

Representação do gênero feminino: uma análise discursiva no Caderno Donna de ZH¹

Bruna Dorneles PINHEIRO²
Maria Ivete Trevisan FOSSÁ³
Patrícia Franck PICHLER⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo compreender como o gênero feminino é representado a partir das estratégias discursivas no Caderno Donna do jornal impresso Zero Hora. Para isso, parte-se do estudo do conceito de gênero feminino, da problematização da categoria “mulher” e do entendimento da representação nos estudos em Comunicação. A metodologia acionada utiliza a análise discursiva apoiada no Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia (BASTHI, 2011) e nos aspectos de tema e transitividade propostos por Fairclough (2001). A partir deste estudo, foi possível perceber que a mulher representada por Donna é cisgênera, heterossexual, com traços de feminilidade, o que reforça o binário do sexo biológico no social; além de predominantemente branca, jovem, magra e de classe média a alta, o que demonstra uma baixa diversidade com relação à representação de mulheres.

PALAVRAS-CHAVE

Gênero feminino; representação social; representação midiática; Caderno Donna.

Introdução

O feminismo, ao longo do tempo, não mediu esforços ao tentar combater as desigualdades associadas ao sexo/gênero. O fato de ideias como as da inferioridade das mulheres em relação aos homens e da irracionalidade feminina caírem por terra, demonstra

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ 01 – Jornalismo, do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas (2015) pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: brunadpinheiro@hotmail.com.

³ Doutora em Administração (UFRGS); Mestre em Comunicação Social (UMESP). Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Atua na graduação de Comunicação Social e nos Programas de Pós-Graduação de Comunicação e de Administração da UFSM. Tutora do Grupo PET CISA. E-mail: fossa@terra.com.br.

⁴ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação Institucional e Organizacional CNPq-UFSM. Doutoranda do PPGCOM-UFSM. E-mail: patricia.pichler@gmail.com.

que fatores biológicos (referentes ao sexo) não são o principal empecilho ao progresso das mulheres, mas sim, o que diz respeito à prática social, às opiniões, convenções, como propõe Chanter (2011).

Na cultura contemporânea, em que a mídia se faz cada vez mais presente, os meios de comunicação, através de seus discursos, sugerem formas de ser, de agir, de pensar. No caso das revistas destinadas a mulheres, mais do que uma forma de se enxergar, elas proporcionam maneiras de se projetar.

Ao encontro disso está o pensamento de Fischer, de que “a mídia é um lugar privilegiado de criação, reforço e circulação de sentidos, que operam na formação de identidades individuais e sociais, bem como na produção social de inclusões, exclusões e diferenças” (FISCHER, 2001, p. 590). Portanto, ao passo que a mídia contribui para a formação dos sujeitos sociais, evidencia-se a importância de estudar como gênero e discurso midiático apresentam-se na representação do gênero feminino.

O presente artigo é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso da autora e parte da compreensão dos conceitos de gênero e de representação midiática, voltando seu foco à realidade gaúcha de revistas femininas, tendo como objeto de pesquisa o Caderno Donna, encarte semanal do jornal Zero Hora (ZH)⁵, periódico do Estado do Rio Grande do Sul.

A relevância de se estudar as estratégias discursivas presentes na representação do gênero feminino pelo Caderno Donna está atrelada à “performatividade”. Desenvolvida por Judith Butler (2002, 2007, 2010), esta noção explica como as práticas sociais e discursivas moldam e definem as representações identitárias, expondo como sexo e gênero são construções discursivas; assim como ao contexto sociocultural do objeto.

Utiliza-se como apoio às perspectivas teórica e empírica, o “Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia⁶” (2011), que se propõe, segundo Basthi (2011, p. 14), a

⁵ O Zero Hora, também conhecido por ZH, sediado em Porto Alegre (RS), é um jornal impresso que pertence ao Grupo RBS. Foi lançado em 3 de maio de 1964. Atualmente, o periódico circula sete dias por semana, com uma circulação média diária de 203.192 exemplares (valores de março de 2015), de acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), enviados por e-mail. O Caderno Donna ZH é um suplemento que integra o jornal aos domingos, desde maio de 1993, o que proporciona ao Caderno uma grande circulação. Em março de 2015, período compreendido pelo corpus de pesquisa, a vendagem total das edições de domingo foi de 216.351 exemplares.

