

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC - SP

Carolina Cerqueira Lôbo

*Lugar de mulher: Uma cartografia da construção discursiva da liberdade nas
revistas femininas*

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO
2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC - SP

Carolina Cerqueira Lôbo

Lugar de mulher: Uma cartografia da construção discursiva da liberdade nas revistas femininas

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação e Semiótica, sob orientação do Prof^o Doutor José Luiz Aidar Prado.

Área de concentração: Signo e Significação das mídias.
Linha de pesquisa: Análise das mídias.

SÃO PAULO

2015

BANCA EXAMINADORA

Autorizo, exclusivamente, para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos, desde que citada a fonte.

Para Caio, Enzo, Davi e Larissa

AGRADECIMENTOS

À Deusa e à *egrégora feminina*, pelo amor e presença.

Ao Professor e orientador Aidar Prado, por ter acolhido este projeto e por inúmeras contribuições para sua concretização.

Ao CNPq, pela bolsa de estudos.

Aos Professores Carla Longhi e Vinicius Prates, que me forneceram luzes para continuar trilhando os caminhos que me trouxeram até aqui.

À Professora Carla Cristina Garcia, por compartilhar generosamente seu conhecimento nas excelentes aulas aos sábados, no Inanna.

À Professora Lígia Lana, pelas contribuições que me ajudaram a redirecionar o projeto.

À Giovanna Aveiro, pelas valiosas discussões, amizade e parceria.

À minha mãe e meu pai, por terem me dado a vida e me conduzido até aqui.

À Guiomar, minha babá, por sua dedicação e exemplo.

Aos meus irmãos, de sangue e de escolha: Fabrício, Almerinda, Adriana e Guilherme, pela parceria.

À Dra. Eleanor Luzes, Lúcia Elaine Ribeiro, Fanny van Laere e Zeloí Queiroz, pela dedicação e suporte, sem o qual esta tese não teria nascido.

À Flávia Aninger, pela revisão cuidadosa.

Aos amigos que torceram, vibraram e compreenderam minha ausência nesse período.

*Liberdade é pouco.
O que eu desejo ainda não tem nome.*

Clarice Lispector

RESUMO

Esta pesquisa investiga como as enunciadoras das revistas femininas estão lidando com os discursos que visam equilibrar a jornada de trabalho e a possibilidade de abandoná-lo em função da dedicação ao lar. Nosso objetivo é compreender a tensão entre lar e trabalho no universo feminino, bem como entre os papéis estabelecidos: mãe, esposa e rainha do lar *versus* a mulher bem sucedida profissionalmente. Buscamos desvendar os contratos de comunicação entre enunciador (revista) e enunciatária (leitora projetada) e como as revistas constroem a convocação para a permanência ou abandono do mercado de trabalho. Nossa tese é de que o movimento do abandono do mercado de trabalho remunerado promove um deslocamento no discurso hegemônico, trazendo à tona a naturalização da dupla jornada: trabalho remunerado x cuidado com a casa e família (*care*), tirando, assim, o *care* da invisibilidade e expondo que o mercado de trabalho não é tão receptivo à mulher como se propaga. Para esta análise, escolhemos três revistas voltadas para o público feminino com publicações mensais de diferentes editoras: *Cláudia*, da editora Abril; *Marie Claire*, da editora Globo e TPM, da editora Trip. As edições compreendem o período de janeiro de 2012 a dezembro de 2014. Esta pesquisa contempla a interseção de dois campos do saber: discurso e feminismo. Adotamos como referencial teórico e metodológico as teorias de análise discursiva de Ernesto Laclau e Žižek. Sobre feminismo, nos valem da história do movimento através de Christopher Lasch e Michelle Perrot; teóricas feministas como Donna Willshire, Betty Friedan, Nancy Fraser, Susan Faludi e Ynestra King, entre outras. Para discutir as relações de trabalho, nos valem das teóricas do *care*, Eileen Boris e Helena Hirata; Foucault nos deu suporte no estudo da biopolítica.

Palavras-chave: mulher, feminismo, *care*, trabalho, discurso, revista feminina, capitalismo.

ABSTRACT

This research investigates how the enunciators of women's magazines deal with the discourses that aim to balance work hours and the possibility of giving up work to have a home life. Our goal is to understand the tension between home life and work in the feminine universe, as well as between the established roles: mother, wife and home queen versus the well succeeded professional. Also this research aimed to unveil the communication contracts between enunciator (magazine) and enunciatee (projected woman reader) and how the magazines convene the permanence or abandonment of the labor market. Our thesis is that the movement of quitting paid jobs promotes a displacement in the hegemonic discourse, bringing up the naturalization of the double working hours: paid employment x caring for home and family (care), which brings care out from invisibility, exposing that the labor market is not as receptive to women as it is thought to be. In order to accomplish this analysis, three monthly magazines directed to the feminine public of different publishing houses were chosen: *Cláudia*, from Abril; *Marie Claire*, from Globo e *TPM*, from Trip. The editions comprise the period from January 2012 to December 2014. This research involves the intersection of two knowledge fields: discourse and feminism. As methodological and theoretical basis the discursive analysis theories by Ernesto Laclau and Žižek were adopted. On feminism, access to the history of the movement was achieved through Christopher Lasch e Michelle Perrot and also feminism theorists as Donna Willshire, Betty Friedan, Nancy Fraser, Susan Faludi e Ynestra King, among others. To discuss work relations, *care* theorists such as Eileen Boris and Helena Hirata; Foucault provided support to study Biopolitics.

Key Words: women, feminism, *care*, work, discourse, women's magazines, capitalism.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
 CAPÍTULO I	
1 CARTOGRAFIA DOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO NAS REVISTAS FEMININAS	17
1.1 Revista <i>Claudia</i>	18
1.1.1 Capas de <i>Claudia</i>	21
1.1.2 Seções	28
1.2 Revista <i>Marie Claire</i>	30
1.2.1 Capas de <i>Marie Claire</i>	32
1.2.2 Seções	36
1.3 Revista <i>TPM</i>	38
1.3.1 Capas de <i>TPM</i>	43
1.3.2 Seções	49
1.4 Articulando os discursos	51
 CAPÍTULO II	
2 CONVOCAÇÕES MEDIÁTICAS: EQUILÍBRIO OU ABANDONO	61
2.1 Equilíbrio entre vida pessoal e profissional	62
2.1.1 Como equilibrar	63
2.1.2 Como conciliar, ou não	66
2.1.3 Como escolher	74
2.2 Quando conciliar não é uma opção e a balança pesa para o lado da vida pessoal	83
2.3 Liberdade para decidir	100
 CAPÍTULO III	
3 A LIBERDADE E SEUS SIGNIFICADOS	103
3.1 Discursos em disputa	113
3.1.1 A tensão discursiva nas revistas femininas	116

3.1.2 Deslocamentos	124
3.2 Discursos Feministas	125
CONCLUSÃO	144
REFERÊNCIAS	152

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: <i>Midiakit</i> da <i>Claudia</i>	19
Figuras 2 e 3: <i>Frame</i> de um vídeo institucional da <i>Claudia</i>	20
Figuras 4 e 5: <i>Frame</i> de um vídeo institucional da <i>Claudia</i>	20
Figura 6: Gráficos que representam o público leitor da <i>Claudia</i>	21
Figura 7: <i>Claudia</i> nº 54; nº 133; nº 246 e nº 4, ano 51	21
Figura 8: <i>Claudia</i> nº 54; nº 133; nº 246 e nº 4, ano 51	22
Figura 9: <i>Claudia</i> nº 2, ano 52; nº 4, nº 9 e nº 12, ano 53	24
Figura 10: <i>Claudia</i> nº 4 e nº 9, ano 51; nº 4, ano 52 e nº 3, ano 53	26
Figura 11: <i>Claudia</i> nº 3, ano 51 e nº 9, ano 52	27
Figura 12: <i>Claudia</i> nº 3, ano 52	27
Figura 13: <i>Claudia</i> nº 7, ano 52	28
Figura 14: <i>Midiakit</i> da revista <i>Marie Claire</i>	30
Figura 15: <i>Midiakit</i> da revista <i>Marie Claire</i>	31
Figura 16: <i>Marie Claire</i> nº 273, nº 268 e nº 267	33
Figura 17: <i>Marie Claire</i> nº 279	34
Figura 18: <i>Marie Claire</i> nº 266	35
Figura 19: <i>Marie Claire</i> nº 285	35
Figura 20: <i>Midiakit</i> da revista <i>Marie Claire</i>	37
Figura 21: <i>Midiakit</i> da revista <i>TPM</i>	38
Figura 22: <i>Midiakit</i> da revista <i>TPM</i>	39
Figura 23: <i>TPM</i> nº 145	40
Figura 24: <i>TPM</i> nº 120	42
Figura 25: <i>TPM</i> nº 134	45
Figura 26: <i>TPM</i> nº 146	45
Figura 27: <i>TPM</i> nº 131	46
Figura 28: <i>TPM</i> nº 136 e nº 130	47
Figura 29: <i>TPM</i> nº 122	48
Figura 30: <i>TPM</i> nº 145, nº 119 e nº 126	49
Figura 31: Gráfico	56
Figura 32: Gráfico	56

Figura 33: Gráfico	57
Figura 34: Gráfico	58
Figura 35: Reprodução da tabela de crítica	59
Figura 36: <i>Claudia</i> nº 4, ano 51	69
Figura 37: <i>TPM</i> nº 122	72
Figura 38: <i>TPM</i> nº 130	75
Figura 39: <i>TPM</i> nº 130	77
Figura 40: <i>TPM</i> nº 130	78
Figura 41: <i>TPM</i> nº 130	79
Figura 42: <i>TPM</i> nº 130	80
Figura 43: <i>TPM</i> nº 130	81
Figura 44: <i>TPM</i> nº 130	82
Figura 45: <i>Marie Claire</i> nº 269	84
Figura 46: Ilustração	84
Figura 47: <i>TPM</i> nº 131	88
Figura 48: <i>TPM</i> nº 131	90
Figura 49: <i>Claudia</i> nº 9, ano 51	96
Figura 50: <i>Marie Claire</i> nº 285	99
Figura 51: Página inicial do blog <i>Mãe da cabeça aos pés</i>	104
Figura 52: Página inicial do blog <i>Diürce</i>	104
Figura 53: Página inicial do blog <i>Bebê por acaso</i>	105
Figura 54: Página inicial do blog <i>De mãe para mamãe</i>	105
Figura 55: Página inicial do blog <i>Macetes de mãe</i>	106
Figura 56: Página inicial do blog <i>Vida materna</i>	107
Figura 57: Página inicial do blog <i>Vida de casada</i>	108
Figura 58: Página inicial do blog <i>Personare</i>	109
Figura 59: Página inicial do blog <i>minha casa, meu mundo</i>	109
Figura 60: <i>TPM</i> nº 131	122
Figura 61: Página inicial do blog <i>Matricaria</i>	137
Figura 62: <i>Claudia</i> nº 11, ano 53	138
Figura 63: Charges	148

INTRODUÇÃO

Faço parte de uma geração que cresceu ouvindo quanta sorte tínhamos por termos nascido após todas as conquistas do feminismo. À minha geração foi ensinado que as mulheres nunca tiveram espaço, agora têm. Nunca tiveram direitos, agora têm. Nunca tiveram liberdade, agora têm. Recebemos apelos midiáticos constantes para usufruir *dessas liberdades*. Investir na carreira era a principal regra a ser cumprida. Casamento e filhos podiam ficar para depois, se fosse o caso deles surgirem. Aprendemos que quando/se surgissem, daríamos conta, afinal, *mulher é multitarefa*. A dupla jornada, simplesmente, é parte da nossa vida.

