

UM “FLERTE CONSERVADOR” COM O FEMINISMO NAS METRÓPOLES CONTEMPORÂNEAS: A ABORDAGEM DA REVISTA *MARIE CLAIRE* SOBRE ASSÉDIO SEXUAL E MACHISMO NO TRABALHO

A “CONSERVATIVE FLIRTING” WITH FEMINISM IN CONTEMPORANEOUS METROPOLIS: MARIE CLAIRE MAGAZINE’S APPROACH ON SEXUAL HARASSMENT AND MACHISM AT WORK

Recebido em: 10 de setembro de 2021

Aprovado em: 25 de novembro de 2021

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RCO | a. 14 | v. 1 | p. 143-160 | jan./jun. 2022

DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v1.2381>

Alessandra Leite *alessandraleite53@gmail.com*

Psicóloga pelo Centro Universitário Santo Agostinho (Teresina/Brasil).

Mestranda em Sociologia pela Universidade Federal do Piauí (Teresina/Brasil).

Gabriel Eidelwein Silveira *professor.gabriel@ufpi.edu.br*

Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/Brasil).

Professor na Universidade Federal do Piauí (Teresina/Brasil).

Ana Kelma Cunha Gallas *kelmagallas@outlook.com*

Doutoranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Piauí (Teresina/Brasil).

Professora do Centro Universitário Santo Agostinho (Teresina/Brasil).

Alany Fortaleza Sousa *alanysousa15@hotmail.com*

Psicóloga, especialista em saúde em alta complexidade pela Universidade Federal do Piauí. (Teresina/Brasil).

Ana Beatriz Damasceno Alves *anabtrzdamas@gmail.com*

Licenciatura em Educação Física pela Universidade Estadual do Piauí (Teresina/Brasil).

RESUMO

Este artigo aborda o tema publicações que circulam nas grandes cidades do Brasil, com matérias e pautas voltadas para o público feminino, com foco na revista *Marie Claire*. O objetivo deste trabalho foi interrogar como a *Marie Claire*, publicação voltada ao público feminino na contemporaneidade, tem trabalhado, em suas matérias, as demandas feministas. Para tanto, adotou-se, para análise da referida publicação na internet, a metodologia da pesquisa documental através da análise de conteúdo. No primeiro capítulo, analisa-se o assédio sexual em ambientes corporativos. No segundo capítulo, enfatiza-se as repercussões das ondas feministas na revista *Marie Claire*, destacando-se o perfil estreito (e excludente) de “mulher urbana” e “moderna” visado pela revista. Como resultados, concluímos que a revista *Marie Claire* parece entender parcialmente as demandas feministas, e a defesa da equidade de gênero é trabalhada paralelamente à discussão de desafios e problemáticas associadas à “mulher moderna” ainda às voltas com vários níveis de machismo. Apesar dos artifícios argumentativos utilizados pela publicação, ainda reproduzem alguns estereótipos de gênero, reforçados, ainda, pela segmentação de público proposta pela publicação, que elegeu como leitoras, mulheres das classes A e B, refletindo ideologicamente as demandas desta parcela da sociedade.

Palavras-chave: Feminismo. Assédio Sexual. Mulher Urbana Moderna. Revista *Marie Claire*.

ABSTRACT

This article addresses the topic of publications circulating in large cities in Brazil, with articles and agendas aimed at the female audience, with a focus on the *Marie Claire Magazine*. The objective of this work was to question how *Marie Claire*, a publication aimed at the female audience nowadays, has been working, in her articles, with feminist demands. For this purpose, the methodology of document research through content analysis was adopted to analyze the aforementioned publication on the internet. In the first chapter, sexual harassment in corporate environments is analyzed. The second chapter emphasizes the repercussions of feminist waves in the *Marie Claire* magazine, highlighting the narrow (and excluding) profile of “urban” and “modern” women aimed at by the magazine. As a result, we conclude that the *Marie Claire* magazine seems to partially understand the feminist demands, the defense of gender equity is worked in parallel with the discussion of challenges and problems associated with the “modern woman” still grappling with various levels of machismo. Despite the argumentative devices used by the publication, they still reproduce some gender stereotypes, further reinforced by the public segmentation proposed by the publication, which elected women from classes A and B as readers, reflecting ideologically the demands of this portion of society.

Keywords: Feminism. Sexual Harassment. Urban Modern Woman. *Marie Claire Magazine*.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo aborda publicações que circulam em grandes cidades do Brasil, com matérias e pautas voltadas para o público feminino, com foco na Revista *Marie Claire*. Observa-se tratar-se de uma revista que, ao mesmo tempo que pretende abordar temas de interesse da mulher contemporânea, dialogando com pautas do feminismo, ainda pressupõe, como viés social típico do seu público, a preservação de alguns estereótipos tradicionais quanto ao lugar da mulher na sociedade.

Marie Claire é uma revista que circula principalmente nos grandes centros urbanos brasileiros e possui uma linha editorial focado na “mulher urbana” e “moderna”, abordando e dialogando com temas a respeito do feminino e com pautas comuns ao movimento feminista. Entretanto, conforme Esteves e Simões (2010, p. 3225), o público-alvo de *Marie Claire* (assim como da Revista *Cláudia*) “é composto em sua maioria de mulheres das classes A e B, portanto as práticas discursivas nela apresentadas refletem ideologicamente as relações de poder dessa parcela da sociedade”, de forma que “a manifestação no texto é pela manutenção dessas relações”. Por isso – conforme a análise que se segue sugerirá – afirmamos que esta publicação, pretensamente progressista (urbana, moderna, etc.), “flerta” com uma certa visão de mundo conservadora.

