA-UTERINO

O SIU, também chamado de Mirena, é uma novidade semelhante ao DIU. Colocado dentro do útero por até cinco anos, libera o hormônio levonorgestrel que dificulta a ação dos espermatozoides e inibe o crescimento do endométrio.

sobre a pílula

se tomar a pílula esquecida até 24 horas depois do horário certo, e 12 horas, no caso de mulheres que usam as de dosagens mínimas. Agora, se você acabou a cartela e está naquele intervalo recomendado de suspensão da pílula (entre 4 ou 7 dias, dependendo da marca), pode ter relação sexual normalmente, pois não há perda de proteção.

4 Se a mulher vomitar depois de tomar a pílula, ela perde o efeito.

TALVEZ. Se o vômito ocorrer até duas horas depois de tomar a pílula, pode perder o efeito sim. Para garantir, é indicado tomar outro comprimido logo em seguida.

INJEÇÕES

São aplicadas mensalmente ou a cada três meses. A única ressalva é que algumas podem atrapalhar uma gravidez imediata, como explica o ginecologista: "Existe um medicamento chamado medroxiprogesterona (trimestral de depósito) que pode diminuir o retorno da fertilidade. Mas o problema é reversível, em média, entre 60 a 90 dias."

5 Existem mulheres que não podem usar anticoncepcionais orais.

VERDADE. Pacientes com lúpus não podem tomar pílulas que contenham o hormônio estrógeno, pois ele piora a doença. Outra contra-indicação de pílulas que contém estrógeno são mulheres que tiveram trombose (entupimento das veias). Mas o ginecologista lembra que cabe ao seu médico orientá-la a suspender ou não a pílula: "É muito comum mulheres que param de usar o anticoncepcional oral por conta própria ao primeiro sintoma indesejável, sendo que este pode desaparecer após alguns dias."

6 Tomar pílula durante anos seguidos deixa a mulher estéril.

MENTIRA. O ginecologista garante que esse tema já foi exaustivamente estudado e é categórico: "Os anticoncepcionais orais não causam esterilidade."

ADESIVOS

São colados sobre a pele e trocados semanalmente. A cada três semanas, o uso é suspenso por sete dias. "A mulher pode tomar banho, sol e nadar, pois a cola do adesivo foi desenvolvida para tolerar essas situações. Durante o intervalo de descanso, não há risco de engravidar", comenta o ginecologista.

7 Existem medicamentos que acabam cortando o efeito da pílula.

VERDADE. Existem vários remédios que podem interagir com a pílula, mas Braghetto lembra que são drogas pouco utilizadas. Mas, alerta: "Se uma usuária de anticoncepcional oral vai tomar alguma medicação diária, deve consultar seu ginecologista."

8 Há algum problema em não seguir a ordem dos dias estabelecida na cartela?

TALVEZ. Dependendo da composição do anticoncepcional, as doses de hormônio por pílula são iguais ou podem variar. Portanto, quem toma pílulas com doses variáveis pode ter problemas, caso não as tome na ordem, principalmente com sangramentos fora do período certo.

Há 2 anos, a atriz Deborah Secco aderiu ao uso dos anticoncepcionais em adesivos.

Primeiroanista ou Primeiranista?

Quem passa no vestibular e começa a estudar é primeiranista. Exemplo: Sandy é primeiranista do curso de psicologia da Unicamp.

Dormir no volante ou ao volante?

É comum ouvirmos e lermos: O motorista dormiu no volante. Essa concordância está incorreta. O correto é: O motorista dormiu ao volante.

Mosca e mosquito

Mosca: é um inseto muito conhecido, pois vive nos nossos lares. Ele é até chamado de mosca caseira ou doméstica. **Mosquito:** é o diminutivo de mosca; porém, seu nome genérico é aplicado a pernilongo, borrachudo, muriçoca, fincudo, dentre outros.

Malu 9

Segredos das bem realizadas

Descubra como as mulheres modernas agem para preservar o casamento

E o livro *Até que a falta de tesão nos separe* (publicado pela Editora Landscape), a escritora Mandi Norwood, editora-chefe das revistas femininas norte-americanas *Cosmopolitan* e *Mademoiselle*, conta o que as mulheres modernas esperam do casamento. Para dar conta desse recado, ela entrevistou dezenas de esposas que, por tabela, ensinam você a driblar os problemas que mais balancem o relacionamento.

O QUE AS ESPOSAS ESPERAM

O casamento que a mulher de hoje quer é aquele em que ela e o marido possam trocar idéias e se incentivarem mutuamente. “Em vez de prender, o casamento moderno reforça nossa coragem e nosso gosto por aventura. E uma vez que não queremos ser vistas como o ‘sexo frágil’, ele nos incentiva a exceder nosso potencial”, escreve Mandi. Realização sexual para as mulheres modernas também não depende só do marido, pois, segundo a escritora: “Pesquisas revelam que as esposas que se masturbam desejam e gostam mais de sexo do que aquelas que não se masturbam, o que prova seu poder como um afrodisíaco bastante eficaz.”

GUIA DA SOGRA

Muitos casamentos chegam ao fim por conta das picuinhas entre noras e sogras. Para fugir dessa regra, fique atenta às dicas da escritora Mandi Norwood:

- Tente entender os valores dela e se lembre de que todas as famílias são difíceis.
- Não faça ultimatos a seu marido, tente resolver sozinha os problemas de convivência entre vocês duas.
- Converse com ela com calma e tranquilidade, esforçando-se para ser bem-humorada.
- Deixe-a perceber que você se importa com ela. Não esconda da sua sogra que, se não fosse por você, seu marido nem lembraria do aniversário dela.

Melhor hora para fazer sexo

Nas dezenas de entrevistas que fez para escrever seu livro, Mandi pediu para que as mulheres, todas casadas, comentassem o melhor dia e horário para transarem. Ela chegou ao seguinte termômetro, que aponta sexo...

... **QUENTE:** sábado à tarde, sexta-feira à noite e domingo de manhã.

... **MORNO:** começo da noite, dias de semana de manhã, noites de sábado e domingo.

... **FRIO:** meio da madrugada e noites de dia de semana.

NOS MOMENTOS DE BRIGAS

■ **LEMBREM-SE DE QUE VOCÊS SÃO IGUAIS:** não se desvalorizem mutuamente por-

que um ganha mais do que o outro, por exemplo.

■ **NÃO BRIGUEM POR TUDO:** “Quando me sinto irritada, me pergunto: ‘Isso é realmente importante?’. Agora, eu só brigo quando é realmente importante”, ensina Mandi.

■ **SE VOCÊ NÃO PODE SER POSITIVA, SEJA NEUTRA, ACONSELHA A ESCRITORA, QUE CONTA COMO COLOCA ISSO EM PRÁTICA:** “Uma coisa que aprendi com meu marido que sempre faz isso: no calor de uma briga, chego perto dele e digo: ‘Não concordamos em relação a esse assunto, mas quero que você saiba que eu te amo demais’”.

Malu 23

"Mudei minha vida por causa do meu marido"

Ana Paula Padrão, que trocou a Globo pelo SBT, garante que fez tudo por amor ao economista Walter Mundell

Aos 39 anos, a jornalista Ana Paula Padrão está feliz da vida! Depois de cinco anos no *Jornal da Globo*, ela assumiu o desafio de fazer do jornalismo do SBT um dos melhores da tevê brasileira. E sobra felicidade na vida pessoal: ela está casada há três anos e meio com o economista Walter Mundell (51 anos), e planeja ter um filho. Ana Paula assumiu o horário nobre da emissora de Silvio Santos e, desde o último dia 15, está no comando do *SBT Brasil*, que vai ao ar diariamente, às 7h15 da noite. Nessa entrevista à repórter Eliane Calixto, a jornalista falou de tudo, do casamento, da vontade de ser mãe e ainda contou os segredos de sua beleza!

UMA MULHER REALIZADA: "Claro que eu me considero assim! Mas estou sempre procurando uma coisa nova: tenho uma gaveta cheia de projetos..."