Eis que a minha geração, as mesmas mulheres que foram ensinadas que dinheiro, portanto trabalho, são sinônimos de liberdade, estão abandonando o mercado de trabalho formal para ter mais tempo para se dedicar ao lar, às atividades domésticas e à família. Numa inquietação pessoal, me perguntei se o ideal de sucesso feminino havia mudado. É importante localizar de que *mulher* estamos falando: quem tem essa opção é, invariavelmente uma mulher de classe média (ou alta), em sua maioria branca, heterossexual, casada com um marido provedor – as únicas às quais é dada a opção de abandonar o trabalho.

Neste momento, eu estava cursando o primeiro ano do doutorado. Meu tema era outro: tinha me proposto a analisar o processo de criação das revistas femininas e seu papel na construção ideológica sobre *ser mulher* na atualidade. Durante as disciplinas do orientador, compreendi que a análise do discurso me forneceria mais ferramentas para a compreensão do tema. Sendo assim, o problema central desta pesquisa é analisar, através dos discursos construídos nas revistas dedicadas ao público feminino, a tensão discursiva sobre *o lugar da mulher* na sociedade – lar ou mercado de trabalho.

Nosso objetivo nesta pesquisa é analisar como está sendo construído o discurso das revistas femininas sobre a naturalização da dupla jornada em contraposição à possibilidade de abandono do mercado de trabalho para se dedicar ao lar. No primeiro momento, construímos uma cartografia, mapeando a localização desses discursos nas revistas – identificamos um grupo de reportagens que estão baseadas na naturalização da dupla jornada, ou seja, que encaram o trabalho doméstico como trabalho de mulher, e este, dever ser equilibrado com a jornada de trabalho assalariado; o outro grupo de reportagens se dedica a questionar os ganhos e perdas de abandonar o mercado de trabalho em prol da dedicação exclusiva ao lar.

No primeiro grupo, ligado ao equilíbrio da dupla jornada, apesar de identificarmos reportagens que se dedicam a manter o ideal de sucesso como sendo a mulher que “dá conta de tudo”, esse “tudo” é o equilíbrio entre o trabalho e as relações de cuidado na família; mas encontramos também reportagens que questionam esse ideal de sucesso. Já no segundo grupo de reportagens, que se dedica a analisar os prós e contras do abandono do mercado de trabalho, há o discurso que vê nessa opção a liberdade de escolha exercida e outros que o encaram como retrocesso, depois de todas as conquistas alcançadas. O fenômeno, tal como se apresenta hoje, está começando a ser observado, daí a importância do tema desta pesquisa.

De posse desse mapeamento, passamos para a etapa de analisar os contratos de comunicação entre enunciantoras (revistas) e enunciatárias (leitoras), visando compreender como é construída a tensão entre lar e mercado de trabalho, através das convocações – seja para equilibrar a dupla jornada ou para retornar ao espaço doméstico.

A importância de analisar os discursos construídos nas revistas está na sua função, que vai além de informar, como explica Prado (2013): “os *media* são dispositivos convocadores e orientadores de ação de primeira ordem no capitalismo contemporâneo” (p. 60). A análise desses dispositivos nos permite compreender a formação ideológica que conduz o discurso. Compreendemos discurso conforme Laclau (2013), que nos explica como os elementos que compõem um discurso se constituem através de um complexo relacional. Sendo assim, não seria possível analisar esses discursos sem compreender a genealogia do movimento feminista, bem como seu contexto atual, inserido na política neoliberal.

Para esta pesquisa, escolhemos três revistas como *corpus*: *Claudia*, da Editora Abril, a mais antiga das publicações, está há mais de cinquenta anos no mercado editorial, e tem a maior tiragem das revistas do gênero. Seu público alvo é de mulheres da classe “B”, portanto, classe média e a maioria das suas leitoras estão entre 25 e 50 anos. *Marie Claire*, da editora Globo, de origem francesa, vem sendo publicada no Brasil há pouco mais de vinte anos; a vida luxuosa impera nesta publicação dedicada à mulher da classe “A”; suas leitoras estão entre 18 e 44 anos. A terceira e última revista analisada é *TPM*, da editora Trip. Os números de tiragem são bem menores do que as suas concorrentes, assim como o tempo no mercado. Optamos pela inclusão desta revista pelo teor das suas reportagens, que, com frequência, vai na contramão da maioria das publicações dedicadas ao público feminino. A análise das publicações compreende os anos 2012, 2013 e 2014.

Para organizar nosso objetivo, a tese foi estruturada em três capítulos. No primeiro, dedicamo-nos a apresentar as publicações, visando identificar os contratos de comunicação

estabelecidos entre enunciadora e enunciatária e mapear as reportagens que abordassem o tema da permanência ou abandono do mercado de trabalho formal.

No segundo capítulo, centramo-nos em analisar como são construídos os discursos em torno do mercado de trabalho e da dupla jornada, bem como as modalizações que incitam ao equilíbrio de ambas. Analisamos também como está sendo construído o discurso do “retorno ao lar”. Por fim, como é vista a liberdade da mulher no que se refere a sua escolha de permanecer ou abandonar ao mercado de trabalho formal.

O terceiro capítulo e último é uma análise dos discursos em disputa e os deslocamentos que estes promovem em instâncias teóricas – sejam elas do feminismo ou do neoliberalismo.

Deste modo, esta pesquisa propõe um estudo que contempla a interseção de dois campos do saber: discurso e feminismo. Sendo assim, usamos como referencial teórico e metodológico as teorias de análise discursiva de Ernesto Laclau e Žižek. Sobre feminismo, nos valem da história do movimento, através de historiadores como Christopher Lasch e Michelle Perrot; teóricas feministas como Donna Wilshire, Nancy Fraser, Susan Faludi e Ynestra King, entre outras. Para discutir as relações de trabalho, nos valem das teóricas do *care* como Eileen Boris e Helena Hirata; Foucault nos deu suporte no estudo da biopolítica.

CAPÍTULO I

1 CARTOGRAFIA DOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO NAS REVISTAS FEMININAS

A partir do objetivo de compor uma cartografia dos discursos produzidos nas revistas em torno da liberdade da mulher no que se refere a sua escolha junto ao mercado de trabalho, serão analisadas reportagens sobre o tema nas revistas *Claudia*, da Editora Abril, *Marie Claire*, da editora Globo e da *TPM*, editora Trip, durante os anos desta pesquisa: 2012, 2013 e 2014.

Este capítulo dedica-se a apresentar as publicações pela ordem de aparição no mercado editorial, por meio da análise de cada revista (incluindo suas capas e seções). Esta apresentação se faz necessária para que compreendamos os contratos de comunicação estabelecidos, nos textos, entre enunciador e enunciatário. “É preciso salientar que o enunciador não é o jornalista em carne e osso, mas uma função-autor, uma entidade institucional de autoria; o enunciatário é o leitor idealizado a partir de pesquisas realizadas pela empresa-editora.” (PRADO, 2013, p. 45). O contrato de comunicação é “criado por meio de uma interpelação discursiva, em que uma modalização é proposta” (PRADO, 2011), ou seja, o enunciador oferece ao enunciatário um guia para que ele, no caso, ela, se transforme, melhore a vida, consuma e tenha sucesso (no que a própria publicação entende como sucesso).

Ao se tornar *alguém* que busca direcionar a vida da leitora, o enunciador é, por excelência, um convocador. A partir dos contratos comunicacionais e modalizações, o enunciador convoca o enunciatário ao consumo – não apenas de produtos ou serviços, mas para a adesão a um estilo de vida. Ao desvendarmos as convocações de cada revista, articularemos a construção desses discursos no contexto neoliberal, bem como nos desdobramentos do feminismo. Com isso, buscamos compreender a posição da mulher na mídia contemporânea, pois “jornais e revistas femininas funcionam como termômetro dos costumes de época” (BUITONNI, 1986, p. 24). Buscamos captar como é vista a liberdade de escolha da mulher em relação ao mercado de trabalho e, ao mesmo tempo, construída nos discursos que perpassam essas revistas na atualidade.

As primeiras revistas nasceram no Século das Luzes, mais precisamente em 1663, na Alemanha. Desde então, elas não pararam de surgir – muitas, porém, não sobreviveram, mas o

gênero veio para ficar. Em 1693, era editada a primeira revista feminina: *The Ladies' Mercury*, na Inglaterra. Mas, só em 1741, mais uma vez em terras britânicas, nascia a primeira revista escrita por mulheres: *The female spectator*, fundada por Eliza Haywood, uma das escritoras inglesas mais importantes da sua época. No Brasil, a primeira revista feminina, *O Espelho Diamantino*, só passou a existir em 1827, durando apenas um ano. Outra publicação efêmera, mas importante para a história de revistas deste gênero foi *Espelho das Brasileiras*, de 1831, que discutia a situação política da mulher na sua época, incluindo ações que buscassem a melhoria da instrução feminina.

Os temas das revistas variam de acordo com a época. Dulcília Buitoni (1986) condensa em três eixos: moda, casa e coração. A autora resume numa linguagem mais poética: o vestir, o morar e o sentir. O vestir inclui as seções de moda e beleza. O morar traduz-se nos cuidados com a casa, a decoração, o bem estar dos moradores – o cuidado que a sociologia chama de *care*. O sentir refere-se a temas ligados ao coração, seja em relacionamentos de casais, entre mães e filhos ou formas de se relacionar com o mundo. Quase trinta anos depois, podemos incluir o trabalho nesta lista – o trabalho remunerado, uma vez que o não remunerado (doméstico) já está incluído no “morar”. Outros assuntos que integram o restante do planeta Terra, como arte, política, ecologia, economia, finanças, tecnologia não fazem parte das pautas das revistas femininas – salvo quando aplicadas em algum subtema do universo feminino, ou quando mulheres são agentes. Vamos às apresentações:

1.1 Revista *Claudia*

A revista *Claudia* é considerada um marco na imprensa e publicidade brasileiras por ter edição mensal e estar no mercado há mais de cinco décadas, completando 54 anos em 2015. Criada em 1961, tem como proposta inicial estar ao lado da mulher casada numa época em que a tecnologia invadiu os lares com geladeiras, televisões, sabão em pó e outras “modernidades”. *Claudia* veio “estimular e ser estimulada por todo um consumo emergente” (*idem*, p.49).

Mas a revista foi além e lançou mão de assuntos polêmicos como a pílula anticoncepcional e o aborto, numa época em que esses assuntos eram tabus. Em 1963, Carmem da Silva, jornalista feminista, dá início à coluna *A arte de ser mulher*, escrevendo até 1985, ano da sua morte, onde “tratou da problemática feminina de modo corajoso e

insitigante, contribuindo para maior consciência de algumas gerações de mulheres” (*idem* p.49).

Hoje, a publicação não tem mais o restrito objetivo de ser leitura obrigatória para mulheres casadas; ela também atende às solteiras, viúvas e divorciadas – mas dá atenção especial às mães –, sendo esta não mais a mãe em tempo integral, como nos anos 60, época do início da revista, e focando no equilíbrio entre o cuidado com os filhos e o mercado de trabalho, como mostra uma das imagens do *Mídia Kit*.



Figura 1: A palavra *equilíbrio* ganha destaque no *Mídia Kit* da revista

Os outros temas são os tradicionais das revistas femininas: moda, beleza, saúde, relacionamento, família, decoração, lazer. Segue a definição da própria revista no site da editora:

CLAUDIA é a maior marca feminina do Brasil. Líder desde seu lançamento, há 53 anos é a companheira das mulheres em vários momentos de suas vidas, oferecendo informação, inspiração, reflexão e soluções que as ajudem na busca da melhor versão de si mesmas. Por estar tão próxima do cotidiano e das necessidades de suas mais de 1.7 milhão de leitoras, CLAUDIA estabelece com elas uma forte conexão emocional, que se traduz em um enorme engajamento dessa comunidade com a marca. Em seus vários pontos de contato com essa audiência, CLAUDIA trata de diversos assuntos, como comportamento, moda, beleza, saúde e bem-estar, carreira, família, culinária e decoração. É a marca porta-voz da mulher brasileira, independentemente de sua idade, classe social ou região (PUBLIABRIL, 2014)

No entanto, gráficos encontrados na mesma página do site não condizem exatamente com a afirmação de que a revista “é a marca porta-voz da mulher brasileira, independente de sua idade, classe social ou região”. Definindo seu público leitor, os números mostram que

56% das leitoras estão na região Sudeste. Desta forma, um vídeo de pouco mais de 1 minuto que compõe a apresentação da revista no portal conta com cenários aparentemente situados no eixo Rio - São Paulo. No início, uma versão “paulista”, com imagens mais urbanas, com o nascer ou pôr do sol acima dos prédios e uma feira. Já na versão “carioca”, o contato com a praia e esportes ao ar livre ficam em destaque nas imagens.