Por sua vez, o Feminismo é uma palavra moderna. Apresenta-se como um neologismo, criado no Século XX, para designar um “novo movimento social” (TOURAINÉ, 1980), histórico, político e filosófico-epistemológico, que atua no sentido de, ao reconhecer as diferenças existentes entre homens e mulheres, garantir a equidade de direitos entre os sexos e os gêneros. Ao reivindicar que pessoas diferentes sejam tratadas não como iguais, mas como equivalentes (SCOTT, 1986), o Feminismo se tornou o parâmetro de várias transformações ocorridas no campo social nos últimos cem anos.

Ao longo do século XX, teóricas feministas e ativistas vêm discutindo sobre as diversas assimetrias existente entre os sexos e os gêneros; e evidenciando, como discorre Simone de Beauvoir na década de 1940 e 1950, que a experiência masculina tem sido privilegiada ao longo da história, enquanto a feminina é negligenciada e desvalorizada. (BEAUVOIR, [+1942], 1970).

Em “Segundo sexo: fatos e mitos”, Simone de Beauvoir propõe que a mulher é o não sujeito, é o Outro, o segundo. Tal condição de “Outro” determina-se não pela natureza, mas pela cultura, de modo a definir a experiência da mulher (CYFER, 2015). A mulher encontra-se determinada e diferenciada em relação ao homem, de maneira não recíproca, sendo considerada como inessencial, diante da figura masculina. Designa-se o homem como sujeito e absoluto, e a mulher como o Outro, sendo possível encontrar nas mais primitivas sociedades mitologias com tal dualidade de ser o Mesmo e o Outro. Enquanto indivíduo existente, a mulher percebe-se em um universo onde homens impõem uma condição de “Outro”, no qual

é reconhecido reciprocidade; a mulher torna-se objeto sem imanência, equivalente à repressão, de modo a transcender (BEAUVOIR, 1970).

As lutas decorrentes do movimento feminista tiveram muitas conquistas, as quais até hoje são percebidas e comemoradas. A inserção da mulher no mercado de trabalho é um grande exemplo disso, visto que, as mulheres vêm cada dia mais conquistando seu espaço. Em contrapartida, nesse mesmo ambiente ocorre manifestação da discriminação por sexo e gênero, no que se refere a salários menores que os dos homens, ainda que sejam mais escolarizadas e qualificadas. Dentre outras violações, ocorrem também desrespeito e assédio sexual e moral contra as mulheres no trabalho.

Criada no Final do Século XVII, a Imprensa Feminina teve, nos seus primórdios, a literatura como um de seus principais alicerces (BARROS, 2002), tendo a revista como seu veículo por excelência. A revista voltada para o público feminino desenvolveu, ao longo do tempo, características próprias tanto na estruturação do conteúdo quanto no aspecto da apresentação gráfica. "Revista é ilustração, é cor, é jogo, prazer, é linguagem mais pessoal, é variedade: a imprensa feminina usa tudo isso" (BUITONI, 1990).

Neste trabalho, serão discutidas publicações que circulam nos grandes centros urbanos brasileiros, com matérias e pautas voltadas para o público feminino: a revista *Marie Claire* (Editora Globo), publicada desde 1993, se autodefine como uma publicação que valoriza a capacidade intelectual das leitoras ("*Chique é ser inteligente*"). O slogan deixa claro o seu objetivo editorial – perfazendo seu diálogo conservador com o feminismo –, aproximando a dita superficialidade dos interesses meramente cosméticos à pretensão e à distinção (ser chique), associados historicamente à feminilidade, ao valor "inteligência", preocupando-se com temas de interesse para uma "mulher independente", conforme deixa apreender por meio de uma mensagem publicitária conhecida:

Ela se preocupa com a casa e com a educação dos filhos. Vê novela, adora cozinhar e quer tudo sempre organizado. Também trabalha, se diverte, vota com consciência e expõe suas opiniões com vigor. É uma mulher que se interessa por temas diferentes, como a vida e as idéias das drag-queens. Assim é a nossa leitora. Assim é a mulher Marie-Claire. Marie Claire. Chique é ser inteligente. (MARIE CLAIRE, 2002).

Entendendo o Feminismo enquanto projeto teórico e político, articulado com a pesquisa acadêmica e o ativismo histórico, político e filosófico-epistemológico (NARVAZ; KOLLER, 2006), este trabalho tem como objetivo investigar quais temas e abordagens são recorrentes na revista *Marie Claire*, enfatizando o tema do assédio sexual no trabalho, voltada para o público feminino.

Assim, neste artigo, interroga-se como a *Marie Claire*, publicação voltada ao público feminino urbano na contemporaneidade, tem trabalhado, em suas matérias, as demandas feministas. Assim, esta pesquisa

se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, adotando-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, voltada à revisão da literatura dos principais conceitos sobre feminismo, em relação com o eixo “Gênero”. Adota-se, para análise da referida publicação na internet, a pesquisa documental, uma metodologia qualitativa, realizando-se uma análise de conteúdo (BARDIN, 1977), a partir das edições da *Marie Claire* publicadas entre abril e maio de 2017, em sua versão online. A revista foi selecionada para esta análise devido ao seu repertório não estar concentrado (apenas) em matérias sobre beleza e relacionamentos. A partir destas metodologias, pretende-se sistematizar dados que evidenciem quais os principais temas discutidos pela revista *Marie Claire*, correlacionando com o percurso histórico do Feminismo.

As novas pautas enfocadas pela revista (como o assédio sexual, dentre outros), denotam de uma inflexão importante na linha editorial de uma revista tradicionalmente conservadora. Entretanto, de maneira geral, *Marie Claire* continua a se dedicar majoritariamente aos cuidados com o corpo e à maternidade, meramente intercalando novas pautas, visando atingir um público maior e mais diversificado, entretanto sem interesse de reflexões aprofundadas (DOLHER; MOREIRA, 2016), de modo a perpetuar os estereótipos tradicionais do papel feminino. Assim, evidencia práticas excludentes das mulheres, como as que dominam o feminismo hegemônico, de forma a contribuir para que mulheres que necessitam de conteúdos diferentes sintam-se ainda silenciadas e às margens (HOOKS, 2015).