SONHO DE SER MÃE: "Eu tentei muito! Fizemos vários tratamentos que não deram certo! Passei por um aborto, que foi uma experiência bastante difícil e complicada! E agora, não estou fazendo nada: não evito, mas também não estou procurando tratamentos, pois esse tipo de tratamento é emocionalmente muito pesado. E engravidar não pode ser mais importante do que a nossa felicidade

como casal. A gente já é feliz junto. Filhos seriam um plus, mas se não vier, tudo bem. Acho que daqui a alguns anos, se fizer falta, a gente pode pensar em adotar! Agora, não é o caso. A gente pensou em engravidar porque vou fazer 40 anos no final do ano e adoção pode se fazer em qualquer idade."

PAIXÃO PELO MARIDO: "Acredito que o destino a gente faz! Me preparei muito para encontrar uma pessoa como o Walter. Eu fiz por merecer um homem como ele. Cuido dessa relação: mudei minha vida por causa dele, dessa relação...Tem que cuidar todo dia!"

A vez do maridão falar: "ELA É A MULHER DA MINHA VIDA"

Ana Paula e Walter Mundell se conheceram durante uma reportagem que ela fez para o *Jornal da Globo*. Desde então, o economista não tirou mais a jornalista da cabeça. Dois meses e meio depois, já estavam casados. A vida pessoal pesou muito na hora de Ana Paula decidir

sair da Globo. "Essa é a melhor coisa que podia acontecer, pra ela, pra mim, pra nossa vida. Foi maravilhoso! Um dia, a gente sentiu que não podia deixar o tempo passar, que precisávamos ter mais tempo pra nós dois! Ela é a mulher da minha vida."

Texto e entrevista de Eliane Calixto

Walter Mundell

6 Malu

SEGREDO DA BELEZA:

"Acho que é filtro solar, deve ser (risos). Mas acho que a felicidade reflete muito! Estou numa fase muito feliz. Não tenho muito cuidado com a minha alimentação, não! Só passo filtro solar e tremo para a área dos olhos: é a única coisa que eu faço (risos). Eu nunca faço exercícios, eu sou uma preguiçosa! (risos)."

Malu, 25 de agosto de 2005, p. 6

Você tem osteoporose?

As mulheres têm mais chances de desenvolver a doença: comece a se prevenir logo!

Cerca de 30% das mulheres vão sofrer de osteoporose quando chegarem à menopausa. "A doença está ligada ao hormônio estrogênio. Enquanto a mulher estiver menstruando, tem uma proteção extra, mas, quando entra na menopausa, fica vulnerável", explica José Knoplich Júnior, reumatologista, autor do livro *Prevenindo a osteoporose: orientações para evitar fraturas*. Mulheres que retiram o útero ou o ovário por algum problema de saúde, mesmo que sejam novas, e até as que tomam anticoncepcionais que inibem a menstruação, também estão sob a mira da doença. "Se você fica um ano sem menstruar, seja por causa de alguma doença ou medicamento, seja porque pratica muito exercício, como é o caso das atletas, vai ter problema de osteoporose", alerta Knoplich.

Para fortalecer os ossos

Segundo o reumatologista, as medidas preventivas contra a osteoporose devem fazer parte da rotina das mulheres desde a juventude. Portanto:

- Tome sol diariamente, mas só nos horários adequados: antes das 10h da manhã e depois das 16h, senão, você pode desenvolver um câncer de pele. Os raios solares colaboram com a produção da vitamina D, que fixa o cálcio no organismo.
- Faça exercícios regularmente para fortalecer os ossos.
- Beba muito leite, pois, se-

gundo o reumatologista, é a única fonte natural de cálcio em quantidades satisfatórias. "O leite tem que ser enriquecido com vitamina D", orienta ele. Quem não gosta de leite deve ingerir derivados como iogurte e queijos. Já as pessoas que têm intolerância ao leite só têm uma saída: tomar suplemento de cálcio e de vitamina D. "Não há outro jeito porque leite de soja não contém cálcio e as verduras e legumes têm cálcio em quantidade muito baixa", afirma Knoplich.

- Cuide-se para menstruar regularmente.

TRATAMENTO DURA PARA SEMPRE

Se o seu osso começa a enfraquecer é sinal de que você já está no estágio conhecido como osteopenia. Nessa fase, é preciso tomar medicamentos à base de substâncias chamadas bisfosfonatos. "Esses remédios são os mais adequados. Antigamente, as pessoas precisavam tomar um por dia, agora, eles já existem em doses semanais e a novidade é que, no mês que vem, chegarão ao Brasil bisfosfonatos ingeridos em doses mensais". O maior problema, se-

gundo o especialista, é que a doença evolui sem apresentar sintomas e as mulheres não costumam se prevenir. Sem tratamento, a osteopenia para a osteoporose é um pulo, e o primeiro sinal da doença é uma fratura no osso sem motivo aparente. "Atendi há pouco uma mulher que foi abrir a janela e fraturou o braço", conta Knoplich, que alerta: "Mulheres que estão perto dos 85 anos com osteoporose, quando fraturam o fêmur, têm que operar, e 20% delas acabam morrendo no ano da operação porque ficam de cama muito debilitadas".

O QUE EXISTE DE NOVO

A novidade no tratamento, para os casos mais graves da doença, é uma injeção com um hormônio da paratireóide, aplicada sob a pele diretamente no músculo. Para os demais pacientes, são indicados os medicamentos de bisfosfonatos, mais suplementos de cálcio e vitamina D. Alguns remédios são for-

necidos pelo Sistema Único de Saúde (SUS), porém, como são caros, a distribuição é irregular. "Infelizmente, os medicamentos disponibilizados costumam faltar e a osteoporose não pode esperar", constata Miriam Hagen, presidente da Sociedade Brasileira de Pacientes com Osteoporose (Sobrapco).

Consultoria: José Krieger, Jurek, neurologista, autor do livro Prevenção e osteoporose: estratégias para evitar fraturas, da Editora Rocco (00x11) 0806-7605. Marcin Pajon, presidente da Sociedade Brasileira de Osteoporose (SBOP), Fone (00x11) 255-986070 ou e-mail: marcin@sbop.com

Quem corre mais riscos?
Mulheres brancas, de estatura baixa, que não tiveram filhos e interromperam a menstruação têm mais chances de desenvolver a osteoporose.

Teste

SERÁ QUE VOCÊ ESTÁ NO GRUPO DE RISCO?

1- Seus pais já tiveram o fêmur quebrado depois de uma pequena queda?

Sim ()
Não ()

2- Você já sofreu alguma fratura óssea por conta de uma queda leve, sem importância?

Sim ()
Não ()

3- Alguma vez, você tomou remédios à base de cortisona por um período superior a 3 meses seguidos?

Sim ()
Não ()

4- Você sente que já perdeu 3 centímetros ou mais de altura?

Sim ()
Não ()

5- Você ingere bebidas alcoólicas em excesso?

Sim ()
Não ()

6- Você fuma mais de 20 cigarros por dia?

Sim ()
Não ()

7- Tem episódios frequentes de diarreia, resultantes de Doença de Crohn ou doença celíaca?

Sim ()
Não ()

Só para mulheres:

8- Você entrou na menopausa antes dos 45 anos?

Sim ()
Não ()

9- Antes de entrar na menopausa, você ficou sem menstruar por períodos superiores a 12 meses?

Sim ()
Não ()

Resultado

Se você respondeu sim a uma das perguntas pode estar propensa a sofrer de osteoporose. Quanto maior o número de respostas "sim" mais chances tem de desenvolver a doença. Nesse caso, é indicado que procure um médico para fazer exames e uma avaliação detalhada.

Só para homens:

10- Você já sofreu ou sofre de impotência sexual, falta de libido ou outros sintomas relacionados com baixos níveis do hormônio testosterona?

Sim ()
Não ()

Fonte: International Osteoporosis Foundation (www.osteobond.org)

Escreva para nós!

Dê a sua opinião sobre a revista!