Figuras 2 e 3: Cenários que nos remetem à cidade de São Paulo



Figuras 4 e 5: Cenários que nos remetem à cidade do Rio de Janeiro

Os números mostram ainda que, em 2014, a revista apresentava uma tiragem de 428.388 exemplares (Projeção Brasil de Leitores, 2013, site da Abril). Das 29 revistas do grupo Abril, *Cláudia* é a terceira colocada em tiragem total, ficando atrás apenas da *Veja* e *Nova Escola*¹ (IVC Set/2014, site da Abril).

As mulheres são 94% das leitoras e a faixa etária principal é formada por pessoas acima de 50 anos (32%), seguida de 24% com pessoas entre 25 e 34 anos. A faixa entre 35 e 44 configura 19%. Logo em seguida, com 10%, está a faixa etária de 20 a 24 anos e com apenas 9%, pessoas de 45 a 49 anos. Há também um percentual residual de 4% de adolescentes entre 15 e 19 anos e 2% entre 10 e 14 anos. Quanto às classes sociais, 52% das leitoras pertencem a classe “B”, 28% à “C”, 17% à “A” e 3% à “D”. A classe “E” é de 0%.

¹ Considerando que a revista *Nova Escola* é parte do Projeto Victor Civita que visa orientar professores em sala de aula, inclusive através do conteúdo desta revista, a assinatura se realiza também em parceria com prefeituras de algumas cidades, o que aumenta consideravelmente o número da tiragem.

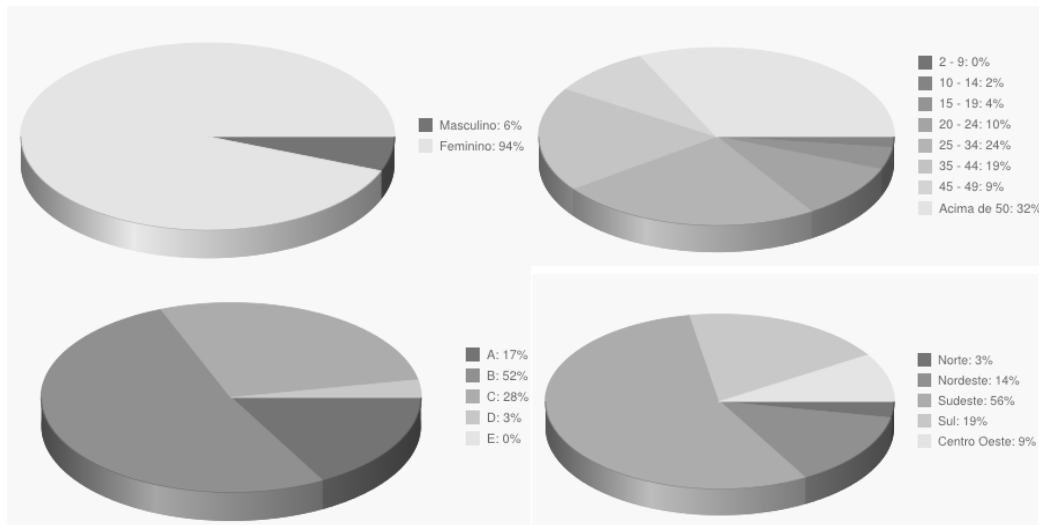


Figura 6: Gráficos que representam o público leitor da *Claudia*

A revista é mensal, mas produz edições especiais ao longo do ano, como no Dia da Mulher, Dia das Mães ou Natal. O critério de seleção apresentado neste trabalho não inclui as edições especiais. Tal escolha se deu pelo fato de que buscamos reportagens com foco na tensão entre mercado de trabalho e cuidados domésticos no cotidiano. Foram analisadas 36 edições, nos anos de 2012, 2013 e 2014.

1.1.1 Capas de *Claudia*



Figura 7: Primeira linha, da esquerda para direita: capas das edições de 1966, 1972. Segunda linha: capas das edições de 1982 e 2012.

Verificamos que, ao longo das décadas, o tamanho das revistas foi diminuindo e as chamadas de capa significativamente aumentadas. Modelos, atrizes, celebridades e personalidades públicas figuraram na capa da publicação. Ainda hoje as atrizes predominam nas capas. Dos 36 exemplares analisados, 28 trazem atrizes na capa (todas contratadas pela Rede Globo), sendo que oito delas aparecem duas vezes ao longo dos três anos e uma (Giovanna Antonelli) estampa três capas. Apenas uma cantora (Cláudia Leite) e uma modelo (Gisele Bündchen), foram capa por duas vezes. Apresentadoras de televisão e jornalistas foram capas por seis vezes, considerando duas repetições (Angélica e Fátima Bernardes).

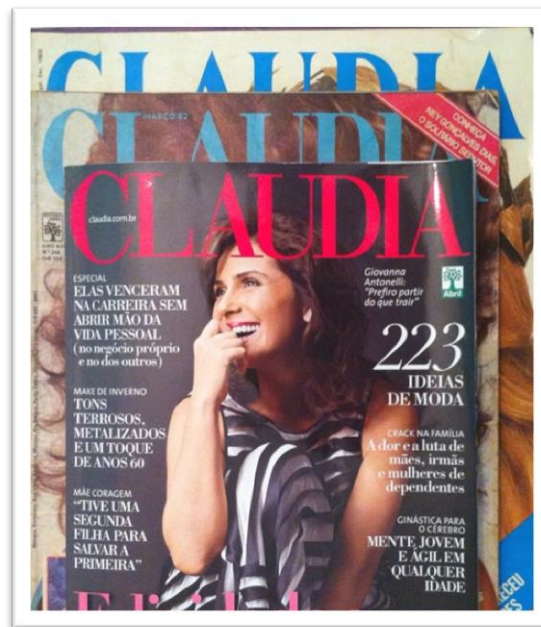


Figura 8: Uma revista sobreposta a outra, com o objetivo de demonstrar a diminuição do formato (1966, 1972, 1982 e 2012)

A estrela da capa também concede uma entrevista, na qual normalmente são propostas questões sobre amor, relacionamento, projetos profissionais, filhos² e sua “receita” de sucesso, que inclui dicas às leitoras de como ser uma mulher multitarefas: como lidar com as necessidades do trabalho e as atividades domésticas, em especial, o cuidado com os filhos. Tais modalizações são marcas registradas nas páginas e capas das publicações do gênero.

O capitalismo alterou intensamente na segunda metade do século 20 os processos de produção de valor das mercadorias (...) nas últimas décadas o

² De todas as capas, apenas duas atrizes não são mães. Porém, em ambas as entrevistas, perguntou-se sobre o projeto de ter filhos.

valor das mercadorias passou cada vez mais a depender dos valores imateriais, significantes, culturais, agregados à mercadoria pelo marketing e pela comunicação. O capitalismo de produção deu lugar ao capitalismo de consumo. As mercadorias cada vez mais têm respondido como objetos agregados a marcas, que por sua vez são conjuntos de sentidos semiotizados pelos tecnocratas da sensualidade, pelos tecnólogos do discurso, que ressaltam nessas construções a dimensão de exclusividade, de unicidade, de distinção dentro de uma taxonomia social-ritual de estilos de vida. (PRADO, (org), 2011, DVD).

Muito mais do que oferecer produtos e bens de consumo para a leitora, as revistas oferecem um modo de vida em que impera a felicidade. A figura da mulher é quase sempre sorridente, ocupando o espaço central, na maioria das vezes com destaque para o rosto e um olhar que parece fitar diretamente a leitora, como a considerá-la participante de um mesmo campo discursivo. As chamadas de texto circundam o corpo, mas também se sobrepõem a ele. As cores predominantes são branco, rosa e vermelho (essas últimas, cores comumente associadas à feminilidade). Num primeiro olhar, reconhece-se os rostos que comumente vemos na televisão: mulheres poderosas, profissionais de sucesso, maquiadas (sinônimo de feminilidade e sofisticação na cultura neoliberal) e com algo de selvagem, de indomado nos cabelos “ao vento”. Com essa imagem da capa, a revista oferece o mapa cognitivo³ do sucesso.

Um terço das capas analisadas, ou seja, 12 das 36 revistas contêm chamadas sobre o mercado de trabalho. Nos textos de capa, as modalizações imperam. Verbos no imperativo mostram o caminho do sucesso: como ser feliz, bem sucedida, ter amor e saúde. Agrupamos as capas de acordo com a forma pela qual a enunciadora lida com o tema “trabalho”. Em quatro capas, foi possível encontrar promessas que se mostram quase tão mágicas quanto um toque da varinha de condão de uma fada madrinha, já que a reportagem promete melhorar todos os aspectos da vida da leitora, inclusive a carreira.

Viva seus sonhos. Planos de ação para você... Mudar de atitude no trabalho e ser mais feliz. Formar filhos cidadãos e contribuir para um mundo melhor. Ter dinheiro e realizar grandes projetos (da casa própria à guinada na carreira). (*Claudia*, nº 2, ano 52, capa)

Acredite em você! Aprenda a receber críticas e cresça mais rápido. Saiba ouvir seu guru interior. Reconheça suas fraquezas e vire o jogo a seu favor. (*Claudia*, nº 4, ano 53, capa)

Viva mais feliz. Pesquisas e conselhos de especialistas para dar um up no amor, na saúde, no trabalho... (*Claudia*, nº 9, ano 53, capa)

³ “Os mapas que o enunciadador apresenta a seus públicos no sentido de modalizar suas ações, a fim de que cada um possa alcançar valores construídos dentro da sociedade pós-moderna de consumo, como vitória, sucesso, riqueza e corpo sarado” (PRADO, (org), 2011, DVD).

Viva o novo! Um plano possível para você se reinventar no amor, na carreira, na vida financeira... e ser ainda mais feliz em 2015 (Claudia, nº 12, ano 53, capa)



Figura 9: Capas das revistas em sentido horário: fevereiro/ 2013, abril/ 2014, setembro/ 2014, dezembro/ 2014

Há as capas que abrigam mapas cognitivos baseados concomitantemente na realização profissional e pessoal. A questão da dupla jornada de trabalho é um dos temas recorrentes a partir dos quais o enunciador convoca ao equilíbrio e ensina como manter tudo sob controle. O foco do discurso não está mais no imperativo. Agora a enunciadora recorre aos tecnólogos do discurso (psicólogos, cientistas, professores) e à experiência (de sucesso) de outras

mulheres, que atuam na reportagem como modelos de conduta. Através desses enunciados, dá-se a modalização.