2 O ASSÉDIO SEXUAL EM AMBIENTES CORPORATIVOS

O Feminismo é um movimento moderno, que surge a partir do contexto das ideias iluministas (1680-1780), com a Revolução Francesa (1789-1799) e Americana (1775-1781), reivindicando direitos civis, políticos e sociais, com ênfase inicial na luta sufragista, através da mobilização de mulheres de vários países. Com o desenvolvimento e a diversificação do movimento, este projetou-se em “ondas”, assimilando novas demandas e promovendo conquistas em relação a equidade de direitos entre homens e mulheres desde o final do Século XIX, ao longo do Século XX e início do Século XXI. Essas demandas incluíam desde a participação política, no que diz respeito ao direito de votar (primeira onda do feminismo), até as lutas pelo direito ao corpo e ao prazer, pela igualdade de gênero nas relações econômicas, e, especialmente, a ocupação de vagas no mercado de trabalho pelas mulheres, seguida, de perto, pela luta por salários iguais (segunda onda).

As lutas decorrentes do movimento feminista tiveram muitas conquistas, hoje celebradas e por cuja manutenção e desenvolvimento ainda se precisa lutar. A inserção da mulher no mercado de trabalho é um grande exemplo disso, visto que as mulheres vêm, a cada dia, conquistando mais seu espaço. Em

contrapartida, nesse mesmo ambiente ocorre manifestação da discriminação por gênero, no que se refere a salários menores do que os dos homens, ainda que sejam mais escolarizadas e qualificadas.

A desigualdade entre gêneros no trabalho é percebida, por exemplo, nos dados do IBGE (2011) apontando que mulheres ganham 28% menos que os homens, exercendo as mesmas funções. Segundo dados do IPEA (2009), enquanto o índice de desemprego de homens brancos é de 5,3%, de mulheres negras é de 12,5%, o que demonstra a maior dificuldade da mulher no momento de conseguir emprego e permanecer nele. (ANTUNES *et al.*, 2015).

Além dessa desigualdade verificada em relação aos salários, também é notável a incidência do assédio sexual. Este caracteriza-se como uma abordagem repetida de uma pessoa a outra, com a pretensão de obter favores sexuais, mediante imposição de vontade. Essa atitude pode ser clara ou sutil, pode ser falada ou apenas insinuada. Escrita ou explicitada em gestos; ou em forma de coação, quando é alguém promete promoção para a mulher; ou ainda em forma de chantagem profissional, quando advindo de alguém hierarquicamente superior na relação laboral, como também por colegas de trabalho, clientes e, inclusive, do empregador, para com as empregadas (BRASIL, 2009).

A intenção do assediador pode ser expressa de várias formas. No ambiente de trabalho, atitudes como "piadinhas", fotos de mulheres nuas, brincadeiras consideradas "de macho" ou comentários constrangedores sobre a figura feminina podem e devem ser evitados. Essa pressão tem componentes de extrema violência moral. À medida que coloca a vítima em situações vexatórias, provoca insegurança profissional, pela infligência, medo de perder o emprego, ser transferida para setores indesejados, perder direitos etc.

Ao se tratar do assédio sexual, um ponto que deve ser destacado é que isso não necessariamente se refere, em primeiro plano, à sexualidade, mas sim à relação de poder. Portanto, ocorre a naturalização da disponibilidade do corpo feminino, independentemente do local. Este fenômeno está entrelaçado às ideias do modelo patriarcal – entendido como o poder dos homens na subordinação das mulheres.

Coutinho (2015) classifica o assédio em três categorias: vertical ascendente, vertical descendente e horizontal, de acordo com as modalidades. O assédio vertical consiste naquele que é praticado por pessoas de níveis hierárquicos distintos envolvidos em uma relação trabalhista, ou que exista a subordinação. Assim, pode ocorrer tanto o assédio vertical descendente como o ascendente. O primeiro tipo de assédio, o vertical descendente, consiste em uma agressão que tem por sujeito ativo um superior hierárquico com o escopo de agredir/abusar o subordinado que, devido às relações assimétricas de poder, se submete a tais humilhações. É a utilização do poder de chefia para fins de verdadeiro abuso, seja do poder diretivo ou do poder disciplinar. Já o segundo, o assédio vertical ascendente, caracteriza-se pela

agressão realizada por um ou mais subordinados contra o superior hierárquico. A autora ressalta que no serviço público ocorre com os trabalhadores que, na maioria das vezes, já que possuem “estabilidade” no posto de trabalho, mas que a maior frequência é em empresas privadas.

O assédio horizontal é aquele praticado entre sujeitos que estão no mesmo patamar hierárquico, inexistindo entre eles qualquer relação de subordinação, sendo esta prática motivada pela busca de uma promoção, intolerância religiosa, conflitos éticos ou políticos, discriminação sexual, atração física, dentre outros. É cometido por colega de serviço, manifestando-se através de brincadeiras maldosas, gracejo, piadas, grosserias, gestos obscenos, apalpamentos, isolamento, podendo ser resultante de conflitos interpessoais, que acarretam em dificuldades de convivência, ou por competitividade/rivalidade para alcançar destaque dentro da empresa. O assédio horizontal é um fenômeno percebido entre os próprios colegas de trabalho, em razão da competitividade, discrepância salarial, inveja do trabalho realizado pelo colega, o qual pode vir a receber uma promoção, ou ainda pela mera discriminação por fatores raciais, políticos, religiosos e sexuais. Submetem o sujeito “incômodo” a situações de humilhação com comentários ofensivos, boatos sobre sua vida pessoal, e acusações que podem manchar sua imagem perante a empresa (COUTINHO, 2015).