Envie seu cupom para:
Caixa Postal 471 CEP 17001-970. Bauru/SP

Nome _____
Data de nascimento ____/____/____ Idade ____
Telefone (____) _____
Sexo ☐ Feminino ☐ Masculino
Endereço _____
Bairro: _____ CEP: _____ Cidade: _____
Estado _____
E-mail: _____

Na capa da *Malu*, você prefere quando a foto do artista é tirada:

- ☐ Com o artista pego de surpresa (flagra ou desprevenido)
☐ Quando o artista posa para foto
☐ Tanto faz

Você se sente mais atraída para ler sobre o artista se ele está:

- ☐ Feliz. Por quê? _____
☐ Triste. Por quê? _____
☐ Tanto faz

Pra você, qual mulher famosa tem a cara da revista *Malu*? _____

Você está: ☐ Casada
☐ Sozinha ☐ Separada
☐ Mora com alguém
☐ Namorando

Você tem filhos? ☐ Não
☐ Sim. Qual a idade deles? _____

MLS-165

Malu, 25 de agosto de 2005, pp. 24 e 25

Nossa capa

Fátima Bernardes, um exemplo para nós!

Tratado de Glória Pires/ Foto Agfaweb

Aos 42 anos, a apresentadora do *Jornal Nacional* Fátima Bernardes pode ser considerada uma mulher de sorte: casada há 15 anos com William Bonner; mãe de Laura, Beatriz e Vinícius, 7 anos; e uma profissional respeitada. E ela não vive cercada de empregados. Fátima faz questão de acordar cedo para preparar o lanche das crianças, de levá-las à escola, de almoçar com eles e ainda ajudá-los nas tarefas. Às 14h, entra no trabalho e volta para casa às 21h. Depois desse horário, o tempo é dedicado ao marido: eles saem para se divertir à noite.

CORPO DE BAILARINA

Dos 7 aos 20 anos, Fátima fez balé e chegou a dar aulas de dança numa escola do Rio de Janeiro, onde nasceu. Isso lhe deu um corpo bom, mantido com ginástica três vezes por semana. Nunca fez uma lipoaspiração nem plástica no rosto. Seu segredo é tomar muita água e nunca dormir com maquiagem. Não tem frescuras para comer: gosta de bife, arroz, feijão e salada.

SEGREDO DO SUCESSO

"O jornalista tem que passar uma mensagem, ele é um contador de histórias, então, deve ser expressivo, ter controle de seus gestos e na tevê tem que saber improvisar como os bailarinos", conta.

Casamento perfeito

O segredo do casal 20 da tevê é o respeito mútuo. "Eu o admiro profissionalmente", disse Fátima. Mas a boa parceria conjugal também pode ser explicada pela Astrologia: ela é virginiana e William escorpiano. Embora Escorpião tenha fama de gênio forte, vingativo e agressivo, quando encontra Virgem (famoso pelo sua teimosia), a coisa muda de figura. Com Virgem, Escorpião encontra a companhia certa para quem gosta de segurança, estabilidade e coisas práticas. A capacidade de organização e responsabilidade de Virgem são uma bênção para o escorpiano, que, por outro lado, entusiasma a virginiana com o seu poder de determinação. Brigas podem acontecer? Claro que podem, pois ambos não são muito de dar o braço a torcer. Mas é certo que fidelidade, cumplicidade e respeito sempre acompanham essa relação.

FATO MARCANTE NA PROFISSÃO

"Nas Olimpíadas de 1992, recebi a pauta sobre uma ginasta que fazia apresentações em navios. Aquela atleta (a ginasta romena Nadia Comaneci) tinha sido uma referência pra mim quando criança. Fiquei me colocando no lugar dela e achei muito triste uma campeã ter que fazer apresentações em navios. Quando fui entrevistá-la, ela estava bem e feliz. Aquela era a primeira entrevista que ela podia dar sem a presença de um tradutor. Vi que ela era uma vitoriosa. E fiquei muito emocionada com a história de vida dela".

Fátima adora sair com o marido para se divertir

Malu de 15 de setembro de 2005, p. 6

Beleza

Maquiagem das apresentadoras da tevê

O que os maquiadores fazem para elas ficarem ainda mais bonitas!

Base, pó, blush, rímel, batom.... O que será que as celebridades usam no dia-a-dia? Os segredos são revelados pelos próprios maquiadores das estrelas. Eles, que são responsáveis por deixar as famosas ainda mais deslumbrantes no vídeo, contaram tudo o que usam na hora de se maquiar! Preste atenção que, fazendo algumas adaptações, você também pode tentar em casa!

ELIANA

Avenilson Moreira é responsável pela maquiagem da apresentadora Eliana há quatro anos. Ele é quem faz a loirinha brilhar ainda mais, cada vez que entra na telinha da Record.

MARCAS USADAS: "Uso produtos importados, principalmente da linha Mac (canadense). Mas a base, gosto da marca Iman, que vem dos Estados Unidos". Segundo Avenilson, Eliana tem uma pele normal, então, não precisa preparar o rosto antes para receber a maquiagem. "Já vou direto na base e no pó! Mas quando necessário, lanço mão de um corretivo da Lâncome", explica.

PONTO FORTE DA MAQUIAGEM DA ELIANA: "Uso bastante rímel preto, delineador marrom e sombra marrom", ensina Avenilson.

TRUQUE DO MAQUIADOR: "Gosto da sombra molhada porque dura mais. Vou esfumando nos cantos dos olhos".

TOQUE FINAL: "Como abuso da maquiagem nos olhos, a boca tem que ser natural, por isso, uso batom cor de boca mesmo", complementa o maquiador.

8 Malu

Angélica

Na Globo, quem é responsável por deixar Angélica ainda mais bela, todos os dias, é o maquiador Ricardo Sartori.

Malu, 15 de setembro de 2005, pp. 8 e 9

LUCIANA GIMENEZ

"Estou com a Luciana desde que ela voltou ao Brasil (há seis anos)", conta Sérgio Vicentin, maquiador da apresentadora que encanta a todos na Rede TV!.

CORES PREFERIDAS: "A pele da Angélica pede um pó de tom médio, e não usamos blush, temos a preferência de utilizar um pó mais escuro para realçar mais o maxilar. E para a boca utilizamos um gloss, sempre de tom rosado, puxando para cores um pouco mais claras", ensina Sartori.

TRUQUE DE MAQUIADOR: "Como ela possui olhos claros, sempre coloco uns cílios postiços com bastante rímel para valorizar bastante os olhos, apesar de ela não possuir olhos pequenos."

QUANDO USAR ESSA MAQUIAGEM: "Ela deve ser usada para pele de tons médios e especialmente para a televisão. Se fosse para usar de dia ou à noite, ela precisaria de algumas mudanças: por exemplo, eu não usaria os cílios e passaria menos rímel para o dia. Para a noite, eu já teria que utilizar uns tons mais fortes", completa o maquiador.

Foto: Renato Rocha Miranda/Boa Foto

MARCAS USADAS

"O tom básico da Luciana é o vermelho. Ela gosta de usar um batom dessa cor em qualquer ocasião e, como ela é morena, fica deslumbrante!", diz ele.

MÁRCIA GOLDSCHMIDT

"A base é terracota da Guerlain (marca americana). Uso esse tom quando ela está com a pele mais bronzada. Senão, prefiro um tom mais natural, da Mac. Nos olhos, uso sombra marrom e rímel preto Christian Dior. Na boca, vermelho cereja da Stila (marca americana). Mas, às vezes, a Luciana também usa um vermelho mais queimado, de O Boticário", diz Vicentin.

TRUQUE

"Para deixar a cor mais viva e dar mais durabilidade à maquiagem dos olhos, uso o pincel umedecido em água para espalhar a sombra. E se ela está com alguma espinhazinha, passo um corretivo", finaliza o maquiador.

HEBE CAMARGO

A supervisora geral de maquiagem do SBT, Maria Aparecida Pereira, deixa os apresentadores e artistas da emissora com um visual ainda melhor. Conhecida como Cida, ela conta que Hebe Camargo cuida da pele no salão Jacques Janine, em São Paulo, o mesmo frequentado pelo empresário Silvio Santos. Lá, a apresentadora faz sua limpeza de pele semanal e sua maquiagem para o dia-a-dia. Mas os retoques são dados no SBT por Cida e seus assistentes.