⁶ De acordo com o Guia, esta publicação, datada de 2011, é resultado de uma parceria entre a FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas e a ONU Mulheres – Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres. Tem como propósito auxiliar jornalistas e estudantes de jornalismo na promoção de uma

“contribuir para a construção de um Jornalismo plural, ético e alinhado à meta do fortalecimento da democracia sólida e consistente no Brasil”. O corpus da pesquisa está composto por cinco edições do Caderno Donna do jornal impresso Zero Hora (ZH) do mês de março, sendo, neste estudo específico, apresentadas as análises de duas reportagens de edições distintas, bem como, demonstrado um quadro geral dos resultados de todas as edições estudadas. A escolha pelos cadernos do mês de março deu-se pela expectativa em encontrar conteúdos especiais devido ao fato de março ser considerado o mês da mulher.

A análise tem como pontos de observação questões sugeridas no Guia como as temáticas por ele propostas (mulheres e mercado de trabalho, mulheres e saúde, mulheres e violência, mulheres nos espaços de poder e mulheres e intolerância religiosa) e as recomendações para a boa prática jornalista. São analisados os textos midiáticos que se enquadram nas temáticas propostas pelo Guia. A partir dessas categorizações, juntamente com os aspectos de tema e transitividade da análise discursiva de Norman Fairclough, verifica-se, a partir da matriz “gênero”, a representação da mulher no Caderno Donna do jornal Zero Hora.

Esse trabalho tem o intuito de propor uma reflexão a respeito da representação da mulher nas revistas femininas, no caso a Revista Donna, através da matriz “gênero” e da Análise do Discurso. Em consonância a isso, busca-se contribuir para a construção de uma comunicação de maior qualidade, que represente de forma responsável.

Compreendendo o gênero feminino

O conceito de gênero é uma construção sociológica relativamente recente, surgida da necessidade de diferenciação entre o sexo biológico e sua tradução em papéis sociais e expectativas de comportamentos ditos femininos e masculinos. Atualmente, os movimentos feministas têm levantado com frequência o assunto, pois, a partir deste conceito, em suas diversas interpretações, é possível analisar muitos comportamentos de nossa sociedade.

mídia plural, inclusiva e isenta de discriminações e estereótipos de gênero, raça e etnia. E, nesse contexto, incentivar a igualdade de gênero e o atendimento das demandas das mulheres por meio da mídia. A ferramenta está disponível para download no site <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/publicacoes-oficiais-1/catalogo/orgao-essenciais/secretaria-de-politica-para-mulheres/programa-interagencial-de-promocao-da-igualdade-de-genero-raca-e-etnia/guia-para-jornalistas-sobre-genero-raca-e-etnia/view>>.

De acordo com John Scott (2010, p. 90), o gênero “refere-se aos comportamentos que definem os indivíduos como machos ou fêmeas em contextos sociais e culturais particulares”. É, portanto, uma categoria relacional que aponta papéis e relações socialmente construídas entre homens e mulheres.

Em várias obras de Butler (2002, 2007, 2010), é empregado o conceito de “performatividade” para explicar como sexo e gênero são construções discursivas. Desde sua perspectiva, o gênero não é uma identidade estável e deve ser pensada dentro de um marco de temporalidade social.

Butler (2002 apud ABREU, 2014) afirma que o gênero é um elemento construído no universo discursivo, moldado por múltiplos discursos políticos e práticas sociais que se atravessam mutuamente. Segundo a autora, a linguagem cria a situação que nomeia, na medida em que se repete e se sedimenta nos comportamentos das pessoas. Como um ritual, a performatividade naturaliza a posição do sujeito nos grupos sociais, se institucionaliza e repercute sobre as subjetividades, corpo e comportamentos deste.