Elas venceram na carreira sem abrir mão da vida pessoal (no negócio próprio e no dos outros). (*Claudia*, nº 4, ano 51, capa)

Dá para ter tudo? Quanto nos custa conciliar o sucesso na carreira, no casamento e a maternidade. (*Claudia*, nº 9, ano 51, capa)

Faça acontecer. Aprenda com a chefona do Facebook a chegar aonde quer na carreira – e ainda ter tempo para a família e para você. (*Claudia*, nº 4, ano 52, capa)

Lições de bem viver. Inspire-se na virada da superexecutiva Ariana Huffington para ter sucesso sem se desconectar de você mesma. (*Claudia*, nº 3, ano 53, capa)

Nestes casos, as chamadas são subliminarmente homologadas pelas estrelas da capa, pois todas são profissionais de sucesso, mães, esposas e dispõem de tempo para investir na beleza. As quatro mulheres que aparecem na capa compartilham constantemente nas redes sociais suas vidas em família, momentos íntimos e descontraídos com os filhos; concedem entrevistas na grande mídia sobre como conciliam a maternidade e a profissão e, não raramente, recebem declarações de amor dos maridos em rede nacional



Figura 10: Capas das revistas em sentido horário: abril/2012, setembro/2012, abril/ 2013, março/2014

Em menor escala, há outra vertente do tema “trabalho” nas capas da publicação. O enunciador recorre ao modo interrogativo para prender a atenção da leitora. “Polêmica. Bem-sucedidas e solitárias. Tem que ser assim mesmo?” (março/ 2012) ou “Nossa felicidade. O que querem as mulheres: mais tempo ou mais dinheiro?” (setembro/ 2013). A revista, de outra forma, convoca a leitora a ter tudo. Porque optar? Como visto, a mulher de *Claudia* consegue ter tudo e ser feliz.



Figura 11: Capas das revistas em março/ 2012 e setembro/ 2013

Outras duas chamadas não estão incluídas nos agrupamentos anteriores. Uma delas é incomum e traz a figura do homem como parceiro profissional, como alguém que pode ajudar a ter sucesso profissional: “Como o marido certo pode ajudar você a vencer na carreira” (maio/ 2013). A inserção do homem nesse tipo de reportagem pode ser considerada infrequente, pois, na grande maioria das chamadas, ele está fixado quase que exclusivamente como parceiro amoroso.



Figura 12: Capa da revista em maio/ 2013

Por fim, há uma chamada sem grandes apelos de mudança, nem a necessidade de se manter no equilíbrio, muito menos de questionamento: “Guinada no trabalho. Histórias inspiradoras de mulheres empreendedoras” (julho/ 2013). A chamada promete uma grande virada no trabalho e investe no termo “empreendedoras”, que aparece em quase todas as edições analisadas e, nessa linha voltada para a valorização do empreendedorismo feminino, promove o Prêmio *Cláudia*, que em 2015 terá sua 19ª edição e conta com cinco categorias: Ciências, Políticas Públicas, Cultura, Negócios e Trabalho Social.



Figura 13: Capa da revista em julho/ 2013

1.1.2 Seções

a. Atualidades e Gente

Estão incluídos aqui entrevista ou perfil da estrela da capa, além de entrevistas e perfis com homens e outras personalidades de destaque no mês, reportagens que falam de carreira, dinheiro, empreendedorismo, espiritualidade, autoconhecimento, saúde, bem-estar, relacionamento, viagem, atualidades e histórias extraordinárias de pessoas comuns.

b. Beleza e saúde

Esta seção traz lançamentos e novidades em tratamentos, dietas e tecnologias, minitutoriais e editoriais com as tendências, sempre com um enfoque na usabilidade e no que deixa a leitora mais bonita. Engloba as seções *Balcão de beleza*, *Lição de beleza* e editoriais nessa área e nas seções de saúde e bem-estar.

c. Casa & Família

Seção que inclui, além de ideias de decoração, tudo o que está ligado ao núcleo familiar. Especialistas respondem às dúvidas mais comuns das mães em relação aos filhos; há também conteúdo sobre educação, comportamento infantil e sobre convívio em sociedade.

d. Comida & Bebida

Aqui a leitora encontra ideias para receber a família e os amigos em datas especiais, com deliciosas comidas e a casa bem arrumada. As receitas são diversificadas e incluem invenções e clássicos, todos testados e aprovados pela consultora culinária de *Claudia*, Bettina Orrico, e ainda sugestões de chefs de vários estilos e especialidades. A seção *Beber Bem* traz receitas de drinques e dicas relacionadas ao tema.

e. Inspiração

A abertura da revista apresenta um mix de novidades culturais e de consumo naquele mês. O espaço é dedicado a pessoas que se destacam em diferentes áreas por suas ações transformadoras. A seção inclui as três colunistas: Danuza Leão (*Conversa com Danuza*), Cynthia de Almeida (*Carreira*) e Marcia de Luca (*Coisas da Alma*).

f. Moda

Uma combinação de serviço com tendências e inspiração para manter atualizada uma leitora que valoriza praticidade e usabilidade. Engloba as seções *Básicos de Claudia*, *Com que roupa eu vou?*, *Vida nova para...*, *Desafio da leitora*, *Vitrine* e editoriais de moda focados em roupas ou

acessórios, sempre acompanhados de uma pesquisa de mercado, com opções mais acessíveis das peças apresentadas.

1.2 Revista *Marie Claire*

Chique é ser inteligente é o slogan da revista *Marie Claire*, que começa a circular no Brasil em 1991, pela editora Globo, e que em 2015 completa vinte e quatro anos. Nascida na França em 1937, teve circulação interrompida durante a Segunda Guerra Mundial, só retornando em 1954. Sabe-se que uma revista feminina com nome de mulher criava a sensação de que o veículo “parecia ter personalidade própria – aliás, uma tendência surgida na França e vitoriosa na Europa”. (BUITONI, 1986, p.49). Hoje, a revista está presente em 33 países – motivo de grande orgulho por se tratar de uma revista internacional.

**PORQUE MARIE CLAIRE
É FORTE NO MUNDO TODO**

33 edições internacionais
53 milhões de exemplares por ano
16 milhões de leitores por mês
33 mil páginas de anúncios por mês

AUSTRALIA, BELGIUM, BRAZIL, CHINA, COLOMBIA, CZECH REPUBLIC, EMIRATES, FRANCE, GREECE, HONG-KONG, HUNGARY, INDIA, INDONESIA, ITALY, KOREA, KUWAIT, MALAYSIA, MEXICO, THE NETHERLANDS, PUERTO RICO, ROMANIA, RUSSIA, SAUDI ARABIA, SOUTH AFRICA, SPAIN, SYRIA, SWITZERLAND, TAIWAN, THAILAND, TURKEY, UKRAINE, UNITED KINGDOM, UNITED STATES, VENEZUELA

marie claire

Figura 14: *Mídia Kit* da revista *Marie Claire*

Apesar da matriz da revista ser francesa, as editoras dos outros países têm projeto editorial próprio. No Brasil, as pautas de moda e beleza ganham destaque na capa e maior número de páginas. A revista se diz múltipla por ser “a mistura perfeita de jornalismo da mais alta qualidade com o universo sofisticado da moda e beleza” (*Mídia kit* 2015). Identificamos facilmente essa diversidade nas capas: Em janeiro de 2012: “Egito: as mulheres na revolução”, logo abaixo da maior chamada da capa: “Já comprou o seu? Vibrador faz dormir

melhor e evita rugas”. Observamos também em junho de 2012: “Violência na classe alta. Elas denunciaram seus maridos agressores”, sendo que a chamada principal da capa é: “Inverno sexy. Mix de estampas, vermelho poderoso e o tricô chic”. Vale ressaltar que a estrela desta capa veste vermelho. E assim, numa aparente dicotomia, a revista constrói seu discurso para uma enunciatória “ousada e ao mesmo tempo glamourosa”.

A enunciadora oferece sofisticação e informação. Desde dicas do restaurante do momento em Dubai, ao livro que “você não pode deixar de ler”, a revista busca diversidade de temas, com aproximadamente 40 matérias, porém, uma média de 24 reportagens são sobre moda e beleza, o que significa aproximadamente 60%, considerando os três anos analisados nesta pesquisa. Mas não é a moda chamada *fast-fashion* (popular) é a tendência europeia e americana de luxo. A moda para o público “AB” (a revista considera o público “A” e “B” como só uma fatia do mercado), que, segundo o *Mídia Kit*, engloba 69% das leitoras. As outras classes, apesar do número considerável de 31% de leitoras, nem constam na apresentação, sendo que 53% têm entre 18 e 44 anos. Nada consta sobre o restante dos 47%. A tiragem da revista é de 171.642 exemplares, o que constitui apenas 40% dos exemplares da *Claudia*. Porém, segundo o *Mídia Kit*, 68% das leitoras de *Marie Claire* não leem outras revistas.



Figura 15: *Mídia Kit* da revista *Marie Claire*

1.2.1 Capas de *Marie Claire*

Em maio de 2011, a revista *Marie Claire* passa a ter duas capas. Uma para quem adquire a revista nas bancas e outra para assinantes. Enquanto a capa da banca ostenta várias chamadas em busca da captura da atenção e interesse da leitora, a versão para assinantes não ostenta nenhuma chamada – na capa, apenas os nomes da modelo e da revista. Enquanto a foto da versão de banca encara a leitora com um leve sorriso, na versão para assinantes, a estrela da capa posa para um ensaio fotográfico mais conceitual, praticamente sem cenário ou roupas que chamem atenção. Geralmente o foco é no rosto da modelo.

Assim como *Claudia*, *Marie Claire* traz na capa basicamente atrizes. Das 36 capas analisadas, 17 são atrizes (uma internacional – Angelina Jolie), sendo que seis delas aparecem duas vezes e apenas uma atriz (Sophie Charlotte) por três vezes – todas as atrizes brasileiras são contratadas da Rede Globo. Das 17 atrizes, apenas cinco são as mesmas que aparecem na revista *Claudia*. A opção da *Marie Claire* é por mulheres mais jovens e por modelos, que estampam cinco capas, sendo duas repetições. Quanto às apresentadoras de televisão, há apenas uma (Sabrina Sato) e duas jornalistas (as mesmas da *Claudia*). Duas cantoras, uma nacional (Cláudia Leite, que também estampou a capa da *Claudia*) e outra internacional, Jennifer Lopez. Apenas em uma capa aparece um homem, numa edição cujo tema principal é o dia dos namorados e este aparece com sua namorada, também atriz.



Figura 16: Capas de Marie Claire, versão das bancas e versão de assinantes



Figura 17: Em junho, mês dos namorados, a revista traz na capa um casal global.

No que se refere à chamada de capa sobre o mercado de trabalho, encontramos apenas duas. Na edição de maio de 2013, há a chamada: “Independência ou Onipotência. Quando o seu poder ameaça o dele”. Esta matéria não se refere diretamente ao mercado de trabalho, mas parte do pressuposto de que a mulher que coloca o poder do homem/companheiro em cheque está no topo da carreira. O questionamento proposto refere-se ao fato de que isso pode prejudicar a relação do casal.



Figura 18: Capa da revista em maio/2013.

Outra capa relativa ao assunto foi publicada em dezembro de 2014: “Assédio. O drama das mulheres que foram proibidas de engravidar pela chefe”. Nesta chamada, fica clara a tensão entre mercado de trabalho e vida privada, tema central desta pesquisa. Analisaremos esta reportagem mais aprofundadamente no próximo capítulo.



Figura 19: Capa da revista em dezembro/2014.

1.2.2 Seções

a. *The best of fashion*

Numa rápida tradução, tem-se algo como “o melhor da moda”. Até março de 2014, esta seção se chamava *Shopping*, pois, em parte, funciona como um guia de compras de tudo que está sendo lançado ou está no auge da moda. Mostra também as tendências para próxima estação, bem como os *looks* das celebridades e entrevistas com grandes estilistas. Joias e marcas internacionais estão sempre presentes nesta seção.

b. Moda

Apesar de ser o mesmo tema da seção anterior, esta se dedica à produção de *looks*. São ensaios fotográficos temáticos para inspirar e orientar as leitoras na hora de preparar o próprio visual.

c. *The best of beauty*

Seguindo a linha de ter o nome da seção em inglês, encontramos aqui tudo relacionado à beleza. Cores da moda, tendências de maquiagem, lançamentos de produtos, nutrição e *fitness*. Esta seção se chamava *Beauty News* até março de 2014.

d. Beleza

Como a seção anterior, esta também se encontra focada na “beleza”. Dicas de perfumes, tons de maquiagem, guias de cuidado da pele, novas técnicas para cuidar dos cabelos. Das sete seções da revista, quatro são dedicadas à moda e beleza. Há um painel no *Mídia Kit* que justifica esta escolha, ao identificar que a leitora investe neste mercado.