Dentro do local de trabalho, o machismo é considerado um dos principais aspectos culturais que propicia a ocorrência do assédio sexual contra as mulheres. Pesquisa realizada com mulheres em seu local de trabalho mostrou que 70% das pesquisadas responderam que já identificaram ou passaram por situações de machismo no trabalho. Relataram como exemplo as situações de discriminação devido às questões da maternidade, por serem as mulheres mais cobradas do que os homens, assim como por “gracinhas” ditas por colegas (MINELLA; *et al.*, 2013).

Ribeiro e Silva (2015) ressaltam a forte presença do machismo ainda em nossa sociedade. Entende-se por machismo a atitude de prepotência dos homens relativamente às mulheres. Decorrente do Sistema Patriarcal, fundamentado na “divisão sexual do trabalho” (BOURDIEU, 1998; BRADLEY, 1989) e nas relações assimétricas entre homens e mulheres, o machismo é uma visão de mundo em que a “liderança” é apenas masculina. Engels (2009) cita o desmoronamento do direito materno, como a grande derrota histórica do sexo feminino em todo o mundo. Segundo ele, depois disso, o homem, além de substituir a filiação masculina e garantir o direito hereditário paterno, apoderou-se também da direção da casa; e a mulher viu-se degradada, convertida em servidora, escrava da luxúria do homem e um simples instrumento de reprodução. Outro fator citado pelo autor é a passagem do matrimônio sindiástico à monogamia, para assegurar a fidelidade da mulher, enquanto a infidelidade masculina era permitida.

O machismo constitui, portanto, um sistema de representação e de dominação que se utiliza de matrizes de pensamento essencialista, em que os papéis sexuais e de gênero são determinados biologicamente, sendo as relações decorrentes, entre homens e mulheres, hierarquizadas.

2.1 O ASSÉDIO SEXUAL NO TRABALHO NA PERSPECTIVA DA REVISTA *MARIE CLAIRE*

Ao correlacionar as temáticas publicadas na revista *Marie Claire* com as demandas dos movimentos feministas, analisamos os conteúdos das publicações na interseção de dois campos do saber: gênero e feminismo. Referindo-se ao marco das teorias feministas, elegeram-se como categorias de análise os temas correlacionados: “machismo” e “assédio sexual no trabalho”.

Observou-se *a priori* os direcionamentos editoriais de publicações que almejam, como público, mulheres independentes e com autonomia, que “equilibram” uma carreira de sucesso à vida familiar; essa sobrevivência obstinada das mulheres chama a atenção para o desequilíbrio das divisões das tarefas dentro e fora de casa (BEAUVOIR, 1970), de maneira a contrastar com a intenção editorial expressa anteriormente. Essa naturalização do trabalho doméstico, enquanto destino e condição da mulher, fez com que houvesse a associação de trabalhos domésticos à figura feminina, incluindo a maternagem, sem a distribuição de responsabilidade de maneira igualitária para ambos os sexos (DUARTE; SPINELLI, 2019). Desse modo, a dupla jornada pode caracterizar-se de forma insatisfatória, opressiva e desagradável, como possibilidade de prejuízos à saúde das mulheres (FRIEDAN, 1971).

No que concerne ao perfil, o enquadramento do público-alvo da revista, no aspecto sociocultural (mulher cisgênero, branca, heterossexual, de classe média-alta, moradora das zonas urbanas “privilegiadas”, principalmente nas grandes cidades brasileiras), apresenta-se excludente em relação a uma grande maioria da população feminina, de predominância negra e das camadas populares, habitantes das periferias. Está-se, portanto, por estas opções e vieses editoriais, excluindo-se a problemática de outras mulheres, como a mulher negra e pobre, a mulher indígena e a camponesa, a mulher trans e, de maneira geral, a mulher periférica, aquela que não participa da sociedade de consumo da mesma maneira que a mulher branca de classe média e média-alta e cuja problemática (social e existencial) e a visão de mundo – logo, temas de interesse – são diversos.

Tendo em vista esta mulher urbana, moderna e consumidora, a revista intercala os temas tradicionais de cuidados com o corpo e o relacionamento, com temas contemporâneos mais ligados ao feminismo, entretanto, sempre estimulando “a venda de algo, seja um cosmético, uma nova tendência para os cabelos, roupas e, até mesmo, um estilo de vida. São produtos voltados para consumidoras com grande poder aquisitivo, ou seja, o público de classes A e B” (OLIVEIRA; GARCIA, 2014, p. 32). Entretanto,

tal como argumentamos adiante, essa linha editorial, vinculada a uma visão feminista restrita à ideologia da “segunda onda” do feminismo, ainda enfoca uma pretensa mulher universal, que representa apenas a experiência social e de mundo da mulher urbana, branca e de classe média ou média-alta, logo, excluindo e invisibilizando a diversidade da mulher. É dizer: falta uma visão diversificada da experiência de mundo e dos vários lugares sociais das mulheres, inclusive uma visão interseccional.

Para que haja uma contínua construção do movimento feminista, há de se compreender como um movimento com pretensões de acabar com a opressão, a exploração sexista e sexismo (HOOKS, 2018). No início do momento, a partir do direcionamento do público-alvo do feminismo – visando, por exemplo, apenas mulher branca suburbana, dona de casa, a qual precisava empoderar-se a partir do acesso ao mercado de trabalho – excluiu-se a possibilidade da representatividade de parcela da população feminina, negra e pobre, habitante das zonas periféricas dos centros urbanos, a qual sempre trabalhou. Para estas, importava discutir pautas como o necessário equilíbrio entre as diferentes jornadas de trabalho, pois necessitam de alívio da situação da “dupla jornada”. Inclusive, desde o tempo da escravatura, mulheres negras já trabalhavam mais fora (e dentro) de casa do que as mulheres brancas (DAVIS, 1982).