Teresa de Lauretis, no artigo “A tecnologia do gênero” escrito em 1987, publicado no Brasil em 1994, entende gênero como uma representação; enquanto a representação de gênero é também sua construção. Construção essa que ocorre na família, na escola, na mídia, enfim, nos aparelhos ideológicos do Estado.

Relacionando o pensamento da autora com a proposta deste trabalho, é percebida a importância de reconhecer as representações de gênero, em especial as do feminino - já que se intenta entender como o gênero feminino é representado em Donna. Por vezes a comunicação opera em cima de crenças naturalizadas pelo senso comum que servem para reforçar o binário do sexo biológico no social, como a de que mulheres e homens são marcados por diferenças incompatíveis.

Entende-se que a multiplicidade do gênero feminino, povoado por mulheres cisgêneras⁷, mulheres transgêneras⁸, travestis e *drag queens*, não pode ser reduzida a uma

⁷ “Pessoas cisgêneras: pessoas que foram designadas com um gênero ao nascer e se identificam com ele. Sinônimo de cissexual” (GUIMARÃES, 2013).

⁸ “Pessoas transgêneras: pessoas que foram designadas com um gênero a nascer e não se identificam com ele” (GUIMARÃES, 2013).

só categoria, a mulher. Têm-se, no entanto, a pretensão de estudar mulher (es) estudando o gênero feminino.

Apontamentos teóricos da representação social à midiática

O conceito de “representação social” tem origem na sociologia de Émile Durkheim, com o conceito de “representações coletivas” que “dizem respeito aos significados, às imagens, ao quadro de sentidos construído e partilhado por uma sociedade” (FRANÇA, 2004, p. 14), sendo hoje, amplamente utilizado nas ciências humanas. Foi resgatado por Serge Moscovici, em 1961, que “buscou explorar a variação e diversidade das idéias coletivas nas sociedades modernas, enfatizando a idéia de produção, de criação coletiva de idéias, ligando o fenômeno das representações a processos implicados com diferenças na sociedade” (FRANÇA, 2004, p. 14).

De acordo com Jodolet (2001, p. 17-18), “[a] observação das representações sociais é algo natural em múltiplas ocasiões. Elas circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais”, como é o caso da representação do gênero feminino na mídia impressa destinada à mulher, objeto empírico desta pesquisa.

Ao pensar no caminho percorrido até serem colocadas em circulação determinadas representações, deve-se lembrar da produção de um conteúdo jornalístico ou, no caso do objeto desta pesquisa, de um conteúdo a ser veiculado no formato de revista. A produção se dá em “um sistema de representações que se faz carregado de intencionalidade da empresa de comunicação, do jornalista e das fontes [...]” (PEREIRA e FOSSÁ, 2015, p. 29), perpassando pela seleção da pauta, das fontes especializadas para compor a matéria, das imagens para ilustrar a reportagem.

De acordo com Freire Filho (2004, p. 45), o termo representação midiática “designa, também, o uso dos variados sistemas significantes disponíveis (textos, imagens, sons) para ‘falar por’ ou ‘falar sobre’ categorias ou grupos sociais”. De acordo com o autor, a mídia é responsável pela “sub-representação ou representação distorcida de identidades sociais (classes, gêneros, sexualidades, raças, etnias, nacionalidades)”, além de servir para formular

e legitimar “modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, moral ou imoral, feio ou bonito, bem-sucedido ou fracassado” (FREIRE FILHO, 2004, p. 45).

A partir do entendimento do que são representações sociais e de como elas circulam nos meios de comunicação por meio de representações midiáticas, parte-se para a representação do gênero feminino na imprensa brasileira dirigida à mulher. “Além do papel social definido em feminino e masculino, as representações e imagens de gênero constroem e esculpem os corpos biológicos não só enquanto sexo genital, mas igualmente moldando-os e assujeitando-os a práticas normativas” (SWAIN, 2001, p. 13). As representações são veiculadas pelos mais diversos meios de comunicação, dentre eles, as revistas femininas, por meio de textos e imagens que constituem o discurso social.