Figura 20: *Mídia Kit da revista Marie Claire*

e. Reportagens

As reportagens de cunho social e de denúncia estão incluídas nesta seção. Há também a *Entrevista do mês*, que não é realizada com a celebridade da capa e não necessariamente com mulheres. A subseção *Eu, leitora*, como o nome anuncia, traz a história de uma leitora, geralmente uma história de superação, com final feliz.

f. *Must see*

Esta é a coluna que mais mudou de nome nos últimos três anos. Até abril de 2012, se chamava *Pré-estreia*. Em maio do mesmo ano, passa a ser *Zoom* e só em março de 2014 entra na linha anglófona e passa a ser *Must see* (algo como: você precisa ver). Nesta seção, encontram-se dicas de livros, filmes e eventualmente exposições. Como matéria fixa, a revista oferece dicas sobre cinco capitais: Paris, Londres, Nova Iorque, São Paulo e Rio de Janeiro. As indicações variam – desde restaurantes novos a lojas recém inauguradas, passando por exposições nas capitais.

g. *Lifestyle*

Seção que normalmente trata sobre viagens, em geral internacionais, destacando algum destino diferente das cidades mais comumente visitadas, como Paris, Londres e Nova Iorque. Nesta seção estão incluídos também o tradicional *Horóscopo*, os endereços das lojas citadas e uma página que contém a *Tentação do mês* – algum produto de moda ou beleza, geralmente muito caro.

1.3 Revista *TPM*

Apesar de *TPM* ser uma sigla constante no dicionário feminino por ser a abreviatura de tensão pré-menstrual, portanto, um possível nome para uma revista destinada a este público, não é o caso da publicação em questão, ou não diretamente, pelo menos. *TPM* significa *Trip para Mulheres*. A *Trip* é uma revista voltada para o público masculino que, em pesquisa de mercado, descobriu que muitas mulheres se interessavam pela publicação. Assim, nasceu a *TPM*, em 2001, este ano completando 14 anos e deste modo, posicionando-se como a mais nova das publicações analisadas para esta pesquisa. Talvez por isso, a mais rebelde. Em seu *Mídia Kit*, a revista se intitula como: provocativa, moderna e inteligente.



Figura 21: *Mídia Kit* da revista *TPM*

A rebeldia começa pelo fato de publicar todas as matérias da revista impressa no site. Sabe-se que as outras revistas só publicam parcialmente as matérias no site e vendem a assinatura para a versão *online* ou apenas os assinantes da versão impressa têm acesso liberado. Ainda no *Mídia Kit*, outra ousadia. Divulgar preços dos anúncios, sendo que as outras revistas analisadas não publicam, por não ser uma prática comum no mercado editorial.

Tabela de preços
TIRAGEM E DISTRIBUIÇÃO: 42 MIL EXEMPLARES

ESPECIFICAÇÃO	VALOR
Página simples - 20,8 cm x 27,3 cm	R\$ 34,500.00
Página dupla - 41,6 cm x 27,3 cm	R\$ 69.000.00
1/2 página - 20,8 cm x 13,7 cm	R\$ 21.000.00
1/3 página - 13,7 cm x 27,3 cm	R\$ 13.000.00
1/4 página - 10,4 cm x 13,7 cm	R\$ 12.200.00
2ª capa + pag. 02 - 41,6 cm x 27,3 cm	R\$ 86.800.00
3ª capa	R\$ 46.400.00
4ª capa	R\$ 46.000.00
Página determinada	Adicional de 25%
Encarte	sub consulta

Cronograma 2012

EDIÇÃO	AUTORIZAÇÃO	WRITE-UP	CIRCULAÇÃO
117	16/Jan	16/Jan	13/Jan
118	13/Fev	16/Fev	5/Mar
119	16/Mar	23/Mar	5/Mar
120	13/Abr	16/Abr	4/Ma
121	10/Ma	25/Ma	4/Jun
122	13/Jun	25/Jun	4/Jul
123	10/Jul	22/Jul	6/Ago
124	13/Ago	25/Ago	5/Set
125	10/Set	25/Set	4/Out
126	13/Oct	16/Oct	5/Nov
127	10/Nov	16/Nov	4/Dez

Como enviar seu material

Fechar arquivos PDF no tamanho original do anúncio com 0,5 cm de margem de cada lado e resolução de 300 dpi.
Se o anúncio for de página dupla, favor fechar dois arquivos de página simples. Gravar em CD, DVD, pen drive ou mídia semelhante, anexar preço de cor e enviar.

Qualquer dúvida, ligue 111 3896-8200

Tríp Editora
AV. Deputado Conescol publicidade@trip.com.br
Rua Otávio Edgardo Leite, 767
São Paulo, SP
CEP 05464-010

Figura 22: *Mídia Kit* da revista *TPM*

Sobre a segmentação, *TPM* começa por informar o grau de escolaridade das leitoras: 88% das leitoras de *TPM* têm ensino superior completo. Ao contrário das outras publicações, *TPM* não mostra a classe social de seu público – mas é uma informação que fica subentendida ao destacar o nível alto de escolaridade. Esta informação também dá indícios da idade, já que para ter o curso superior é necessário ter pouco mais de 20 anos: 60% apresentam entre 26 e 35 anos. Os outros 40% estão assim distribuídos: 1% com até 18 anos, 25% entre 19 e 25 anos e 14% com 36 anos ou mais. Ou seja, das revistas em questão neste trabalho, a *TPM* tem indubitavelmente o público leitor mais jovem.

Todas as publicações analisadas têm circulação nacional, sendo *TPM* a revista de menor tiragem: 50 mil exemplares ao mês, com a diferença de que possui apenas 11 edições

ao ano (dezembro e janeiro constituem uma mesma edição). Portanto, nossa escolha pela revista *TPM* em integrar esta pesquisa não se deu pela tiragem, mas sim por seu discurso, que ora se aproxima, ora se afasta das outras revistas. Consideramos que, nos momentos em que o discurso se afasta do que é considerado tradicional na mídia voltada para o público feminino, encontra-se aí uma rica fonte de material para esta pesquisa.

A revista lança mão de um recurso não utilizado nas publicações voltadas ao público feminino: produzir edições temáticas. Um tema é explorado por diversas seções da revista, bem como por diferentes pontos de vista. Por exemplo, na edição de agosto de 2014, o tema central foi o poder. O assunto se configurou da seguinte forma nas seções: o Editorial com o título “Tá podendo!”; *Páginas Vermelhas*, entrevistando a “herdeira de uma das maiores fortunas do país, Maria Alice Setúbal”; a capa com Mel Fronckowiak, “ídolo infantil, escritora, ‘Miss Bumbum’, namorada de Rodrigo Santoro e repórter do programa *A liga*”; uma reportagem especial que traz uma pergunta como título: “Em que momento da vida você se sentiu mais poderosa?”, diversas mulheres respondem; “Mulheres que nos representam”, sobre o poder da mulher na política; “Política com útero” sobre uma mãe que teve o filho assassinado e fundou o movimento Mães de Maio; “Política de vanguarda: Raquel Peyraube, a médica que comprou briga pela regulamentação da maconha no Uruguai” e por fim, a seção *Perfil*: “Andrea Neves, a mulher por trás da campanha de Aécio Neves”.



Figura 23: Capa da revista em agosto/ 2014

Outro ponto importante a ressaltar na revista é o *Manifesto TPM*, lançado em maio de 2012, em que a enunciadora interpela suas leitoras: “*Você é livre? Mesmo?*”. Edições posteriores passaram a ter a liberdade como tema, em diferentes vertentes. Deste modo, as convocações das outras revistas são questionadas: obrigatoriedade do casamento, manequim magro, vigilância constante da beleza e a instrumentalização do sexo, são alguns dos temas questionados por *TPM*, a partir dos quais busca propor caminhos de liberdade para as mulheres. O manifesto propõe 15 pautas, que agrupamos em quatro temas: maternidade; relacionamento-sexo; moda-beleza-corpo e trabalho doméstico. Em seguida, são postas em blocos palavras de ordem com respostas às normatizações recorrentes nas revistas femininas tradicionais.

Maternidade:



Relacionamento e sexo:



Beleza, corpo e moda:



Trabalho doméstico:



Figura 24: Manifesto TPM

As fotografias das mulheres que compõem alguns quadros do manifesto apontam para a cristalização do gênero na figura das mulheres dos anos 1950 e 1960, cujas possibilidades são delimitadas pela premissa de uma identidade fixa e definitiva com aparência de uma maneira “natural” de ser mulher. É possível pensar aqui no “mito do eterno feminino” de Simone de Beauvoir, estabilizado no interior de um quadro regulatório rígido (SALIH, 2012, p.80), em que predomina o espaço doméstico, a maternidade, a sexualidade instrumentalizada e a busca por um padrão de beleza ditado pela moda. É esse o contexto evocado pelas imagens das mulheres do manifesto e também nas pautas que as acompanham: “Amo as crianças. Mas vamos sair sem elas hoje?”, “Não me faço de vítima. Nem da moda”, “Eu não visto 38. E daí?”, “Sou dona de casa. Dona da minha casa”. As frases, entretanto, aludem à agência do sujeito, provocando ruído na regulação estrita da época, criando um antagonismo entre a imagem da “mulherzinha”, que adere à “conversa de comadres”, e a da “mulher”, que é contra “velhos estereótipos [...] e qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um padrão, cercar seu desejo e diminuir suas possibilidades”.

Essa proposta editorial da revista abre espaço de visibilidade para diferenças entre as mulheres e vivências outras que não as previstas nos discursos das demais revistas, acompanhando o surgimento da “política das diferenças” ou do multiculturalismo nas décadas de 1980 e 1990. As revistas femininas, desde seu início, tratam de uma mulher una e universal, hegemonizando a experiência particular de certas mulheres. O manifesto amplia o espectro de possibilidades para suas leitoras, deslocando a igualdade entre as mulheres ao privilegiar a diferença.

O formato em perguntas, sem repostas fechadas, coloca em dúvida os imperativos presentes nas revistas femininas tradicionais e põe em evidência certa indeterminação. No lugar da mulher ideal, *TPM* tenta dar conta da multiplicidade de experiências cotidianas das mulheres. Nessas palavras de ordem, a fantasia ideológica das revistas tradicionais é atravessada e a enunciadora priva suas enunciatárias de entrarem naquela cena, oferecendo-lhes por meio de perguntas sem repostas uma indefinição – um vazio. Esse parece ser o deslocamento central do manifesto.

1.3.1 Capas de *TPM*

Assim como *Marie Claire*, *TPM* apresenta duas capas. Porém, ambas chegam às bancas, diversamente da concorrente de origem francesa, que apresenta uma capa para

assinantes e outra para as bancas. Das 33 edições, foram produzidas 46 capas. Há meses em que há apenas uma capa, outros meses duas capas, podendo chegar a ter três capas, numa mesma edição. Não há uma regulação sobre isto. Homens aparecem oito vezes na capa, sendo cinco em capas duplas (na outra capa, uma mulher); uma vez capa única (o ator Wagner Moura) e duas vezes com uma mulher na mesma capa. Eles são atores, esportistas ou comediantes. Das mulheres, 18 são atrizes, seis cantoras, quatro jornalistas/ apresentadoras, três comediantes e três modelos, duas esportistas, uma diretora de televisão e uma designer e empreendedora social. Houve apenas uma repetição ao longo dos três anos analisados: a atriz Alessandra Negrini aparece duas vezes na capa, em março de 2012 e novembro de 2014. Ainda que as atrizes imperem, verificamos que a *TPM* é, das três analisadas, a publicação que tem maior variedade de profissões na capa, a única a colocar homens sozinhos, bem como a ter esportistas, diretora de televisão e empreendedora social na capa.