A partir de experiências e reivindicações inobservadas pelo feminismo branco, Kimberlé Crenshaw elaborou o conceito de “Intersecção”, que se define por atribuir posicionamento e enfrentamento do feminismo negro para com as opressões advindas da sociedade cisheteropatriacal branca, abandonando a ideia de um feminismo global. A interseccionalidade possibilita a percepção dos pontos de colisão entre estruturas sociais (de classe, de raça e de gênero, por exemplo), a interação simultânea das vias identitárias, além do fracasso do feminismo em contemplar mulheres negras, já que reproduz o racismo (AKOTIRENE, 2019). Assim, a abordagem da revista *Marie Claire*, segundo nossa análise, não contempla a perspectiva da interseccionalidade, pois está restrita à visão do feminismo própria de seu público-alvo, pressupondo ideologicamente a validade universal da experiência de mundo da mulher urbana, branca, das classes A e B, consumidora, “chique”, “inteligente”, independente, etc.

A revista *Marie Claire* parece aproximar-se de posicionamentos defendidos pela geração de feministas após 1950, que tinham como bandeira a frase célebre de Simone de Beauvoir (“*Não se nasce mulher, torna-se mulher*”), que questionava a naturalização dos costumes a respeito da posição a ser ocupada pela mulher no campo social. De acordo com tal bandeira levantada, o gênero assume-se como um processo de autoconstrução e ambiguidade (BEAUVOIR, 1961).

Porém, observa-se que, embora estes aspectos da revista *Marie Claire*, que se posiciona a favor da ascensão feminina, e de suas tentativas de desconstruir a categoria “mulher” como um sujeito coletivo unificado que partilha as mesmas opressões, os mesmos problemas e a mesma história, ainda não

incorporaram de forma mais consistente as demandas próprias do Feminismo da Terceira Onda, que reivindica “a diferença dentro da diferença”.

O tema assédio sexual no ambiente de trabalho foi abordado pela revista em abril de 2017, após a ocorrência da denúncia da figurinista Susllen Tonani contra o ator global José Mayer. O tema foi amplamente debatido em uma matéria publicada no dia 04/05/2017, com o seguinte subtítulo: “Após campanha contra assédio, famosas pedem que mulheres não se calem”. No dia 11/05/2017, publicou, como reforço para o debate, o ensaio de reflexão crítica intitulado “Os últimos dias foram cheios de horror para os direitos da mulher”, situando o assédio sexual como uma decorrência do comportamento machista, cujas implicações não são apenas físicas e psicológicas, mas na própria imagem pública das mulheres, afetando as conquistas profissionais das mulheres vítimas dessa violência. Este tipo de assédio imputado ao ator foi caracterizado pela modalidade assédio vertical descendente, no qual Mayer, sujeito ativo, agrediu a Tonani, a qual esteve submetida tanto do cargo quanto das relações assimétricas de poder.

Ao relacionar a revista com assédio sexual no trabalho, observa-se que alguns autores, como Adriana Piscitelli, possuem trabalhos científicos realizando interface de publicações da revista *Marie Claire*. De acordo com Piscitelli (2010) a revista é destinada a um público feminino de classe média alta intelectualizado. *Marie Claire* é, até certo ponto, destoante entre as “revistas femininas” que circulam no Brasil, uma vez que se centra de atualidade que, geralmente, destacam as “diferenças”, dedicando, relativa e comparativamente, pouco espaço à moda, beleza e receitas de cozinha. Sistemáticamente as obras têm trazido citações referenciando a revistas temáticas em relação ao assédio sexual presente na vida das mulheres com pautas como a da edição do mês de julho, que anunciava a campanha “se eu disser não, é estupro”, com a atriz Cléo Pires nua na capa. Rodrigues (2016) estabelece a relação de entrevistas com artistas, enfatizando mulheres que passaram por algum tipo de assédio, inter-relacionando eventos que ocorrem com artistas, tal como referido em um artigo por Lana (2012): “o texto de *Marie Claire* narra um episódio na vida de uma mulher famosa”.

Denotando um senso de sororidade, a revista *Marie Claire* posicionou-se a favor da campanha “*Mexeu com uma mexeu com todas*”, desencadeada a partir da denúncia contra o ator global, ampliando, assim, a discussão sobre as lutas femininas e a conquista de espaço no mercado de trabalho pelas mulheres, relacionando a problemática do assédio à problemática do machismo. Garcia e Sousa (2015) definem Sororidade como:

Uma definição do que é Sororidade, a qual está relacionada às dimensões ética, política e prática do feminismo. A Sororidade, pela definição, é uma experiência subjetiva pela

qual as mulheres devem passar com a finalidade de eliminarem todas as formas de opressão entre elas. É, além disso, conscientizar as mulheres sobre a misoginia. É um 'esforço pessoal e coletivo de destruir a mentalidade e a cultura misógena, enquanto transforma as relações de solidariedade entre as mulheres'.

A Sororidade pode ser lida como uma solidariedade entre as mulheres, a busca pelo coletivo é que a mulher ocupe a posição de mulher militante, que saia em luta por uma revolução feminista, que pratique o feminismo por meio da Sororidade (MARQUES, 2013). Aquelas teriam experiências em comum que as fariam ter empatia com outras mulheres que passariam pela mesma situação de opressão (COSTA, 2009).

A reflexão adotada pela revista revelou uma aproximação mais ou menos tímida aos posicionamentos feministas, especialmente, na sua crítica aos fatores sociais que colaboram para a manutenção da desigualdade de poderes entre homens e mulheres, adotando posicionamentos formais a favor da igualdade de gêneros. Por outro lado, a revista não se implicou na discussão de quais comportamentos precisariam ser rompidos para que ocorresse uma mudança social e política para um maior "empoderamento feminino" (BERTH, 2019), especialmente, no que diz respeito à equidade de gêneros.

A ligação entre jornalismo e sociedade configura-se como uma via de mão dupla, de influência e dependência mútua, de modo a acompanhar as mudanças de situações e representações de cada época. Por tamanha plasticidade, a imprensa feminina e os veículos destinados a determinado público, eventualmente necessitem de uma atualização, para reinventar-se sempre que o momento pedir (LOBATO, 2013).