O discurso é amplamente disseminado entre as mulheres por meio da imprensa destinada a elas, criando noções de feminilidade. A mídia, por meio dos seus vários produtos e formatos, tem sido um espaço de grande influência no processo de socialização dos indivíduos. Portanto, é responsável pelas representações sociais que faz circular por meio de seus discursos e imagens.

Abordagem teórico-metodológica e procedimentos metodológicos

A fundamentação teórico-metodológica consiste na utilização da Análise do Discurso, mais precisamente pelo viés crítico proposto por Norman Fairclough. A opção pela Análise Crítica do Discurso deu-se em função de a mesma levar em conta as transformações da sociedade em âmbito social e cultural, considerando a mudança discursiva diretamente relacionada a esses fatores. Em sua proposta de análise, Fairclough (2001) apresenta um modelo tridimensional para a análise de discurso, cujos eixos são: análise textual, que é o método descritivo, responsável pelos aspectos formais dos textos; análise das práticas discursivas, que envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, relacionados a fatores sociais; e a análise das práticas sociais.

Para compreender como o jornalismo de revista voltado para mulheres representa o gênero feminino, entendeu-se necessária a utilização de duas tradições analíticas: a análise textual com o aspecto tema e a análise de práticas discursivas, cujo aspecto utilizado será a

transitividade. O tema é capaz de ajudar no entendimento geral das escolhas do enunciador para tratar determinado assunto, e a transitividade é capaz de determinar a voz atribuída ao sujeito das orações presentes nos textos.

O tema diz respeito às palavras escolhidas pelo enunciador para iniciar e/ou finalizar orações, que dão a ideia de “informação dada”. Este aspecto analítico foi verificado de acordo e em conjunto com o proposto no Capítulo 1 do Guia quando são trazidos cinco temas considerados cruciais às experiências vividas pelas mulheres.

Por fim, está o estudo da transitividade, que se refere à forma como os sujeitos são posicionados pelos enunciadores nos discursos. Podem ser em posição de agentes frente a um verbo de ação (fazer, escrever, pensar, agir, correr) ou puramente relacionados (ser, permanecer, estar) (FAIRCLOUGH, 2001). Através da percepção de aspectos da transitividade, pode ser encontrada a voz que está sendo reproduzida e, ainda, o que pode servir para reforçar a estrutura temática enunciada.

Representação do gênero feminino nas estratégias discursivas enunciadas em Donna de ZH

Na edição do dia 01 de março de 2015, do total de oito reportagens publicadas, uma está enquadrada em “mulheres nos espaços de poder” e duas na categoria “mulher e saúde”, conforme o Guia. Uma destas encontra-se na editoria Beleza, com o título “Desacelere o relógio” (grifo da edição), que vem seguido do texto de apoio “É possível (e nada difícil) combater o envelhecimento precoce da pele”. Como este texto indica, a reportagem aborda o combate ao envelhecimento precoce da pele. Apesar da temática proposta, acerca de uma questão de cuidados para com o maior órgão do corpo humano, a pele, e de se enquadrar sob uma perspectiva da saúde, a matéria deixa sentidos de uma maior preocupação com aspectos vinculados à beleza da pele do que com sua saúde.

Percebe-se isso a partir da observação dos temas selecionados pelos enunciadores, ou seja, as palavras e/ou expressões utilizadas para iniciar e encerrar frases (FAIRCLOUGH, 2001). O título, apesar de curto, deixa traços de uma alusão à máxima “correr atrás do tempo”, ao sugerir às leitoras que “desacelerem o relógio”. O grifo na

palavra relógio destaca a atenção dada à questão do tempo, que permeia tematicamente o conteúdo da reportagem, como se verifica nos textos abaixo que iniciam e finalizam a matéria.