As capas da revista também não atendem ao modelo tradicional das publicações voltadas para o público feminino. A produção de roupa e maquiagem apresenta outra proposta: a simplicidade com roupas do dia a dia ganha as capas, em contraposição aos modelos luxuosos das concorrentes. A maquiagem é mais leve, com aparência espontânea e os cabelos produzidos – mas produzidos para parecerem naturais. Algumas capas são provocativas como a que a atriz Deborah Secco aparece com a mão na vagina (setembro de 2014) e a dupla capa (uma sobreposta a outra) em que Alice Braga (agosto de 2013) aparece produzida como se estivesse nas capas das revistas concorrentes e na página seguinte, uma “outra capa” com a “produção natural”, característica da *TPM*, estampando a pergunta provocativa: “Pra que mentir?”.



Figura 25: Capa da revista em agosto/ 2013



Figura 26: Diferentes capas para a mesma edição da revista em setembro/ 2014

No que se refere ao tema do mercado de trabalho, identificamos sete reportagens de capa. Uma dessas reportagens apresentou três capas diferentes numa mesma edição. Trata-se de um especial sobre o crescente movimento das mulheres de “retornar ao lar” e dos homens que assumem tarefas que antes eram consideradas apenas femininas. O título da reportagem foi “A nova mulher prendada” e esta aparece em três versões: uma atriz e modelo empunhando um espanador, uma jornalista num momento íntimo, vestindo-se e um ator travestido de mulher, com as mesmas luvas e espanador da atriz. Uma análise desta reportagem será realizada no próximo capítulo.



Figura 27: Diferentes capas para a mesma edição da revista em maio/ 2013

Já na edição especial sobre “Mulher e Dinheiro”, a chamada é “O que muda em casa e no trabalho quando a mulher ganha mais que o homem”. Identificamos aí o que se sabe no senso comum: mulher ganha menos do que homem, pois quando ganha mais, é exceção e vira capa de revista. Ainda na relação mercado – dinheiro, a revista *TPM* intitula a chamada com seu habitual modo interrogativo: “Pra que trabalhar que nem homem?”. A enunciadora traz para o debate um tema relevante para esta pesquisa: ela parte do princípio de que a mulher está inserida no mercado de trabalho moldado por homens. Não só parte desse princípio, como questiona sua formação.



Figura 28: Capas da revista em outubro e abril/ 2013

Já a reportagem que pergunta: “Não deu conta de tudo hoje?” trata das duplas e triplas jornadas que as mulheres assumem no dia a dia. “Por que você, Sabrina Sato e Paula Lavigne não conseguem fazer tudo o que gostariam? Resposta: porque é impossível”. Diferente da *Claudia* e *Marie Claire*, *TPM* não dá sugestões de como dar conta de tudo, ao contrário, escancara que dar conta de tudo é impossível.



Figura 29: Capa da revista em julho/ 2012

Outra vertente sobre o mercado de trabalho é o tema “poder”. Além da já citada edição especial, a revista investe mais duas vezes no tema. Em abril de 2012, a entrevistada é uma filósofa cuja fala está na capa: “Viviane Mosé provoca: As mulheres conquistaram muito poder e ficaram arrogantes”. Uma provocação e tanto para a mídia voltada para o público feminino que vive de enaltecer o poder conquistado pelas mulheres. Porém, a figura da cantora da capa, Karina Buhr, aborda o tema do poder por estar numa posição em que parece chutar o que a incomoda e sua frase-chamada é: “Enfim uma nova cantora que não faz a linha fofa: Nunca vou deixar de fazer o que eu quero porque é mais certinho de outro jeito”.

O poder é ainda questionado na edição que traz a cantora Ivete Sangalo na capa. A cantora é assim apresentada: “A força de Ivete. Ela é a principal cantora do Brasil, recebe até R\$ 1 milhão por show, tem 7 milhões de seguidores no twitter, bate recordes de venda de DVDs. Dá para manter a sanidade com tanto poder?”. Como vemos, a recorrência de perguntas é a linha de força do discurso da revista *TPM*. O periódico segue com perguntas-título: “Existe mesmo um jeito feminino de liderar?”. Deste modo, pode-se afirmar que a revista não segue a linha tradicional das revistas femininas através das modalizações. Ao contrário, ela questiona a naturalização.



Figura 30: Capas da revista em agosto/ 2014, abril e novembro/ 2012

1.3.2 Seções

a. Páginas Vermelhas

Esta seção abre a edição e consiste numa longa entrevista com muitas fotos de diferentes épocas da vida da entrevistada. Em sua maioria, mulheres. Importante observar que as entrevistadas são escolhidas por algum destaque

profissional, ainda assim, as seguintes perguntas aparecem: “como você lida com o lado profissional e a maternidade?”, “como concilia a profissão com o casamento?”, o que nunca acontece quando os homens são os entrevistados, tendo como pauta o destaque profissional (nem na *TPM* e nem em outras mídias).

b. Bazar

A seção *Bazar* reúne conteúdos de “opinião” e “cultura”, como indicações breves de exposições, música, cinema, teatro, etc, em que são destacados os trabalhos realizados por mulheres, como cantoras, coadjuvantes em filmes, novas escritoras, musicistas, artistas, fotógrafas, modelos etc.. É notório o destaque para as atividades que acontecem no eixo Rio-São Paulo. Uma coluna fixa de Tania Menai, *Só em Nova York*, também existe em todas as edições consultadas. Ainda em *Bazar*, uma mulher apresenta alguns de seus objetos de que mais gosta, em *Minhas peças*, e em *24 horas*, outra mulher tira fotos de momentos do seu dia para mostrar como é sua rotina.

c. Perfil

Um texto narrativo, com muitas fotos (atuais e antigas) que pode conter ou não as falas da entrevistada ao longo do texto. No caso da edição de agosto de 2014, o perfil sobre Andrea Neves, irmã do então presidenciável Aécio Neves, não havia nenhuma fala, apenas de pessoas próximas e o perfil tomou a forma de uma curta biografia.

d. Reportagem

Geralmente se trata da reportagem da capa, seja ela temática, ou não. As reportagens contam com fotos e ilustrações.

e. Ensaio

Este é um ponto em que a *TPM* diverge das outras revistas do mercado. A seção *Ensaio* é um ensaio fotográfico masculino. Homens considerados bonitos ou *sexy* estampam a publicação seminus, em fotos sensuais. Porém, é um ensaio bem comportado se comparado aos ensaios de mulheres seminuas.

f. Moda

Um ensaio na mesma linha das revistas femininas tradicionais. Fotos com roupas e tendências da moda e seus respectivos endereços. No caso da edição ser temática, o editorial de moda pode acompanhar o tema.

g. Magazine

Esta seção é composta por várias seções menores: *Beleza*, que trata de dicas de cuidados e produtos, mas, como na imagem da capa da revista, as orientações são para a busca de uma “beleza natural”. Em *Semana de moda*, são apresentados os looks da semana de alguma jovem, uma espécie de agenda de roupas, pois inclui uma pequena descrição das atividades. Em *Casa*, mostra-se a casa de alguma mulher – no perfil da leitora da revista: jovem, descolada e com alto poder aquisitivo. Digamos que esta, juntamente com *Moda*, são as seções que mais se aproximam das revistas concorrentes.

h. Badulaque

Sátiras às demais revistas femininas compõem esta seção. Temas que marcaram a semana ou polêmicas que estão na moda, sempre com fotos no estilo montagem e colagem. É escrita pela repórter especial Nina Lemos.

i. Colunas

São três as colunas fixas. *Respiro*, na qual a atriz Maria Ribeiro escreve nas edições de número ímpar. Nas edições pares, a seção passa a ser *Nécessaire*, pela voz da escritora Antônia Pellegrino; *Coluna do meio*, por Milly Lacombe, que sempre traz constantemente o tema da homossexualidade e *Pra fechar*, Mara Gabrielli, deputada federal e tetraplégica.

1.4 Articulando os discursos

As revistas oferecem mapas cognitivos, nos quais apresentam às leitoras modalizações para alcançar os valores construídos dentro da sociedade de consumo, os quais, como já se

afirmou, ultrapassam os produtos e alcançam os modos de vida, nos quais a vitória, o sucesso e a felicidade são as metas. Da análise acima, podemos depreender diferenças e similaridades entre os contratos das revistas.

Em *Claudia*, a beleza é uma questão importante, mas geralmente ligada à saúde e ao bem estar. Viver mais e melhor é o ensinamento base da revista. As indicações de produtos estão ligadas ao custo-benefício. Já *Marie Claire* foca as modalizações no mundo da moda (incluindo roupas e lugares) e beleza; sempre se mostra o que leitora precisa comprar ou onde ir. Na revista *TPM*, as modalizações são mais suaves. A enunciadora não ordena a leitora com verbos no imperativo, mas sugere indicações dos melhores (e testados) produtos; assim como *Claudia*, ressalta a importância dos preços acessíveis, diversamente de *Marie Claire*, que aposta no luxo, no glamour e em marcas importadas.

Em termos de modelos de comportamento, a revista *Claudia* é campeã. Nas reportagens de comportamento, há sempre um modelo em que as leitoras podem se inspirar. Os tecnólogos do discurso são muitos e frequentes. Entram em cena para trazer soluções e fornecem números para comprovar a eficácia destas soluções. Mas a fonte é figura central na reportagem, para provar que tudo isso é possível na vida real. É comum aparecerem na revista os planos de ação – o conhecido passo a passo para fazer acontecer – seja na vida familiar, financeira ou amorosa.

Já as reportagens de comportamento de *Marie Claire* partem do princípio de que a mulher é poderosa, já tem sucesso – por exemplo, quando discute os dilemas da mulher alfa (sendo alfa o ideal máximo de poder). Na própria *Marie Claire*, essa lógica se inverte quando as matérias são voltadas para a denúncia social. As mulheres entrevistadas começam como vítimas e só depois, com o final feliz, é que saem vitoriosas, quando, por exemplo, denunciam seu agressor ou ganham batalhas na justiça. Em *TPM*, o caráter questionador é claro. As interrogações fazem parte de muitos títulos. O objetivo da revista é provocar, debater o modelo vigente e não se basear nele para buscar o sucesso. Ao invés de buscar o equilíbrio como *Claudia* ou incensar a mulher alfa como *Marie Claire*, *TPM* afirma que dar conta de tudo é impossível.

O tema da maternidade está presente em todas as edições analisadas da *Claudia*, em maior ou menor proporção. Já em *Marie Claire* e *TPM* esse tema está presente ocasionalmente, em histórias de mães e filhas ou reportagens específicas. Em *TPM*, a maternidade também é questionada como condição *sine qua non* para a mulher se sentir realizada.

Sobre os assuntos do coração, *Claudia* é a mais conservadora. Refere-se sempre a relacionamentos e não aventuras ocasionais, conta histórias de amor. *Marie Claire* é a mais ousada, e ocasionalmente estampa reportagens sobre casas de suíngue e fantasias mais apimentadas. *TPM*, como sempre questionando, pondera se a relação a dois é mesmo tão essencial na vida da mulher e em que termos.

Para *Claudia*, sucesso significa a mulher ser realizada em todos os aspectos da vida: pessoal (casamento e maternidade), profissional, beleza e bem estar (saúde e felicidade). Para *Marie Claire*, sucesso é ter glamour (beleza, elegância e estar na moda) e ser inteligente. Em *TPM*, o ideal de sucesso é ser livre. Ser livre aqui significa questionar o que as outras revistas pregam e fazer diferente, se quiser. Sendo assim, a convocação central de *Claudia* é a conquista do equilíbrio. A de *Marie Claire* é: seja ainda mais poderosa (glamourosa). E a principal convocação de *TPM* é um convite para exercer a liberdade de escolha.