A necessidade de eventuais mudanças corrobora com a tentativa de atualização da linha editorial anteriormente citada, a partir da utilização (embora de maneira superficial) das pautas feministas. Deste modo, vemos que a intenção não é ser de maneira nenhuma uma revista feminista - isto é, uma revista de crítica social na linha da reflexão do movimento feminista -, suscitando grandes e profundos debates, em vistas de mudanças estruturais no *status quo*; e sim, ao contrário, evidenciar a sua capacidade atualização editorial de acordo com o momento, na busca de uma maior aderência por parte do público. A revista segue com sua matriz conservadora, para a qual a vida da mulher ainda se resume aos cuidados com maternidade, estética, afazeres domésticos e trabalho, alimentando estereótipos, com uma visão limitada sobre a ideia de feminismo, ainda que consiga pautar algumas das conquistas e ambições do movimento.

3 REPERCUSSÕES DAS ONDAS FEMINISTAS NA REVISTA MARIE CLAIRE

No tocante à proposta apresentada neste trabalho, a revista *Marie Claire*, mesmo apresentando alguns posicionamentos diante de algumas demandas conquistadas pelas mulheres na contemporaneidade, acaba por rejeitar outras, já que a revista não é voltada para a maioria do público feminino. Embora a linha editorial visualize teoricamente uma mulher dita “urbana”, “moderna” ou “contemporânea”, que trabalha e ocupa espaços na esfera pública, a revista não rompe essencialmente com a ideia de uma mulher que seja também e necessariamente mãe e esposa – e acima de tudo “feminina” –, estando aí uma de suas maiores e mais notáveis contradições.

O slogan adotado pela revista (“*chique é ser inteligente*”) reflete uma ressignificação do que é ser “chique”, antes, uma expressão que era associada a uma superficialidade dos anseios femininos, ligados a vaidade do corpo, consolidando em seu lugar, um discurso de caráter intelectual, filosófico e político que busca “romper os padrões tradicionais, acabando assim com a opressão sofrida ao longo da história da humanidade pelas mulheres” (GASPARETTO JÚNIOR, 2015). Assim, a *Marie Claire* procura se distanciar (em tese) das tradicionais publicações voltadas para o público feminino, as quais enfatizam determinadas pautas como moda e beleza, relacionadas à imagem de uma mulher objetificada (que é valorizada – sempre a partir do olhar/desejo masculino – só a partir de seu corpo belo, jovem, magro). Ao fazê-lo, *Marie Claire* enfatiza outro perfil de mulher, aquela que estudou, ascendeu profissionalmente, e tem ambições econômicas e políticas, mas *sem deixar algumas facetas de seu antigo papel*, apresentando recorrentes matérias sobre filhos, casamento, romantização dos afazeres domésticos e do trabalho. Logo, a revista enfoca uma suposta leitora que se pode qualificar como uma mulher urbana e “moderna”, mas de uma modernidade ideologicamente conservadora.

Durante a Primeira Onda do Feminismo, que se iniciou na Inglaterra, a primeira reivindicação a se popularizar foi o direito por voto, conferindo ao movimento o nome de “sufragismo”, posteriormente espalhando-se por vários países ocidentais, e ficando conhecido como “Primeira Onda” (LOURO, 1997). A Segunda Onda foi mais profunda, entrando em temas culturais e morais, e questionando os lugares de gênero. Segundo Bezerra, Lima e Eidelwein:

O movimento buscava uma nova forma de estruturação social, que rompesse com os papéis até então impostos a homens e mulheres, para que estes pudessem ser vistos como iguais, objetivando sempre o alcance de sua autonomia. Para isso, pregavam uma verdadeira transformação sociocultural, no intuito de que a mulher deixasse de ser vista como ser inferior e incapaz (BEZERRA; LIMA; EIDELWEIN, 2020, p. 400).

Muitas publicações voltadas para o público feminino ainda refletem as demandas da chamada Segunda Onda do Feminismo, centrando suas discussões sobre a desigualdade de gênero – assimetrias de poder entre homens e mulheres consolidadas histórica e socialmente no campo da cultura – centrando, muitas vezes, suas pautas em torno da sexualidade, do namoro, casamento, filhos, beleza e etiqueta, entre outros assuntos considerados de interesse “feminino”.

Os temas da Segunda Onda do Feminismo (1960 a 1980), cujo principal interesse era discutir a igualdade de gênero nas relações econômicas, combatendo a desigualdade entre homens e mulheres no campo profissional, especialmente as diferenças salariais, bem como, especialmente, a ocupação de vagas no mercado de trabalho pelas mulheres (PEDRO, 2008). As feministas constituintes da Segunda onda são descritas como rebeldes, com forte oposição ao patriarcado, revelando e abrindo um diálogo sobre integridade corporal, aborto e construção de gênero, expondo comportamentos violentos como abuso, incesto, estupro, pornografia, ainda sem deixar de lado as questões sociais (RODRIGUES; COSTA, 2010).

Não há divulgação sobre assuntos como estes na revista. Diante das análises realizadas, o que foi publicado atualmente – 22 de agosto de 2017 – são matérias bem específicas voltadas para um público independente, de classes urbanas, com títulos como “Emprego, carreira e propósito: em qual fase profissional você está?”. Observa-se que são títulos bem direcionados para mulheres que já têm o campo moldado para conseguir um emprego. Entretanto, não obstante tantas conquistas, há milhões de mulheres nas periferias das grandes cidades que estão desempregadas ou em condições de trabalho precárias, as quais, por razões estruturais diversas, não podem ser assimiladas pela sociedade de classes senão com subempregos ou em condições subalternas ou mesmo degradantes. Percebe-se claramente que o discurso da revista não representa nem pretende ter em conta a mulher periférica, nem como leitora tampouco como objeto de reflexão e análise.