Texto 01

Envelhecer é um processo natural da vida, e a pele é um dos órgãos do corpo mais afetados pelo passar do **tempo**. (Grifo dos autores)

Texto 02

Quando nascemos já começamos a envelhecer, e a curva se acentua mais **aos 18 anos**. (Grifo dos autores)

Tratando sobre o passar do tempo, sobre o “envelhecer”, a reportagem vai apresentando algumas causas do envelhecimento precoce da pele, que se “acentua” já “aos 18 anos”, trazendo meios e cuidados diários que a mulher pode seguir para prevenir. Com relação aos danos causados à mulher devido ao envelhecimento, todos são relacionados a aspectos estéticos, conforme se percebe nos textos abaixo.

Texto 03

O resultado? Exatamente: o aparecimento de **rugos e flacidez** na pele. (Grifo dos autores)

Texto 04

O resultado é que ela fica **envelhecida**, com **rugos, manchas, flacidez e marcas de expressão**. (Grifo dos autores)

Embora cumpra com a proposta da Editoria na qual está vinculado (Beleza), entende-se que este é um assunto que poderia ser abordado de maneira a informar as mulheres sobre os cuidados necessários e benefícios de uma pele saudável às suas vidas, sem carregá-lo de sentidos que mais uma vez reforçam uma certa “obrigação” da mulher em pensar na beleza antes da saúde.

As sugestões de cuidados com a alimentação, com a exposição ao sol e com hábitos saudáveis são dadas com destaque à preocupação em ser uma mulher bonita e jovem, que

“desacelera o relógio” no sentido de não ter “rugas”, não parecer “envelhecida”, e não de dar atenção ao seu corpo, observar se está saudável, ter hábitos bons para uma vida melhor.

Seguindo a análise nesta reportagem, faz-se um destaque a um ponto trazido no Guia (BASTHI, 2011, p. 43), sobre a atenção em utilizar mulheres como fontes em temas especializados. Ao longo da reportagem, as fontes consultadas foram somente mulheres, a dermatologista Patrícia Rittes e a cosmetóloga Sheila Gonçalves. A utilização de mulheres como fontes especializadas em espaços tradicionalmente dominados por homens, como é o caso da medicina⁹, é uma das recomendações do Guia, pois confere às mulheres uma posição de destaque e de valorização, de acordo com a perspectiva de gênero.

E estas fontes mulheres são seguidamente utilizadas no decorrer da matéria, sendo referenciadas junto às ações de “dizer” e “explicar” aos leitores sobre questões científicas e técnicas do tema abordado, “completando” as informações com dados e dicas, ou seja, às mulheres buscadas pela reportagem é dado espaço, reproduzindo-se uma voz ativa. Apesar destas constatações, no que se refere à transitividade não há um claro posicionamento da voz dada à mulher pela reportagem, uma vez que segue por uma linha mais científica e impessoal, sem trazer exemplos, testemunhos e experiências. O texto cumpre uma função de dizer, sem rodeios, que o tempo está passando e que “é possível (e nada difícil)” lidar com o envelhecimento precoce e “retardar o aparecimento de rugas”, seja ou não uma preocupação feminina.

Uma imagem está colocada abaixo da reportagem (Figura 1), servindo para completar o sentido. É observada a representação de uma mulher jovem, branca com olhos claros e expressão preocupada. A escolha desta imagem, de acordo com as propostas do Guia (2011, p.), não contribui para a diversidade e equidade de raça e etnia. A não utilização da estética negra e indígena nos critérios de valoração desta reportagem pode indicar que a escolha das imagens está sendo influenciada por um critério de beleza que não corresponde à beleza presente na diversidade brasileira.

⁹ De acordo com dados do Informativo do Conselho Federal de Medicina, 59,36% dos detentores de titulação [de profissionais da medicina] são homens e 40,64%, mulheres. Os números se aproximam do espelhado pela população geral de médicos ativos: 59,18% são homens e 40,82%, mulheres. Outro dado é que, dentre as 53 especialidades, 13 têm maioria de mulheres, o equivalente a 24,5%. Nas outras 40 (75,5%), os homens predominam.