Foto: Samir Bagatela

MARCAS USADAS: "A Hebe usa produtos da linha Slinic (marca francesa) e a marca canadense Mac. Mas usa ainda algumas maquiagens de O Boticário e da Phitodherme. Ela tem uma pele mista, oleosa e seca, então, ela faz limpeza no Jacques e quando chega aqui retocamos a base e o pó."

CORES PREFERIDAS: "Usamos os tons bege, marrom e terra, inclusive nos olhos, com a sombra e o delineador. A boca deixamos num tom mais natural e o batom cor de boca é o mais indicado para ela."

MÁRCIA GOLDSCHMIDT

Lazinho é o apelido carinhoso do maquiador da apresentadora Márcia Goldschmidt. É graças a ele que Márcia brilha na Band, apresentando o Jogo da Vida. Em 40 anos de profissão, 25 deles só de Band, Lazinho fez a beleza de grandes estrelas nacionais como Irene Ravache, Marília Gabriela, Silvia Poppovic, entre outras. Apaixonado pelo ofício, ele declara: "o maquiador tem a sensação de um pintor diante de uma tela viva".

CORES PREFERIDAS: Uso três tons de panstít, que é uma base cremosa. Para as olheiras, que ela tem pouco, uso um tom claro, sempre puxando para o bege e laranja. Uso blush também."

TRUQUE DE MAQUIADOR: "Pri-

meiro, passo no rosto todo um bronze, acrescento sombra clara meio brilhante, lápis verde e cílio postiço, posto um a um. Na boca, somente brilho."

MARCAS PREFERIDAS: "Mac e blush da Sisheido".

Foto: Divulgação

Malu 9

Malu, 15 de setembro de 2005, pp. 8 e 9

Dieta do Suco

Você pode eliminar até 7kg por mês

Texto de Larissa Rosseto

Só tomando muito suco para aguentar as temperaturas altas que vêm por aí e, se você puder emagrecer, melhor ainda, não é mesmo? Esta dieta de 1.000 calorias foi elaborada pela nutricionista Márcia Regina Dal Médico, do Spa Jardim da Serra, exatamente para isso: você consome muita fruta na forma de suco e perde até 7kg num mês. "É recomendado que essa dieta seja feita no máximo por um mês, pois ela se encontra abaixo das necessidades energéticas. Se persistir, o emagrecimento não será mais efetivo em virtude de ocorrer uma 'economia por parte do organismo'", alerta Márcia.

Pode beber com a comida?

"Não é recomendado o uso de líquidos durante a refeição segundo diversos autores, que relatam a dificuldade do processo de digestão", explica a nutricionista. Ela recomenda que você beba o suco entre 40 minutos e 1 hora antes ou depois das refeições.

Adriana Bombom não abre mão do suco: "Quando não dá tempo de comer torrada, eu pego um suco de tangerina ou duas bananas, porque sei que devo ter energia para malhar".

Segunda-feira

Café da manhã: 1 fatia média de abacaxi ■ 1 xícara (chá) de leite de soja ■ 1 pão francês sem miolo ■ 2 colheres (sopa) de queijo cottage

Lanche da Manhã: 1 lata de chá gelado light ■ 2 biscoitos cream cracker

Almoço: Salada feita com 1 prato de folhas verdes, 2 damascos e 3 colheres (sopa) de nabo ralado ■ 2 colheres (sopa) de arroz cozido com 1 colher (sopa) de ervilha ■ 1 filé médio de frango grelhado ao molho de manga

■ 1 taça de **salada de frutas** com uma colher (sopa) de chantilly light

Lanche da Tarde: 1 laranja média

Jantar: Salada feita com alface à vontade, 1 tomate médio e 3 palmitos ■ 2 fatias de pão de forma light ■ 1 fatia de peito de cheddar ■ 1 colher (chá) rasa de maionese light

Terça-feira

Café da manhã: 1 banana média ■ 1 xícara de chá de ervas ■ 2 fatias de pão de forma light ■ 1 fatia fina de queijo-de-minas light ■ 1 fatia fina de presunto magro

Lanche da Manhã: 1 copo (250ml) de **suco de melão com abacaxi**

Almoço: Salada feita com 1 prato de alface e almeirão, 3 colheres (sopa) de cenoura ralada e 1 kani kama ■ 1 ovo mexido com 1/2 tomate ■ 3 colheres (sopa) de purê de mandioquinha ■ 1 goiaba pequena

Lanche da Tarde: 1 pêra grande

Jantar: 2 pratos de creme de brócolis com carne ■ 1 taça de gelatina com iogurte

Quarta-feira

Café da manhã: 1 copo de suco de laranja com beterraba ■ 1 copo de iogurte de frutas light ■ 1 colher (sopa) de granola light

Lanche da Manhã: 1 copo de suco de mamão com cenoura (1/2 fatia média de mamão com 1/2 unidade pequena de cenoura)

Almoço: Salada feita com 1 prato de folhas verdes, 2 rabanetes e 2 colheres (sopa) de abóbora moranga cozida ■ 1 bife médio grelhado acebolado ■ 3 colheres (sopa) de risoto de alho-poró ■ 2 ameixas secas

Lanche da Tarde: 1 copo de suco de manga com maracujá (1 fatia média de manga e polpa de 1/2 maracujá)

Jantar: 3 colheres (sopa) de escarola refogada ■ 2 colheres (sopa) de abobrinha cozida com 1 colher (sobremesa) de milho ■ 1 panqueca de espinafre com ricota e molho ao sugo

Quinta-feira

Café da manhã: 1/2 mamão papaia médio ■ 1 xícara (chá) de leite desnatado com café ■ 1 broinha de fubá

Lanche da Manhã: 1 copo de suco de carambola

Almoço: Salada com 4 folhas de escarola e 2 colheres (sopa) de ervilha enlatada ■ 2 colheres (sopa) de purê de mandioca ■ 1 filé de pescada assado ■ 1 maçã média cozida com adoçante e canela

Lanche da Tarde: 1 fatia grande de melancia

Jantar: Sanduíche com 2 fatias de pão de forma light, 1 fatia de mussarela, 1 fatia de blanquet de peru, 1 colher (chá) de salsão, 2 colheres (sopa) de cenoura ralada, 1 colher (chá) rasa de maionese light, sal, alho, cheiro-verde, orégano ■ **Suco de limão** a gosto

Sexta-feira

Café da manhã: 4 damascos secos ■ 1 xícara (chá) de leite desnatado com 1 colher (chá) de achocolatado ■ 2 torradas integrais ■ 1 colher (chá) cheia de manteiga light

Lanche da Manhã: 1 banana-prata média

Almoço: Salada com alface, 3 colheres (sopa) de berinjela cozida e 3 colheres (sopa) de lentilha cozida ■ 2

colheres (sopa) de carne ensopada ■ 2 colheres (sopa) de arroz cozido ■ 1 taça de flan de mamão com calda de manga

Lanche da Tarde: 1 fatia média de melão ■ 1 fatia média de mamão

Jantar: Vitamina feita com 1 fatia pequena de mamão, 1 banana-prata pequena, 1/2 maçã média, 1 de copo de leite desnatado e 2 colheres (sopa) cheia de aveia em flocos

Sábado

Café da manhã: 1 copo de leite desnatado batido com 1/2 maçã ■ 1 fatia de pão de forma light com 1 colher (chá) de requeijão light

Lanche da Manhã: 1 taça de salada de frutas da sua preferência

Almoço: Salada com 1 colher (sopa) de grão-de-bico cozido, 2 colheres (sopa) de beterraba ralada ■ **Macarrão ao sugo** (1 pegador) ■ 1 fatia fina de lombo suíno ■ 1 taça de gelatina colorida com iogurte de frutas

Lanche da Tarde: 2 figos

Jantar: 1 prato de rúcula com 1 fatia fina de queijo minas ■ 1 filé de frango grelhado ■ 1 kiwi médio

Domingo

Café da manhã: 1 copo de suco de mamão ■ 1 pão francês sem miolo com 1 colher (sopa) de cream cheese light

Lanche da Manhã: 1 manga pequena

Almoço: Salada com 1 prato de acelga refogada, 1 tomate médio e 1 talo de aspargos ■ 1 filé grande de pescada grelhado com molho de alcaparras ■ 1 batata média corada

Lanche da Tarde: 1 copo de suco de acerola com laranja

Jantar: 1 omelete feito com 1 ovo, 2 claras, recheado com 1 fatia fina de queijo minas light e 1 colher (sopa) de ervilha ■ 1 laranja média

Aula de Português

Escreva e fale
cada vez melhor!