O contrato de comunicação de *Claudia* está baseado na busca pela felicidade integral – o discurso da enunciadora reforça que a mulher conquistou a liberdade de trabalhar fora. O contrato de *Marie Claire* está resumido no slogan: chique (bela, glamourosa e na moda) é ser inteligente (antenada, bem informada e moderna) – a liberdade está posta no discurso através do poder – a mulher hoje pode ser não apenas bela, mas tem de ser também inteligente. O contrato de *TPM* se baseia em buscar outras liberdades, questionando os modelos vigentes.

Foi possível observar que em todos os discursos perpassa o tema da liberdade. Este fato não se dá por coincidência. É preciso lembrar que vivemos na vigência do modelo neoliberal, que vai além de liberalização econômica, livre comércio e privatizações que visam reduções nos gastos (e responsabilidades) do governo. Muito mais do que um modelo econômico, é uma doutrina que incentiva/ estimula condutas individuais e empreendedoras. O liberalismo estabelece “condições sob as quais os indivíduos assumirão a responsabilidade de governar a si mesmos” (FREIRE FILHO, 2010, p. 91). Essa responsabilidade sobre si mesma é que, ampliada pelo discurso da mídia, se configura como “liberdade de escolha”. Há, assim, uma ressemantização da liberdade. No neoliberalismo, o indivíduo se torna a empresa de si mesmo, é convocado todo o tempo para se construir. “Nessa direção, os *media* são dispositivos convocadores e orientadores de ação de primeira ordem no capitalismo (...) propõem a capacitar o leitor em um campo e modalizá-lo para ser o melhor” (PRADO, 2013, p. 60). Para ser o melhor, é preciso consumir. Assim, a mídia é, ao mesmo tempo, espelho e sujeito da construção biopolítica que, “nessa fase midiática, orienta cada um para construir sua própria vida a partir dessas convocações discursivas que encarnam” (*idem*, p. 58). A mídia

funciona então como uma máquina discursiva a favor do neoliberalismo, construindo um discurso de liberdade.

Se utilizo a palavra “liberal”, é, primeiramente, porque essa prática governamental que está se estabelecendo não se contenta em respeitar esta ou aquela liberdade, garantir esta ou aquela liberdade. Mais profundamente, ela é consumidora de liberdade. É consumidora de liberdade na medida em que só pode funcionar se existe efetivamente certo número de liberdades: liberdade do mercado, liberdade do vendedor e do comprador, livre exercício do direito de propriedade, liberdade de discussão, eventualmente liberdade de expressão, etc. A nova razão governamental consome liberdade. Consome liberdade, ou seja, é obrigada a organizá-la. A nova arte governamental vai se apresentar portanto, como gestora da liberdade, não no sentido do imperativo “seja livre”, com a contradição imediata que esse imperativo pode trazer. Não é o “seja livre” que o liberalismo formula. O liberalismo simplesmente formula o seguinte: vou produzir o necessário para tornar você livre. Vou fazer de tal modo que você tenha a liberdade de ser livre. (FOUCAULT, 2008, p. 87).

Essa *liberdade para ser livre* de que trata Foucault é justamente a liberdade anunciada nas revistas, uma vez que a ideologia que sustenta o capitalismo neoliberal é de que o cidadão é livre para se construir como deseja, mas a via de construção é o consumo. Ora, para consumir, é preciso ter dinheiro. Consegue-se dinheiro trabalhando. Então, cria-se a liberdade para a mulher trabalhar fora e ter, assim, remuneração para se construir, consumindo. As enunciatórias das revistas femininas tratam a liberdade feminina como sinônimo de trabalho, logo, de ter dinheiro. Assim, a maioria das reportagens fortalece um discurso carreirista, em que a meta é a presidência da empresa, se possível. Sinônimo de sucesso é ser empreendedora. A competitividade é super valorizada a todo momento, seja através da convocação para ser a mais bela ou a melhor na empresa. Diante disto, a dupla jornada de trabalho é um peso a mais na vida da mulher empreendedora, pois, cuidado é coisa de avó, já que, a mãe, que era da geração de feministas, estava frequentando universidades e integrando o mercado de trabalho – acreditando num sonho de emancipação.

Ainda que no discurso da enunciatória liberdade seja sinônimo a de salário, falta alguma peça a se encaixar, pois, nas mesmas revistas, a angústia é tema das reportagens das revistas analisadas. Estar no mercado de trabalho, nessas condições, não está trazendo a felicidade prometida. Freire Filho (2010) chama-as de “pessoas cronicamente felizes”: são as que mantêm tudo sob controle; não falam sobre problemas (aliás, elas têm?); conservam o emprego, mas abertas para novas oportunidades; são assertivas e flexíveis – na medida; originais e criativas; expansivas e bem humoradas; cativam os colegas e... se casam! É exatamente o sonho de vida da *mulher moderna* – uma mulher que dá conta de tudo ao mesmo tempo, coordena empregos, marido, filhos, babás, viagens, bons livros, deliciosas

receitas, filmes de arte e tempo para compras e cuidados com a beleza. Na realidade, a insatisfação é clara. E demonstrada na decisão de abandonar a carreira e voltar para o lar. É um novo caminho que começa a ser trilhado e tem chamado a atenção de pesquisadoras do feminismo. São mulheres que estão buscando um novo modelo. Que modelo seria esse?

Para o filósofo Vilém Flusser (1972), não conhecemos tal modelo, pois, segundo ele, a mulher vive no ponto de vista masculino desde o período paleolítico. Esse ponto é para o autor, uma visão linear, que busca o progresso a qualquer custo. No texto *A Consumidora Consumida*, Flusser trata da feminilidade e da masculinidade. Este assunto é, no entanto, bastante delicado, pois apesar de fazer uso de tantas ciências, trata, na verdade de uma questão muito subjetiva e enraizada na nossa cultura, que é o nosso ponto de vista – como o autor defende: masculino.

É importante explicar que a oposição homem x mulher é diferente da oposição masculino x feminino. Em ambos os gêneros (homem e mulher) existem os dois princípios (masculino e feminino). Normalmente, mas não necessariamente, o princípio masculino encontra-se mais fortemente no homem, assim como o princípio feminino é mais caracterizado na mulher. Então, seguindo o autor, quando se fizer referência aqui sobre o masculino, não estaremos falando do ser do sexo masculino (homem); o mesmo vale para o feminino (mulher).

Para explicar a posição da mulher de consumidora consumida e diferenciar os pontos de vistas masculino e feminino, Flusser usa a metáfora do côncavo e do convexo. É comum na mitologia, as representações culturais e até religiões se referirem à mulher como figura côncava (útero, cálice). Por ser a geradora de outras vidas, fica clara a ideia de receptáculo. Já as representações do homem estão mais ligadas à convexidade, ou seja, elementos fálicos como a lança, por exemplo. Só que homem e mulher também são representações de feminilidade e masculinidade, assim como o cálice e a lança. Isto porque existem ambos os princípios nos homens e nas mulheres. Ambos são masculinos e femininos, ambos são côncavos e convexos. Porém, por questões biológicas, históricas, culturais, as mulheres são côncavas, portanto, têm a feminilidade como princípio norteador e os homens, por serem convexos, têm a masculinidade como princípio essencial. Porém, ressaltado, para Flusser, há na mulher a convexidade e no homem, a concavidade.

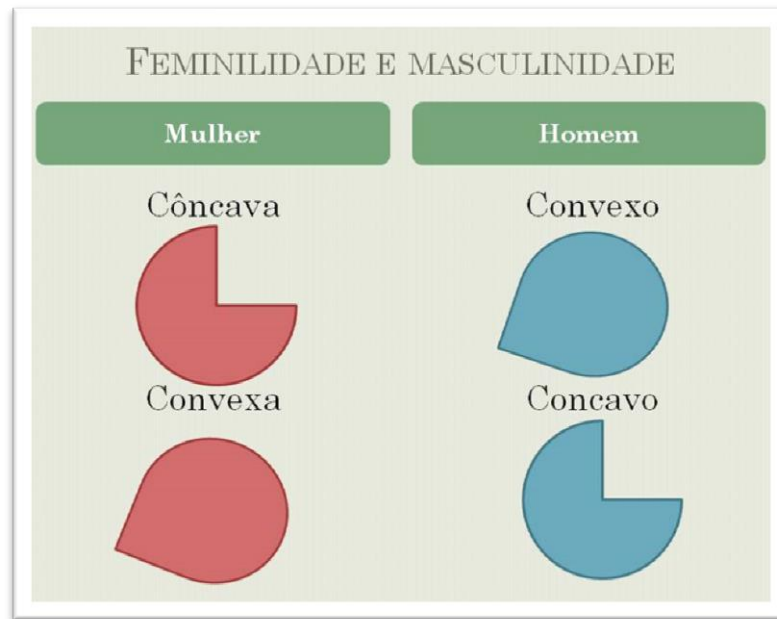


Figura 31: Representação da mulher e do homem. Em ambos, a convexidade e concavidade. O que muda é a predominância de uma ou outra forma.

Flusser (1972) explica que, desde o período paleolítico, a mulher vive no ponto de vista masculino. Ela não perde sua concavidade, pois, sua função biológica continua, mas o ponto de vista, o ponto de partida, *o modo de viver é convexo*. Ela não deixa de ser mulher, mas deixa de ser feminina, de viver no princípio da feminilidade – que é muito mais amplo do que ser apenas receptáculo.

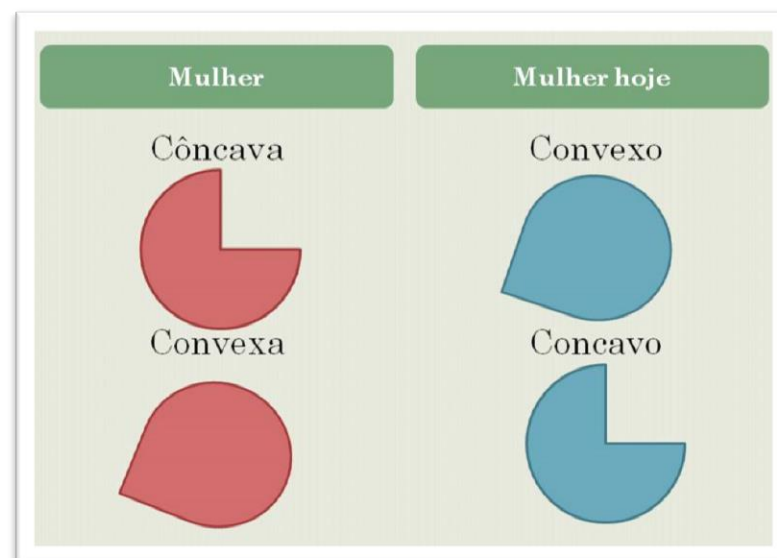


Figura 32: A única feminilidade encontrada na mulher é a masculinizada

Podemos nos perguntar como a mulher, sendo côncava, encaixando perfeitamente na convexidade masculina, quando conjugada, formando um todo, ainda assim deixa de ser feminina? Flusser explica que “a concavidade e a convexidade se sobrepõem mutuamente, de maneira que a própria conjugação de ambos pode ser vivenciada e compreendida do ponto de vista da concavidade e convexidade” (1972, p.41)