Figura 1 - Ilustração da reportagem "Desacelere o Relógio"

Nesta mesma edição também se encontra uma reportagem voltada para o universo das crianças; uma reportagem na editoria Cinema em que o protagonismo é atribuído a um homem, Rodrigo Santoro e sua participação em um filme; uma representação de mulheres jovens gordas na editoria Moda, o que poderia ser positivo se não fosse um espaço restrito e demarcado “Plus size: 5 mitos sobre o uso de estampas”; e, por fim, na editoria Donna Circula, o protagonismo novamente atribuído a um homem para falar sobre o treino funcional, que propõe “- No funcional, usa-se muita energia e o gasto calórico é mais significativo que em outras modalidades. Trabalha mais”. Vê-se nesta última, ainda, uma dica para a modelagem dos corpos, tão reforçada nas revistas femininas.

Na edição do dia 08 de março de 2015, foram encontradas: 1 reportagem enquadrada em “mulheres e mercado de trabalho”, 1 em “mulheres e violência” e 3 relacionadas à “mulheres e saúde”. Na editoria Saúde, encontra-se a reportagem intitulada “Viciadas em **salto alto**” (grifo da edição), com o texto de apoio “Andar nas alturas requer atenção a fim de evitar lesões e dores nas pernas”, abordando, como sugerido pelos textos midiáticos, o impacto de utilizar salto alto diariamente na saúde das mulheres. A temática do texto fica evidenciada pela combinação do elemento em negrito no título, o “salto alto”, com os temas selecionados pelos enunciadores, como se vê nos textos que seguem.

Texto 05

Cone, agulha, anabela, meia pata, **plataforma**. (Grifo dos autores)

Texto 06

Alongamento! Isto mesmo, alongar pode ajudar a vencer a dependência do **salto**. (Grifo dos autores)

A reportagem faz alusão aos tipos de saltos altos, como se percebe na temática da frase de abertura da reportagem, aborda os malefícios causados à saúde pelo hábito da utilização dos mesmos, encerrando com conselhos sobre a otimização de seu uso, como no tema “alongamento” da frase de encerramento da reportagem. Reforçando a temática, com relação à transitividade, ao protagonista da reportagem, o salto alto, referem-se vários verbos de ação, empregados geralmente para atribuir aos calçados os efeitos de seu uso: “pode causar”, “usar”, “vai sentir”, “escolher”, “garante”, “joga”.

Tratando-se de uma reportagem que é claramente voltada a um segmento de mulheres, uma parte do texto, em especial, chama a atenção:

Texto 07

Considerado sinônimo de feminilidade e elegância, **não há mulher que resista a um belo par de saltos altos, seja do tipo que for.** (Grifo dos autores)

Cabe aqui levantar um questionamento: as mulheres estão sendo retratadas em sua diversidade? A generalização utilizada pode indicar que não, pois, como se sabe que todas as mulheres “não resistem a um belo par de saltos altos”? É necessário levar em conta as diferenças entre as mulheres, respeitando seus diferentes gostos e interesses, suas especificidades, ao invés de reforçar estereótipos, como ocorre na reportagem. O fato de o protagonista ser o salto alto e não a mulher, em conjunto com o reforço do estereótipo de mulher que “não resiste a um belo par de saltos altos” demonstra o assujeitamento aos códigos, às normas de gênero e da imagem da mulher ideal.

A fonte especializada consultada foi um ortopedista e traumatologista, homem. No entanto, o Guia recomenda a utilização de mulheres como fontes especializadas em espaços tradicionalmente dominados por homens. A esta fonte buscada foi atribuída voz ativa, o que se percebe na utilização de falas indicadas por um travessão, seguidas pelos verbos “avisa” (texto abaixo) e “pondera”.

Texto 08

- Se a mulher usa salto com muita frequência, vai sentir dores e desconforto na região do calcanhar e das panturrilhas na hora de usar um

calçado baixo ou até mesmo andar descalça – **avisa** Rubin. (Grifo dos autores)

Ainda que o foco da nossa análise seja a estrutura textual, a imagem utilizada para ilustrar a reportagem (Figura 2) contribui para o sentido completo da mesma. Consiste em um par de pernas brancas e magras, que poderia ser substituída ou mesmo acompanhada por pernas negras se fosse adotada a perspectiva de gênero, raça e etnia, como sugere o Guia. Ainda, seria possível a utilização de pernas gordas na imagem, o que contribuiria para a pluralidade na representação, uma vez que pessoas não-magras utilizam salto alto também.