Consultoria de
Rita de Cássia Aria

Diminutivos interessantes

Cruz — Cruzeta
Farol — Farolete
Fio — Filete
Laje — Lajota
Ponte — Pontilhão
Verão — Veranico
Via — Viela
Palácio — Palacete

Adequar

É um verbo defectivo. No presente do indicativo, ele só é conjugado na primeira e na segunda pessoa do plural (nós adequamos/vós adequais). Por ser verbo defectivo, não possui presente do subjuntivo e imperativo negativo e o imperativo afirmativo só tem a 2ª pessoa do plural (adequai). Não existe, portanto, eu adequo, tu adequas, ele adequa... use outros sinônimos como: ajustar, adaptar, apropriar, etc.

A princípio e Em princípio

A princípio quer dizer: inicialmente; antes de mais nada.

Exemplo: "A princípio, eu precisava de mais informação a respeito da CPI".

Em princípio quer dizer: em tese.

Exemplo: "Em princípio, o jovem deve ser considerado inocente".

Sua alimentação

Diet ou light: bobeou, engordou!

Saiba como esses produtos podem trazer uns quilinhos a mais aos desavisados

Texto de Fabian Chacur

Freqüentemente recomendados para quem deseja perder peso, os produtos diet e light podem causar exatamente o efeito contrário. A explicação é simples. Muita gente pensa que, por o produto ser diet, ele não engorda, e não é nada disso. “Um chocolate diet, por exemplo, só não tem açúcar, mas normalmente possui as mesmas calorias de um comum”, alerta o nutrólogo (médico especialista em nutrição) Amaury Couto. Há aqueles que comiam uma barra de chocolate e a substituem por duas de cereais, sem perceber que, freqüentemente, acabaram ingerindo mais calorias, por exemplo. Uma regra para não cair nesse erro é ler atentamente a embalagem do alimento. Nela, são especificadas as quantidades de cada nutriente e é possível comparar as versões diet/light com as normais, como forma de saber as vantagens e os limites para cada uma. O consumidor busca o prazer sem culpa, e comete um erro ao consumir além do que deveria: é preciso ser mais consciente.

“Todo produto diet pode ser light, mas nem todo light pode ser diet”, alerta o especialista Amaury Couto.

Consumo que só aumenta

Segundo Amaury Couto, pelo menos metade dos consumidores leva algum tipo de alimento diet e light para suas casas, sendo que os mais consumidos são os leites longa vida e os chás prontos. Equivalem a opções mais saudáveis de alimentação que esbarram no mesmo problema gerado pelo consumo excessivo dos alimentos comuns. O ser humano atual leva uma vida muito mais sedentária. Com isso, nosso organismo precisa de menos calorias, é importante comer em menor quantidade, e com mais qualidade. Ou seja, o fundamental é saber se alimentar com bom senso e sem cair nos exageros. Dentro desse contexto, os alimentos diet e light só podem ser úteis.

Confusão

Muita gente confunde os dois tipos de produto. Basicamente, o diet é aquele em que um componente é totalmente restringido, como o açúcar ou a lactose, com o objetivo de ser consumido por diabéticos e alérgicos, por exemplo. Já os lights possuem uma restrição parcial de algum elemento, a partir de, no mínimo, 25%. “Todo produto diet pode ser light, mas nem todo light pode ser diet”, esclarece o especialista Amaury Couto. O diabético pode consumir alguns produtos light, desde

que os mesmos não tenham açúcar. Também é errado pensar que os diet são só para um público restrito, e que os light podem ser consumidos por todos. Há uma variação de caso para caso. “Para mim, o ideal seria que se adotasse por aqui a mesma classificação que ocorre nos Estados Unidos, onde abandonaram esses rótulos e partiram para a especificação da restrição existente em cada produto, como sugar free (sem açúcar) e low fat (baixas calorias). Ficaria muito mais fácil para as pessoas entenderem”, afirma o nutrólogo.

Malu 19

Malu, 27 de outubro de 2005, p. 19

Relacionamento

Golpe da barriga

Por que o plano de *Cristina*, de *Alma Gêmea*, na vida real, assim como na telinha, tem tudo para dar errado

Texto de Larissa Rosseto

Ameigera da novela das seis, *Cristina* (Flávia Alessandra) deu a cartada final para ficar com o amor da sua vida, *Rafael* (Du Moscovis): o famoso golpe da barriga. Depois de perder *Rafael* para a prima, no passado e, agora, para a índia *Serena* (Priscila Fantin), a vilã apelou para uma gravidez fora de hora na tentativa de segurar o homem. Para quem pensa que é só mais um capítulo da ficção, o golpe da barriga acontece, sim, na vida real, mas não costuma ter um final feliz. A terapeuta de família Cláudia Cacciu Fúria, do Instituto de Terapia de Família de Campinas (SP), comenta os riscos tanto para o casal quanto para a criança que nasce.

"Pense bem antes de dar um passo sem volta. Um casamento pode não ser para sempre, mas os filhos são para sempre", alerta a terapeuta

Cristina (Flávia Alessandra), de *Alma Gêmea*, conseguiu fisgar *Rafael* (Du Moscovis) com uma falsa gravidez.

Mulher insegura

Por trás do golpe da barriga, segundo a terapeuta, esconde-se uma mulher in-

segura, que deposita sua felicidade integralmente nas mãos desse homem. "Muitos motivos podem levar uma mulher a agir deste modo, entre eles, questões ligadas à baixa auto-estima. Mas o motivo principal pode ser a crença de que a ligação com um filho possa substituir ou reforçar o vínculo do casal", completa Cláudia.

Por que os homens cedem

Rafael cedeu à chantagem de Cristina em respeito à suposta criança que vai nascer, mas existem outros motivos que fazem os homens reatarem relacionamentos nessa situação. "Os principais são a responsabilidade, especialmente perante a sociedade, e também um eventual desejo de ser pai", revela a especialista. Como termina essa história, dificilmente se sabe, mas Cláudia acredita que a possibilidade de dar errado é maior. "Tudo vai depender do tipo de vínculo que exista entre o casal. Mas, se for uma relação apoiada apenas na responsabilidade diante da gravidez, são grandes as chances de que não dê certo".

Os riscos para o filho

No meio dessa história, poucos casais param para pensar na criança que não pediu para nascer e fica no olho do furacão. Quando a relação dos pais não dá certo, muitas vezes, recai sobre o filho a culpa do fracasso. "Se os pais não tiverem uma boa relação, baseada na livre escolha, no afeto e no respeito mútuo, este filho pode ser muito prejudicado e, no futuro, sentir-se responsável pela infelicidade dos pais, e mesmo vir a ser responsabilizado pela união que não veio a dar certo", avisa a especialista.

Romance

Louca para casar

Cuidado: a ansiedade de encontrar sua alma gêmea pode deixar você sozinha

Texto de Larissa Rosseto

A Mirna (Fernanda Souza), de *Alma Gêmea*, bem que tenta arranjar marido, mas não consegue. Ela prepara quitutes maravilhosos, faz simpatias, paquera os amigos do irmão, mas acaba sempre sozinha. O desespero da simpática caipirinha para desencahar não deve servir de exemplo para mulher nenhuma, pois os homens percebem e dão o fora. Se você também está doida para encontrar sua alma gêmea e casar, o melhor é se inspirar no bom humor e na leveza com que a Mirna encara a vida. Quem dá o conselho é a escritora Rosana Braga, autora de livros sobre relacionamento como *Alma Gêmea*, *Segredos de um encontro* e *Amor: sem regras para viver*, da Editora Alaude.