No âmbito do Feminismo da Terceira Onda, reivindica-se “a diferença dentro da diferença”, as preocupações recaem sobre a desconstrução da categoria “mulher” como um sujeito coletivo unificado que partilha as mesmas opressões, os mesmos problemas e a mesma história. Em relação a este momento do movimento, é manifesto que a revista traz ainda aquela pretensa “mulher” universal (mas que na realidade reflete a posição social da mulher urbana, branca, potencialmente casada, das classes A e B), a qual trabalha, é independente, vaidosa e “antenada”. Não são características, no entanto, pertinentes a muitas outras mulheres, nem contempla assuntos de interesses compartilhados com as das camadas mais pobres (e com as mulheres negras da periferia), que constituem a maioria da população de mulheres brasileiras.

A revista *Marie Claire* utiliza de uma política de publicação voltada para mulheres de classe média-alta “intelectualizadas”. Reflete um lugar de fala que não se posiciona em relação ao feminismo contemporâneo, e sim aborda assuntos de cunho “feminino”, estando mais preocupada com a vida pessoal e profissional do que com família, afazeres domésticos, o corpo e seus contornos, a sexualidade heterossexual, a sedução, o casamento e a maternidade (SWAIN, 2001). A revista, em seu discurso, tem a pretensão de abarcar um público que fugisse do padrão, mostra-se inovadora, mas sua entrelinha está recheada de conservadorismo (BARROS, 2002). Nesse sentido:

O recorte específico na *Marie Claire* se dá pelo fato dela apresentar, supostamente, uma proposta arrojada que, à primeira vista, tenta subverter o conceito padrão que impera na maioria das publicações voltadas para o público feminino. Valendo-se do slogan “chique é ser inteligente”, ela tenta sugerir que suas abordagens destoarão da configuração ideológica dos demais produtos da imprensa do gênero (BARROS, 2002).

Como ilustrado acima, a autora apresenta que o discurso da revista não é tão transgressor quanto anuncia ser. Ela segue relatando que o arquétipo da mulher moderna veiculado é confuso e paradoxal, de modo a esbarrar em concepções tradicionais na revista, sendo frágil o conceito de “inteligência” apregoado pelas publicações analisadas da revista. Levando o conservadorismo além da sexualidade, é possível exemplificar pela forma servil que a mulher é pintada, inclusive as de melhor desempenho profissional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contemporaneidade, as discussões próprias do movimento feminista passaram a ser apropriadas e reconfiguradas pelos “dispositivos” culturais (FOUCAULT, 1976), entre elas as “revistas femininas”, como as comercializadas nos grandes centros urbanos brasileiros. Os discursos das revistas são marcados pela polissemia e discursos concorrentes, sendo que a assimilação dos avanços do feminismo se dá de diferentes e contraditórias maneiras. Observa-se que, nas últimas décadas, o Feminismo tornou-se múltiplo, abrindo espaço para demandas específicas das pluralidades femininas, sendo pertinente nos questionarmos acerca da concepção de “mulher” e do “feminino” pressuposto nas ditas “revistas femininas”.

A revista *Marie Claire* atende a certa demanda, informando que seu papel, enquanto publicação, é ajudar a sua leitora “a ficar por dentro do mundo da moda, a tirar proveito das novidades da beleza e a acompanhar as tendências em decoração [...]”. A defesa da equidade de gênero é trabalhada

paralelamente à discussão de desafios e problemáticas associadas à “mulher moderna” ainda às voltas com vários níveis de machismo.

Apesar dos artifícios retóricos utilizados pela publicação, ainda se reproduzem alguns estereótipos de gênero, reforçados, ainda, pela segmentação de público proposta pela publicação, que elegeu como leitoras, mulheres das classes A e B, refletindo ideologicamente a visão de mundo desta parcela da sociedade. Assim, a revista enfoca a mulher “urbana” e “moderna”, mas com um viés ideológico específico.

A partir desse viés, contempla apenas as mulheres bem inseridas no espaço urbano, as que frequentaram a universidade, possuem profissões e desfrutam da sociedade de consumo; excluindo-se, pois, através da invisibilidade e do silenciamento, a experiência social e as questões próprias da mulher habitante das periferias. Da mesma forma, a concepção de modernidade pressuposta para a mulher moderna é, evidentemente, a visão burguesa ou pequeno-burguesa, independente, “chique” e “inteligente” (ou ainda, na sua lógica: chique “porque” inteligente), estando excluída a visão de mundo da mulher periférica, proletária, banida do acesso ao consumo dos bens culturais das classes médias e altas (como a moda, as tendências, a indústria cosmética, etc.).

O tema assédio sexual, portanto, aparece descontextualizado de discussões mais amplas sobre as relações de poder próprias destas classes sociais, invisibilizando os fatores sociais, econômicos, culturais e políticos. Assim, a publicação reforça, com sua estratégia retórica e viés de classe, as relações de poder, conforme a visão de mundo própria das classes sociais priorizadas pela revista. A revista também se omite no que tange o assunto sobre a estrutura do patriarcado e a produção social da vulnerabilidade, etc., pois são abordagens que se diferem de sua ideologia e visão de mundo, a partir da escolha pela mulher urbana “burguesa” como seu público-alvo.

Não que pretendemos que uma publicação como *Marie Claire* abordasse apresentasse análises de tipo acadêmico ou político, em dia e em consonância com as pautas, a teoria e a epistemologia dos feminismos plurais contemporâneos. Entretanto, como vimos, a revista “vende-se” como vanguardista, na maneira de abordar as mulheres, sem, contudo, sê-lo. Até mesmo ao dialogar com o feminismo, o faz em geral com um tom de fundo marcadamente conservador. Por fim, ao circular nos grandes centros urbanos, espelha um modo de vida e uma visão de mundo, com assunções específicas sobre a “mulher urbana” e “moderna” e sobre os papéis de gênero, que são, no máximo, uma versão muito estreita e enviesada do que são e podem ser as mulheres urbanas contemporâneas em sua diversidade.