Figura 2 - Ilustração da reportagem “Viciadas em salto alto”

De um total de 9 reportagens constituintes da edição, apenas 1 apresenta mulher como protagonista; apenas 2 abordam temas de fato importantes de serem pautados no dia 08 de março. Ao papel da mulher na sociedade foi destinado apenas uma página. Não houve representação de mulheres negras, tampouco de mulheres gordas. Pelo contrário, de 17 conteúdos publicitários, 5 serviam para reforçar a ditadura da beleza, que impõe um ideal de beleza entre as mulheres. Entre eles estão: centro de recuperação da obesidade, refeições light, centro de emagrecimento e estética, óleo para emagrecimento e academia.

Em um panorama geral da análise realizada, tem-se na edição do dia 15 de março de 2015, apenas uma reportagem relacionada a uma das categorias dentre as 5 aqui consideradas, “mulheres e saúde”. Ademais, um olhar sobre a totalidade da edição do dia 15 de março permite perceber alguns aspectos: um estudo sobre o casamento na editoria Relacionamentos; uma reportagem sobre “o cosmético que promete rejuvenescer e alisar a

pele em segundos” na editoria Beleza; os nomes preferidos para os bebês na editoria Maternidade; a reportagem de capa sobre a *top model* Dani Witt; e, em Donna Circula, novamente o protagonismo atribuído a um homem, “o churreiro”.

Na edição do dia 22 de março de 2015, do total de 7 reportagens, 1 foi enquadrada na categoria “mulheres e intolerância religiosa” e 1 na categoria “mulheres e mercado de trabalho”. A esta última categoria está relacionada a reportagem “A fada da beleza negra”, única reportagem das 40 que constituem o corpus analisado que apresentou conteúdo relacionado à mulher negra e mercado de trabalho. Ainda mais alarmante, apenas esta retratou uma mulher negra como protagonista de uma matéria, o que demonstra uma baixa representatividade com relação à raça por Donna, assim como pela mídia em geral, como exposto por Basthi quando escreve que “além de veicular uma visão sexista nas narrativas e imagens jornalísticas, a mídia invisibiliza ou limita a presença das mulheres negras e indígenas em seus conteúdos por meio de práticas racistas e etnocêntricas” (2011, p. 34).

Na última edição analisada, do dia 29 de março de 2015, de um total de 7 reportagens, 2 foram enquadradas na categoria “mulheres e saúde”. Nesta edição, além dos recorrentes temas abordados, como a moda, encontram-se duas reportagens curiosas. A primeira localizada na editoria Homem, discorre a respeito dos cuidados com a barba e sugere “Quem sabe então ajudá-los a conquistar uma barba bonita e bem-cuidada?”. A segunda, na editoria Etiqueta Urbana, traz a opinião de três mulheres e de um homem a respeito do “papel do homem e da mulher na hora de bancar a ‘dolorosa’”, pagar a conta.

Por fim, das categorias que guiaram o percurso metodológico, “mulheres e saúde” obteve uma maioria significativa de reportagens relacionadas, com um total de 8; à “mulheres e mercado de trabalho”, 2 reportagens estavam relacionadas; à “mulheres e violência”, encontrou-se 1 reportagem relacionada; à “mulheres nos espaços de poder”, também somente 1; assim como à “mulher e intolerância religiosa”.

Considerações finais

Após observar a representação do gênero feminino nas edições de Donna do mês de março, escolhido por ser considerado o “mês da mulher”, o primeiro apontamento é com

relação a uma totalidade de representações de pessoas cisgêneras, e, dentro desta categoria, foi constatada uma predominância de representações de mulheres brancas, jovens, magras. Por meio de reportagens e publicidades diversas voltadas para o emagrecimento, para tratamentos estéticos, para a utilização de cosméticos considerados “o photoshop da vida real”, para o rejuvenescimento da pele, pode ser percebida a representação da mulher-corpo em busca da juventude eterna proporcionada pela indústria da beleza.