Para não copiar

O desespero para arranjar marido é tanto que Mirna, quando sai de casa, já vai paquerando vários pretendentes ao mesmo tempo, na esperança de que pelo menos

um se interesse por ela. *"Não se pode fazer isso de olhar para todos os lados. A mulher não tem que ficar ligada a todos os homens, tem que se ligar nela mesma. Tem muita mulher que quer compromisso sério, mas fica com todo mundo por que quer tentar todos para ver se um dá certo. Ela pode até querer compromisso, mas, desse jeito, ninguém vai acreditar"*, avisa a escritora.

Para você se inspirar

Mesmo sozinha, Mirna não se deixa abater e é esse alto-astral da personagem que a torna tão especial, segundo Rosana: *"Ela não entra nessa de ficar sofrendo. Ela tem um desejo gostoso de encontrar alguém, mas*

Foto: Marcelo de Souza/Rede Globo

sua auto-estima não é baixa". Pelo contrário, o que a personagem mais sabe fazer é demonstrar suas qualidades, por exemplo, quando vai para a cozinha, onde prova seus talentos culinários. Mostrar o que tem de melhor dentro de si é a maneira mais eficiente de atrair sua alma gêmea. *"É quando você está tão bem consigo mesma que acaba atraindo o outro"*.

Mirna (Fernanda Souza) tenta de tudo para ver dessa vez se firma com Jorge (Marcelo Faria).

"Mais importante do que se perguntar se você está com sua alma gêmea, é se permitir viver, pois não existem relações erradas. Em todas elas, você deve se ajudar a melhorar e tornar seu par uma pessoa melhor também", aconselha Rosana

Em busca da tampa da sua panela

"Eu acredito que todo mundo tem uma alma gêmea, mas que nem todos vão encontrá-la, porque não estão preparados para isso. Estar pronta é saber se conhecer, pois se você está procurando alguém que seja uma alma gêmea à sua, tem que se observar e procurar melhorar o seu jeito de ser", aconselha a escritora. Ela alerta, ainda, que a ansiedade exagerada para desencahar só serve para atrair pessoas que nada vão acrescentar de bom à sua vida.

Malu 27

Malu, 3 de novembro de 2005, p. 27

Seus cabelos

Cortes belíssimos

Copie o estilo das famosas da novela *Belíssima* e entre de cabeça na moda

○ Texto de Adriana Serrano

Além de ser o maior sucesso, a novela *Belíssima* está trazendo muito bom-gosto para a telinha. Mas não poderia ser diferente: tratando de beleza, a novela tinha mesmo que fazer suas estrelas arrasarem no visual e ditarem o que está na moda. O estilista Cláudio Germano, da rede de cabeleireiros Jean Louis David, abre o jogo sobre os cortes e as cores que as atrizes da novela estão usando e ensina o que fazer para ficar igual a elas.

Diagramação de André Maccondes

Cortes

Consultoria: Cláudio Germano, estilista do salão Jean Louis David. Foto: (dex) 11/3002-4299

Claudia Raia

O visual de Claudia Raia, que interpreta a *Safira*, é para quem gosta de volume. Curto e com um tom degradado nas pontas, serve para quem tem cabelos lisos ou cacheados. "Precisa ser renovado a cada 45 ou 60 dias", diz o especialista.

Cláudia Abreu

Romântica mas também forte, *Vitória* usa um corte desfiado em degradê com franja no mesmo estilo na altura dos olhos. "Mesmo com a franja, o cabelo ganha leveza ao ser desfiado também por dentro", diz Germano.

Foto: Tony Andrade

Foto: AgNews

Fernanda Montenegro

"É um corte clássico e chique assim como a *Bia Falcão*", afirma Germano. É feito um degradê aberto em cima e fechado na parte baixa da nuca para dar volume. Para ficar com esse aspecto, precisa ser feita escova e usado um fixador.

Foto: AgNews

Leticia Birkheuer

O corte adotado por Leticia para viver a *Érika* é ideal, segundo o estilista, para ser usado por quem quer um look moderno sem abrir mão dos cabelos longos. Serve para quem tem cabelos lisos ou levemente ondulados.

Foto Renato Rocha/Marcia/Pedro Góes

Cor

Glória Pires

Júlia usa um tom escuro mel nos cabelos, com tiras de reflexo dourado que dão luminosidade ao penteado. Nada mais glamoroso para a protagonista da história. "A cor é perfeita para pele não muito clara, como a dela", diz Germano.

Foto Tony Arcade

Mônica Torres

Moderna e ousada, a produtora Karen tem tudo a ver com a cor de cabelo que usa. Trata-se de um tom louro acobreado, que ficou com aspecto de ruivo natural. "Para manter a cor com brilho e os fios saudáveis, são necessárias hidratações frequentes", lembra o estilista.

Vera Holtz

O visual da *Ornela* é muito bem cuidado, numa mistura de cores que ficou linda. Além do tom louro dourado em todo o cabelo, foram feitos reflexos em degradê, que vão do louro na raiz a uma cor bem mais clara nas pontas. "É ideal para peles claras ou bronzeadas", afirma o especialista.

Foto Zé Paulo Cardozo/Pedro Góes

Escovas Prada Pro, que oferecem maior firmeza e versatilidade para alisar os fios. (0xx11) 3371-9599

Linha Kid +, com acessórios infantis, da Pentes Gaspar, com saboneteira, pente e porta-escova de dentes. (0xx11) 3741-0220

Creme iluminador com filtro solar, da Amend Luminous Intensity, com micropartículas de brilho que iluminam os cabelos. 0800 197473

Escova de cabelos Tatha Beauty, da Pentes Gaspar, para dar a cabamento em cabelos finos e longos.

Straight Hair, da K.Pro, um creme de proteção térmica quando se usa o secador. (0xx11) 3168-3969

Shampoos da Linha Korai Hair, com ativos que conferem suavidade e maciez aos cabelos. (0xx11) 5096-4719

Fotos Divulgação

Novidades para você

Escovas Bio Ionic, que controla o frizz, ajuda a selar as pontas duplas, hidrata e condiciona. (0xx11) 3073-0058

Gel Fixador do Cebolinha, da Betulla Cosméticos, com aloe vera, que forma um filme protetor nos fios. 0800 0197366

Secador com ions, da G.A.M.A Italy, que emite ions negativos que nutrem e revitalizam os cabelos. 0800 7708511

Linha Natura UVplant para os cabelos contém manteiga de manga, extrato de água de coco e filtro solar. 0800 7045566

Sexo sem compromisso

o Texto de Márcio Mello

Em *Belíssima*, Ornella (Vera Holtz) passou boa parte do tempo querendo transar com Mateus (Cauã Reymond) sem qualquer vínculo afetivo. No entanto, nas últimas semanas, Ornella já engatou um namoro sério com o garoto de programa. E na vida real, será que vale a pena esse tipo de experiência?

Apenas sexo

O primeiro passo para você não se machucar nessa história é ter a certeza de que está preparada emocionalmente para esse tipo de prática sexual. Nesse caso, não é indicado o misto de emoção e fantasia, imaginando que do sexo sem compromisso pode surgir uma relação estável, firme e de bases sólidas para planos futuros. "Isso acontece muito com a mulher porque ela tende a agir com a emoção", revela a sexóloga carioca Célia Pabst.

Um conselho: aproveite!

O próprio nome já diz: é sexo sem compromisso. Ou seja, nada de imaginações férteis e muito menos achar que ele pode ser o seu príncipe encantado, esperado por longos anos. Claro que toda regra tem sua exceção, porém, todo cuidado é pouco, ainda mais quando entram sentimentos. "O indicado é curtir esse sexo, aproveitar (ao máximo) todos os prazeres e complementos que ele pode oferecer", aconselha a especialista. Algumas mu-

lheres já procuram parceiros extras para apenas saciar o seu prazer, sem terem de abdicar do casamento longo e estruturado. "Isso é comum. A mulher mudou. Assim como os homens, elas aprenderam a buscar somente o prazer", destaca Célia.