REFERÊNCIAS

- AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. São Paulo: Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. **Lisboa**: Edições 70, 1977.
- BARROS, A. C. N. **A inteligência chique da revista Marie Claire**. 2002. 72 f. Monografia apresentada à Banca Examinadora na disciplina Projetos Experimentais. Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.
- BEAUVOIR, S. **Na Força da Idade**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1961.
- BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- BEZERRA, F. M. E. G.; LIMA, H. L. B. P.; EIDELWEIN, T. O movimento feminista e a luta histórica das mulheres no Brasil. *In*: MACHADO, G. E.; FOLMER, I.; GOERCH, A. B. **Diversidade sexual e gênero: perspectivas e debates no séc. XXI**. Santa Maria: Arco, 2020.
- BOURDIEU, Pierre. **La domination masculine**. Paris: Seuil, 1998.
- BRADLEY, Harriet. **Men's work, women's work: A sociological history of the sexual division of labour in employment**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989.
- BRASIL. **Assédio moral e sexual no trabalho**. Brasília: MTE, ASCOM, 2009. Disponível em: <http://www.eletronorte.gov.br/opencms/export/sites/eletronorte/ouvidoria/assedioMoral.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2020.
- BUITONI, Dulcília. **Imprensa feminina**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- COSTA, S. G. Onda, rizoma e "sororidade" como metáforas: representações de mulheres e dos feminismos (paris, rio de janeiro: anos 70/80 do século XX). **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, v. 6, n. 2, p. 1-29, 2009.
- COUTINHO, C. M. **O assédio sexual nas relações trabalhistas: suas incidências e perspectivas**. Disponível em: <http://tcconline.utp.br/media/tcc/2015/09/O-ASSEDIO-SEXUAL-NAS-RELACOES-TRABALHISTAS-SUAS-INCIDENCIAS-E-PERSPECTIVAS.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2017.

CYFER, Ingrid. **Afinal, o que é uma mulher?** Simone de Beauvoir e “a questão do sujeito” na teoria crítica feminista. São Paulo: Lua Nova, 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452015000100003&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 25 ago. 2020.

DOLHER, T.; MOREIRA, R. Marie Claire e apropriação do discurso feminista: rupturas e manutenções. *In: ENCONTRO NACIONAL DA HISTÓRIA DA MÍDIA*, 4. 2016, Niterói. **Anais de congresso**. Niterói: Alcar, 2016.

DUARTE, G.; SPINELLI, L. M. Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. **Revista Sociais e Humanas**, Santa Maria, v. 32, n. 2, p. 128-129, jun. 2019.

FRIEDAN, B. **Mística feminina**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1971.

ENGELS, F. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado**. Joinville: Clube de Autores, 2009.

ESTEVES, F. C.; SIMÕES, D. M. P. Revistas femininas contemporâneas: a quem se destinam? **Cadernos do CNLF**, vol. XIV, n. 4, t. 3. UERJ: Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xiv_cnlf/tomo_4/3220-3232.pdf. Acesso em: 06 dez. 2021.

FOUCAULT, M. **Aula de 17 de março de 1976**. Em defesa da sociedade: curso no Collège de France. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GARCIA, D. A. *et al.* A sororidade no ciberespaço: laços feministas em militância. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 991-1008, 2016. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/1032/613>. Acesso em: 25 ago. 2020.

GASPARETTO, J. A. Segunda Onda Feminista. *In: SEMINÁRIO CETROS*, 6. 2018, Itaperi. **Anais de congresso**. Itaperi, 2018.

HOOKS, B. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Rev. Bras. Ciênc. Polít.**, Brasília, n. 16, pág. 193-210, abr. 2015.

HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

LANA, L. **Jornalismo De Celebridade, Interesse Humano e Representações Femininas na Contemporaneidade**. Porto Alegre: Sulina, p. 174-192, 2014. Disponível em:

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37277697/Jornalismo_de_celebridade__interesse_humano_e_representacoes_femininas_contemporaneas.pdf?Signature=oTTLPg8T9Xt6pEw32LtDjm9GQvU%3D&responsecontentdisposition=inline%3B%20filename%3DJornalismo_de_celebridade_interesse_huma.pdf. Acesso em: 20 ago. 2020.

LOBATO, M. L. M. A trajetória do feminino na imprensa brasileira: o jornalismo de revista e a mulher do século XX. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA – UFOP, 9. 2013, Ouro Preto. **Anais de congresso**. Ouro Preto, 2017.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**. Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.

MARQUES, G. M. Feministas libertárias: Práticas contemporâneas de resistência. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 10. 2013, Florianópolis. **Anais de congresso**. Florianópolis, 2013.

MINELLA, K. M.; *et al.* Gênero na geração Y: características das mulheres no ambiente de trabalho. **Desenvolve: revista de gestão da Unilasalle**, Centro Canoas, v. 2, n. 1, p. 172-175, mar. 2013.

NARVAZ, M. G.; KOLLER, S. H. Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando pesquisa, clínica e política. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 3, p. 647-654, set./dez. 2006.

OLIVEIRA, A. C. L.; GARCIA, E. R. B. O uso do item lexical “casamento” na revista feminina Marie Claire. **Cadernos do Tempo Presente**, n. 17, set./out. 2014, p. 28-40. Acesso em: 06 dez. 2021. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tempo/article/view/2982>. Acesso em: 20 ago. 2020.

PEDRO, J. M. O feminismo que veio do exílio: memórias de uma segunda onda no Brasil, na Argentina e no Uruguai (1964-89). *In*: REIS, Daniel Aarao; ROLLAND, Denis (org). **Modernidades Alternativas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.