Tendo em vista a perspectiva de olhar sobre a imprensa destinada ao público feminino, é notório o papel da mídia na construção de representações acerca do gênero feminino, assim como de sua ampla circulação em meio ao público-alvo. Por esta razão os comunicadores detêm uma grande responsabilidade e é importante que voltem seus esforços para a construção de representações mais plurais e inclusivas, livrando-se de preconceitos e estereótipos e adotando uma linguagem não-discriminatória quanto ao gênero, à raça e à etnia, uma perspectiva capaz de representar o gênero feminino de forma mais responsável.

Por fim, foi verificada em Donna uma baixa representação da diversidade que envolve o gênero feminino, uma vez que a mulher representada em seus discursos é cisgênera, heterossexual, com traços de feminilidade, o que reforça o binário do sexo biológico no social; além de predominantemente branca, jovem, magra e de classe média a alta. Neste sentido, por tratar da realidade gaúcha de revistas femininas, simbolicamente representa a atribuição de valores presentes nos aspectos históricos e sócio-culturais em que está inserido o objeto.

REFERÊNCIAS

ABREU, Carla L. de. **Gêneros y sexualidades no heteronormativas en las redes sociales digitales**. 371 p. Tese - Universitat de Barcelona, Barcelona, 2014.

BASTHI, Angélica. **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia** / Angélica Basthi (organização e elaboração) Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011.

BUTLER, Judith. **Cuerpos que importan**. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo". (A. Bixio, Trad.) Barcelona: Paidós Ibérica, 2002.

_____. **El Género en disputa.** El feminismo y la subversión de la identidad. (M. A. Muñoz, Trad.)
Barcelona: Paidós Ibérica, 2007.

_____. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. 3. ed. Rio de Janeiro:
Civilização Brasileira, 2010. [Edição original: 1990]

CHANTER, Tina. **Gênero:** conceitos-chave em filosofia. Tradução de Vinicius Figueira. Porto
Alegre: ArtMed, 2011.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social.** Tradução de Izabel Magalhães. Brasília:
Editora Universidade de Brasília, 2001.

FISCHER, Rosa M. B. **Mídia e educação da mulher: uma discussão teórica sobre modos de
enunciar o feminino na TV.** Rev. Estud. Fem. [online]. 2001, vol.9, n.2, pp. 586-599. ISSN 1805-
9584.

FRANÇA, Vera R. V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: FIGUEIREDO,
Vera L. F.; GOMES, Renato C.; PEREIRA, Miguel; (Org.). **Comunicação, representação e
práticas sociais.** Aparecida, SP: Editora PUC-Rio, 2004.

FREIRE FILHO, João. Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias. **ECO-PÓS**, v. 7, n. 2, p.
45-71, 2004.

GUIMARÃES, Beatriz. **Cissexual, cisgênero e cissexismo:** um glossário básico, 2013. Disponível
em: <<https://feminismotrans.wordpress.com/2013/03/15/cissexual-cisgenero-e-cissexismo-um-glossario-basico/>>. Acesso em dezembro de 2015.

JODOLET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODOLET, Denise
(Org.). **As representações sociais.** Rio de Janeiro: Editora da Universidade do Estado do Rio de
Janeiro, p. 17-44, 2001.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.).
Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, p. 206-242,
1994.

PEREIRA, Fabiana da C; FOSSÁ, Maria Ivete T. Compreendendo e definindo as representações
sociais e sua relação com a comunicação midiática. In: FOSSÁ, Maria Ivete T. (Org.). **Das ruas à
mídia:** representação das manifestações sociais. Porto Alegre: EDIPUCRS, 203 p, 2015.

SCOTT, John. **Sociologia – Conceitos-chave.** Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro:
Zahar, 2010.

SWAIN, Tânia N. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas
“femininas”. História: Questões & Debates, n. 34, Curitiba: Editora da UFPR, p. 11-44, 2001.