Nada de expectativas

Use todo o poder de fantasia apenas para aquele momento da cama e da troca de intimidade. "Essa é a melhor forma de não se machucar com tal experiência. Nada de expectativas! Esse é o modo ideal de lidar com esse tipo de situação", diz a sexóloga. "Nada de vergonha também porque sexo sem compromisso ocorre em qualquer faixa de idade, independe de classe social ou nível de instrução. Acima de tudo estão a sua individualidade, vontades e prazeres", avisa a especialista.

Coloque um pouco mais de sabor na sua vida...

... misture com muita feminilidade...

... e acrescente fé!

Revistas da Editora Alto Astral.
O melhor conteúdo ao seu alcance!

Nas bancas!

Malu, 16 de março de 2006, p. 11

Derreta 1,5Kg em

Para conseguir esse milagre, você deve seguir este regime

O cardápio elaborado pela médica ortomolecular e nutróloga Tamara Mazaracki, do Rio de Janeiro, tem cerca de 1.000 calorias e foge dos carboidratos, priorizando as proteínas, vegetais e frutas. Mas atenção: essa dieta só pode ser seguida por dois dias para não correr o risco de ter fraqueza e de faltar energia para as atividades do dia-a-dia.

Dia 1

Consumo: 930 calorias

Café da manhã: 2 ovos quentes • 1 polenguinho light • 1 xícara de chá de camomila

Lanche da manhã: 1 copo de suco de melancia com 2 talos de aipo

Almoço: 1 bife grelhado • 1 prato (sobremesa) de salada de tomate e palmito

Lanche da tarde: 1 taça grande de gelatina light preparada com maçã picada

Jantar: 1 peito de frango grelhado • 1 prato (sopa) de legumes variados cozidos no vapor (abobrinha, tomate, couve-flor) • 1 xícara de chá de camomila

Ceia: 1 iogurte natural desnatado batido com 3 ameixas secas

Dia 2

Consumo: 990 calorias

Café da manhã: 2 ovos quentes • 2 rolinhos de peito de peru light • 1 xícara de chá de camomila

Lanche da manhã: 1 copo de suco de melancia com 2 talos de aipo

Almoço: 1 posta grande de peixe cozido com molho de tomate • 1 porção de brócolis no vapor

Lanche da tarde: 1 polenguinho light • 1 copo de mate light

Jantar: 2 fatias grandes de carne assada • 1 prato (sobremesa) de salada de tomate-cereja e palmito • 1 xícara de chá de camomila

Ceia: 1 iogurte natural desnatado batido com 3 damascos secos

Dicas valiosas

■ Tome pelo menos 8 copos de água por dia. Se preferir, acrescente algumas gotas de limão.

■ Se sentir muita fome, coma 1 taça de gelatina diet a qualquer momento do dia ou acrescente 1 polenguinho light ao seu cardápio diário.

■ São proibidos: pães, massas, arroz, batata frita ou cozida, feijões, ervilha, lentilha, milho, leite, refrigerantes, bebidas gasosas e alcoólicas, açúcar, doces, biscoitos, frituras, pipoca, folhas cruas e frutas ácidas. "Esses alimentos podem estufar o abdômen e devem ser evitados neste período. Para manter o resultado da dieta, eles devem ser consumidos com moderação nos dias seguintes", explica Tamara.

■ Tempere a salada e os legumes com limão, molho shoyu, molho de alho, flocos de

sidratados de salsa e cebolinha ou cebola.

■ O suco de melancia com aipo tem propriedade diurética, ou seja, elimina a água retida no corpo.

■ O iogurte batido com frutas secas auxilia o funcionamento intestinal, ajudando a manter a barriga sequinha. Se você preferir, pode substituí-las por 1/4 de mamão papaia.

■ O chá de camomila pode ser tomado a qualquer hora, de preferência ao natural, mas, se quiser, use adoçante. A bebida ajuda a diminuir a fome, já que tem ação relaxante sobre a musculatura do estômago.

Diagramação Marina Girof

Consultoria: Tamara Mazaracki, médica ortomolecular e nutróloga. Fone: (021) 2664-5079. Site: www.tamaramazacki.med.br

Foto: Albestock/Keystone

Foto: Rubens Cavella

2 dias

apenas por 48 horas

Textos de Adriana Serrano

Giovanna Antonelli está mais magra

Sete meses depois do parto do filho Pietro, Giovanna Antonelli recorreu à lipoaspiração para voltar a ter o corpo de antes da gravidez. Como engordou muito durante a gestação, a atriz, que faz diariamente exercícios, acompanhada de um professor particular, quis eliminar logo aqueles quilinhos que insistiam em não ir embora. Detalhe: durante os nove meses de gravidez, um dos passeios preferidos dela era comer em churrascarias.

Antes

Depois

Sucos poderosos

É difícil imaginar uma pessoa saudável que não goste de comer frutas. Elas melhoram o funcionamento de diversos órgãos do corpo humano, mas a pele, o intestino e o fígado são os que mais se beneficiam de uma dieta rica nesse tipo de alimento. "Quando o fígado e o intestino funcionam bem, conseguimos retirar do nosso organismo todas as impurezas e renovar as proteínas", afirma a nutricionista Jane Corona, autora do livro *Saboreando Mudanças: o poder terapêutico dos alimentos*, da Editora Senac Rio.

Comece bem seu dia

Segundo ela, começar o dia com um copo de suco é a melhor maneira de se consumir vitaminas energizantes, que darão fôlego e vigor para enfrentar a correria diária. No meio da tarde, eles também são importantes para recuperar as forças. "É muito melhor do que comer um biscoito ou tomar um cafezinho", orienta a especialista. Jane conhece combinações incríveis de frutas que podem fazer muito bem à saúde. Ela ensina algumas receitas especiais de sucos,

cada um com uma função específica:

Para prevenir a celulite

O suco tem que ter **abacaxi**, que é rico em bromelina, uma substância antiinflamatória, e gengibre, um ótimo diurético. Para eliminar as gorduras da dieta, a maçã é ideal.

Receita: Misture 1/3 de abacaxi, 1 maçã com casca e 1 pedaço pequeno de gengibre picado. Bata no liquidificador com água. Não coloque açúcar.

Para uma pele radiante

O suco garante um bronzeado bonito e ajuda a renovar as células. Também é bom para o funcionamento do intestino, já que garante doses de fibras e de vitaminas A e C.

Receita: Misture 1 maçã, 1 cenoura pequena e 2 talos de aipo e bata-os com água. Varie com um **suco de manga** com laranja.

Para o intestino funcionar

Esse suco reúne o poder de **várias frutas** e também é bom para aumentar a energia matinal.

Receita: Bata 1 banana e 1 maçã no liquidificador com 1 copo de água e 1 colher (sopa) de semente de linhaça. Para o suco ficar ainda mais energético, pode-se acrescentar uma colher (chá) de albumina, uma proteína extraída da clara do ovo e que pode ser encontrada comercialmente na forma de suplementos protéicos.

Para facilitar a digestão

Por sua alta porcentagem de celulose, o abacaxi ajuda a quebrar mais rápido moléculas grandes.

Receita: Misture 1/3 de abacaxi com 1/2 mamão papaia. Bata os ingredientes com água no liquidificador.

Foto: Seta Hancas

Foto: Alamy/Korydaz

Malu 17

Malu, 16 de março de 2006, pp. 16 e 17

Quer os cabelos de Juliana Paes?

O cabeleireiro da atriz, eleita uma das mulheres mais lindas do mundo, revela tudo para você!

↳ Texto e entrevista de Eliane Calixto

Foto: AgNews

O hair stylist Tiago Parente, 28 anos, do salão Fashion Clinic, do Rio de Janeiro, é quem cuida dos cabelos da atriz Juliana Paes, 27 anos, eleita como uma das cem mulheres mais lindas do mundo pela revista americana *People*. Além de Juliana, ele é cabeleireiro e maquiador de outras atrizes, como Carol Castro, Ellen Jabour, Preta Gil, Lavinia Vlasak, Sherron Menezes, Danielle Winits e Alinne Moraes. **Malu** conversou com Tiago para descobrir os segredos dos cabelos sedosos e brilhantes de Juliana Paes.

Diagramação: Mariana Groll

↳ O que ela faz nos cabelos:

"Juliana faz reconstrução capilar toda semana. A cada três meses, ela faz escova progressiva; luzes californianas (com as pontas queimadas do sol) a cada quatro meses; e agora também fez megahair."

Foto: Divulgação

Juliana Paes à vontade com o seu cabeleireiro Tiago Parente

↳ Produtos que passa nos fios:

"Ela gosta muito dos produtos da Sebastian e Phyto, como, por exemplo, o Laminates (shampoo e creme condicionador); e o Potion 9."

↳ Tipo de cabelo: "Os cabelos dela são secos e encaracolados, por isso, o melhor tratamento para se fazer mensalmente é o selador de cutículas e, junto, a escova de chocolate."

↳ Corte dela: "É desfiado e desestruturado para que encaixe perfeitamente com o megahair. Esse tipo de corte funciona com pessoas de traços fortes."

"Não faço dieta mas, nessa época, procuro comer alimentos integrais. Também procuro me alimentar a cada 4 horas e não tomar bebidas alcoólicas. Doces e refrigerantes estão proibidos, assim como carboidratos à noite. Faço uma suplementação alimentar com shakes de proteína à noite para ganhar um pouquinho de massa muscular", garante Juliana Paes.

Calendário de atividades da atriz

Musculação: todos os dias, de segunda a sexta-feira, com uma personal trainer (Valéria Santos), alterando durante a semana membros superiores e inferiores numa academia.

Treino aeróbico: segundas, quartas e sextas-feiras, com 30 minutos de corrida no calçadão; terças e quintas-feiras, aulas de hip-hop com 1 hora de duração.

Tratamento estético: segundas e quartas-feiras, drenagem linfática e sessões com um aparelho chamado manthus, que combate a celulite e a gordura localizada, realizando a queima da gordura.

"O selador de cutículas restabelece a estrutura dos fios através de um concentrado de queratina pura, proteínas e aminoácidos", explica Tiago Parente. Uma das vantagens do tratamento é o seu alto poder de penetração. As moléculas de queratina são inseridas na fibra capilar, onde as hidratações tradicionais não alcançam. O selador de cutículas é indicado para cabelos alisados, porosos, ressecados, desidratados e danificados pelo excesso de químicas e uso de secadores.

Plástica em 24 vezes

A medicina estética está mais acessível.
Saiba como se beneficiar dela!

Textos de Adriana Serrano

Foi-se o tempo em que utilizar os recursos da medicina estética para ficar bonita era coisa de gente rica. Junto com o desenvolvimento de novas tecnologias, o setor está se popularizando e já é comum o parcelamento do preço da plástica. Se você quer mudar o visual, a hora é essa!

Associados

Como os custos de uma cirurgia plástica são altos para os médicos, eles costumam dividir o pagamento do paciente em, no máximo, 3 ou 4 vezes. Mas muitos se associam a empresas que cuidam dessa questão: elas pagam a cirurgia à vista ao médico e depois cobram do paciente em muitas parcelas, de modo que ele tenha condições financeiras de realizar o procedimento. "Além de viabilizar e intermediar o parcelamento, essa instituição providencia o contrato da prestação do serviço, o agendamento junto ao hospital, a aquisição da prótese e a coleta de notas fiscais", afirma Arnaldo Korn, diretor do Centro Nacional de Cirurgia Plástica, que realiza esse tipo de serviço.

Qualidade

A plástica parcelada ainda dá a impressão a muita gente de que se trata de um procedimento de baixa qualidade. Korn garante, no entanto, que médicos gabaritados do setor, com larga experiência, e hospitais com boa infraestrutura de São Paulo e do Rio de Janeiro já estão aderindo ao financiamento. "O que está acontecendo é que a cirurgia plástica está chegando mais perto da realidade", explica. Para escolher o médico certo, Korn recomenda que você esclareça todas as suas dúvidas, verifique se o especialista está credenciado a alguma entidade médica (como a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica), converse com outras pacientes e não acredite em procedimentos milagrosos. "Se esses parâmetros forem respeitados, a chance de um insucesso é muito pequena", afirma.

Como funciona

Você procura a empresa, diz que quer fazer uma plástica e recebe a indicação de alguns médicos. Numa consulta, são discutidos os procedimentos da cirurgia e montada uma previsão de custos, que volta para a empresa intermediária, que calcula o preço total da cirurgia (médico cirurgião, assistente e anestesista, instrumentadores cirúrgicos, internação hospitalar, consultas e curativos pós-operatórios) e faz uma proposta de parcelamento. Confira:

Nariz: 24 parcelas de R\$ 160,37 cada

Face: 24 parcelas de R\$ 288,04 cada

Redução mamária: 24 parcelas de R\$ 197,74 cada

Prótese mamária: 24 parcelas de R\$ 253,79 cada

Prótese de glúteo (bumbum): 24 parcelas de R\$ 340,98 cada

Mais informações: Arnaldo Korn, diretor do Centro Nacional de Cirurgia Plástica. Fone: (0xx11) 3231-5757. Site: www.plasticaparcelsada.com.br

Antes

Depois ►►

A professora Eliane Korn, de 37 anos, ganhou um corpo novo com cirurgias plásticas parceladas: fez uma lipoescultura e colocou prótese no seio, além de corrigir problemas na pálpebra.

Correção sem bisturi

A cada dia surgem novas técnicas de estética capazes de corrigir, puxar, esticar e rejuvenescer. E o melhor é que muitas delas podem ser feitas no próprio consultório médico, sem necessidade de internação, anestesia e longos períodos de recuperação. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia, os procedimentos menos invasivos cresceram cerca de 30% entre 2004 e 2005, e a tendência de aumento continua. O cirurgião plástico Flávio Borges Fortes, da Clínica Borges Fortes, de Porto Alegre (RS), mostra como você pode ficar linda sem encarar o bisturi.

● Bioplastia

Essa técnica consiste na infiltração, na pele, de PMMA, substância que provoca uma reação biológica subcutânea aumentando a formação de colágeno e a proliferação de células de cicatrização. Ela atenua os sulcos entre as sobrancelhas e rugas ao redor dos lábios e da boca, define os contornos da maçã do rosto, da linha da mandíbula e dos lábios e aumenta o queixo e a espessura dos lábios.

Resultados

Durante um período de 40 a 60 dias, ocorre o preenchimento das regiões e o resultado fica evidente. "Preferimos esperar a reação dos tecidos e, após esse período, fazer nova aplicação complementando o resultado, se necessário", explica Fortes.

Para que são usados

● Toxina botulínica

Segundo Fortes, esse é o procedimento estético mais realizado no mundo inteiro nos dias atuais. A toxina botulínica é usada para corrigir linhas de expressão que se acumulam a partir da contração dos músculos da testa, da lateral da sobrancelha (os chamados pés-de-galinha) e do nariz. Também é usada nas rugas dos lábios (conhecidas como código de barras) e do pescoço.

Resultados

Os efeitos aparecem entre 48 e 72 horas após a aplicação, sendo sua duração média de aproximadamente 6 meses.

● Fios russos

São introduzidos fios denteados de polipropileno no tecido adiposo facial, que sustentam a pele e corrigem a flacidez.

Resultados

É utilizada anestesia local e o procedimento dura de 30 a 90 minutos. A paciente consegue retomar suas atividades em apenas 3 dias.

● Laser ou luz pulsada

É utilizada uma luz do espectro visível que ajuda no rejuvenescimento, manchas, acne e suas cicatrizes, irregularidades da pele e olheiras. Também retira pêlos indesejáveis do buço.

Resultados

É preciso realizar a técnica várias vezes, dependendo da intensidade do problema. "É um procedimento seguro, não forma crostas ou cascas e provoca apenas discreta vermelhidão no dia da aplicação", explica o cirurgião. A manutenção é feita com sessões anuais ou semestrais.

Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia, os procedimentos menos invasivos cresceram cerca de 30% entre 2004 e 2005, e a tendência de aumento continua.

Malu 11