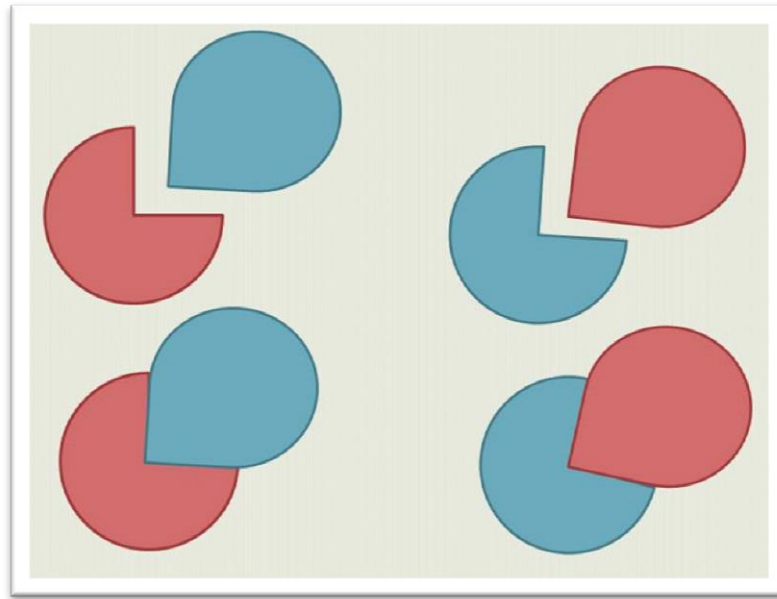


Figura 33: A única feminilidade encontrada na mulher é a masculinizada

Como podemos ver na figura 3, para que haja o encaixe, existe uma sobreposição. Sendo assim, só se pode ver a partir de um ponto de vista. No caso, ou a partir da concavidade (feminilidade) ou a partir da convexidade (masculinidade). Para o autor, a mulher está vivendo no ponto de vista da convexidade:

a tragédia da mulher na sociedade é exatamente esta: a conjugação de concavidade e convexidade é vivenciada e compreendida pela cultura **exclusivamente** do ponto de vista da convexidade, já que o ponto de vista da concavidade foi consumido e jogado no lixo no fim do paleolítico (ou até antes) (...) de maneira que a mulher pode assumir sua feminilidade apenas do ponto de vista masculino (*idem*, p. 41-42).

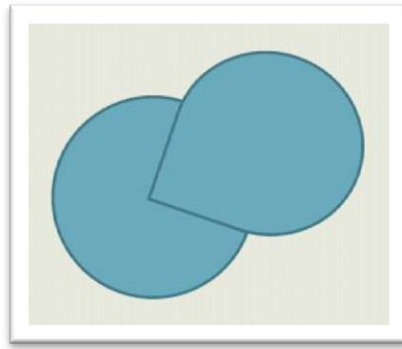


Figura 34: A única feminilidade encontrada na mulher é a masculinizada

Identificamos que, mesmo a mulher estando no ponto de vista da convexidade, existe o encaixe, pois a natureza das formas assim o permite. Mas não na união, porque o ponto de vista de ambos (homem e mulher) é o mesmo: a convexidade, ou seja, a masculinidade. Seguindo o raciocínio do autor, a mulher é a matriz, o homem é o produto, mas, se a mulher está sendo vista e se vendo do ponto de vista masculino, ela torna-se “necessariamente também objeto para si própria” (FLUSSER, 1972, p.42), tornando-se recipiente dela mesma. Daí, inclusive, vem o título do texto: essencialmente o papel feminino é de consumidora (receptora), o papel masculino é de produto (a ser consumido), então, uma vez no papel masculino, a mulher não deixa de ser consumidora, mas passa a ser também consumida. “Tal auto-coisificação da mulher é trágica não apenas para ela, mas também para o homem que por isto é *incapaz de encontrar nela seu complemento*”⁴ (p. 42).

Vilém Flusser sustenta a tese de que todas essas questões estão internalizadas, tanto que o nosso ponto de vista é este, todo o tempo:

não apenas agimos e sofremos de uma forma imposta pelo ponto de vista masculino, mas também explicamos as nossas ações e sofrimentos desse mesmo ponto de vista (...) criamos ideologias (religiosa, filosófica, artística, política, científica) a sustentar a nossa práxis masculina (FLUSSER, *idem*, p.43).

Assim como Flusser, Ilana Lowy, em citação por Hirata (2014) nos alerta sobre o *ponto de vista masculino* no que se refere à ciência:

as definições vigentes de neutralidade, objetividade, racionalidade e universalidade da ciência, na verdade, frequentemente incorporam a visão de mundo das pessoas que criaram essa ciência: homens – os machos – ocidentais, membros das classes dominantes (LOWY, 2009, p. 40 *apud* HIRATA, 2014, p. 61)

⁴ Chamo atenção para a formação da frase, que é, essencialmente, do ponto de vista masculino. O autor sai deste ponto durante o texto, mas está tão internalizado que acaba por colocar a mulher como **complemento**. Esta palavra sugere que o homem é o todo, pois precisa apenas de um complemento. Diferente de dizer, por exemplo, que ambos são complementares.

Baseado nessa crítica é que surge, nos anos 80, o Feminismo da Diferença que “reivindica a igualdade entre mulheres e homens, mas nunca a igualdade com os homens porque isso implicaria aceitar o modelo masculino” (GARCIA, 2011, p. 97). Nessa linha, Donna Wilshire (1997) fará uma crítica à teoria ocidental tradicional demonstrando, através de uma tabela, a hierarquização de algumas modalidades de conhecimento em detrimento de outras. Para ela “a tradição filosófica *continua* a exaltar coisas percebidas culturalmente como masculinas (e.g., conhecimento na mente) e a depreciar e suprimir coisas culturalmente percebidas como femininas (e.g., conhecimento no corpo)” (*idem*, p. 104). Reproduzimos a seguir a tabela escrita por Wilshire (*idem*, p.105):

CONHECIMENTO (sabedoria aceita)	IGNORÂNCIA (o oculto e o tabu)
mais alto (para cima)	mais baixo (para baixo)
bom, positivo	negativo, mau
mente (ideias), cabeça, espírito	corpo (sensualidade), ventre (sangue) Natureza (Terra)
razão (o racional)	emoção e sentimento (o irracional)
frio	quente
ordem	caos
controle	laissez-faire, permissão, espontaneidade
objetivo (fora, “além”)	subjetivo (dentro, imanente)
verdade literal, fato	verdade poética, metáfora, arte
alvo	processo
luz	escuridão
texto escrito, Logos	tradição oral, encenação, Mito
Apolo como sol-céu	Sofia como lua-carverna-terra
esfera pública	esfera privada
vendo, separando	ouvindo, anexo
temporal	santo e sagrado
linear	cíclico
permanência, formas ideais (fixas)	mudanças, flutuações, evolução
“imutável e imortal”	processo, coisas efêmeras (desempenho)
duro	macio
independente, individual, isolado	dependente, social, interligado, compartilhado
dual	inteiro
MASCULINO	FEMININO ⁵

Figura 35: Reprodução da tabela de crítica (WILSHIRE, 1997, p.105)

⁵ Nota da autora: Provavelmente, Carol Gilligan acrescentaria “justiça e direitos” à coluna da esquerda, como “a típica voz masculina”. E colocaria “relações de cuidados” na coluna da direita, como “a típica voz feminina”. Sua pesquisa mostra que, embora a perspectiva baseada em cuidados e a profunda consideração pelas relações descrevem mais tipicamente a experiência feminina, não são unicamente função das mulheres; pertencem a todos os humanos. “A voz diferente que descrevo é caracterizada não pelo gênero, mas pelo tema” (1982, p.2).

Ao construir esta tabela, a autora demonstra como a dicotomia presente na nossa forma de pensar hierarquiza, inferiorizando assim, o *feminino* e tudo que está correlacionado a ele. No seu oposto, supervaloriza a cultura, que está ligada ao *masculino*⁶. A autora afirma que, vista desta maneira, a tradição filosófica é unilateral e parcial. Para ela,

uma visão feminista do conhecimento não deve dar continuidade ao padrão dualista, *um ou outro*, (...) estou sugerindo um PADRÃO de utilização não dualista, *um e outro*, no qual itens de ambas as colunas se combinam ou se alternam, exatamente como se pode alternar o foco entre o campo de uma base de um gráfico ou ver facilmente os dois juntos, onde e quando se quiser (*idem*, p. 106)

Nessa proposta, para construir uma cultura que parte do ponto de vista feminino, Flusser acredita que esta não seria marcada por linearidade (progresso), mas por circularidade (1972, p.44). Para Wilshire, a revisão desse sistema inclui uma dupla tarefa: “(1) mostrar que a coluna valorizada é inadequada por si só para a obtenção do conhecimento; (2) redimir a outra coluna, que tem sido evitada ou considerada há tanto tempo como sendo ‘a segunda em valor’ ” (1997, p. 117).

Essa crítica ao pensamento cartesiano é de grande utilidade para esta pesquisa, pois, a partir de agora, trataremos com conceitos que são fortemente desvalorizados na nossa cultura, como o trabalho doméstico. É, portanto, a partir desse ponto de vista não linear e não dicotômico que, analisaremos o fenômeno segundo o qual as mulheres estão abandonando seus empregos formais para se dedicar ao lar. Tal retorno causa alvoroço. Algumas feministas alegam ser retrocesso, outras, pós-feminismo. O foco deste trabalho está em analisar o discurso construído pelas revistas em torno desse tema.

⁶ Assim, como Flusser, Wilshire faz a ressalva de que nesse contexto de análise “*masculinidade e feminilidades muitas vezes nada tem a ver com o fato de ser um homem ou uma mulher*”. (1997, p. 104).

CAPÍTULO II

2 CONVOCAÇÕES MEDIÁTICAS: EQUILÍBRIO OU ABANDONO

As leitoras das revistas analisadas são, em sua grande maioria, brancas, heterossexuais, de classe média. A discussão do equilíbrio entre lar e carreira ou a opção de abandonar o mercado de trabalho formal só cabe nesse nicho de mulheres, uma vez que são elas que têm a opção de poder conquistar um alto cargo numa empresa e depois optar por “voltar ao lar”. Diferente da maioria das mulheres brasileiras que simplesmente precisam se equilibrar entre jornadas de trabalho de 8 horas/ dia, podendo se tornar jornadas de 10 a 12 horas, considerando o deslocamento nas grandes cidades e o dia a dia da casa, o cuidado com a família (ainda que não haja filhos) e a atenção com o(a) companheiro(a) (se houver). Sendo assim, para as mulheres que dependem do trabalho remunerado para sobreviver, a discussão do “retorno ao lar” como opção de qualidade de vida simplesmente não existe.

Doravante, nosso objetivo será analisar como está construído o discurso das três revistas femininas (*Claudia*, *Marie Claire* e *TPM*) sobre a permanência dessa mulher no mercado de trabalho e sobre a opção de abandoná-lo. De maneira geral, a ambição profissional não é, em si, o principal tema das revistas. Na maioria das vezes em que o tema profissional aparece, este é citado em relação à vida pessoal. Analisamos as reportagens em que as revistas tematizam o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

Em *Cláudia*, este tema ocupa a maioria das reportagens das edições analisadas; na sessão *Vida Prática*, encontramos dicas de como conciliar esses dois universos. Escolhemos cinco destas, cujo conteúdo está mais direcionado ao bem estar e saúde, apesar da “correria” do dia a dia. *Marie Claire* não se dedica frequentemente a este assunto. Encontramos apenas uma reportagem que trata da conciliação entre vida pessoal e profissional, dada como certa. A revista *TPM* não centra seu discurso no equilíbrio, mas questiona o funcionamento de um mundo de trabalho “desenhado pelos homens” e que, não necessariamente, agrada às mulheres. Em *Claudia* e *TPM* analisamos uma reportagem com o mesmo tema: o projeto de lei que prevê multa para as diferenças salariais entre homens e mulheres.

Nesta pesquisa, encontramos três reportagens que refletem sobre abandonar a carreira para se dedicar à vida doméstica, uma em cada revista. *Pós-feminismo ou retrocesso?* é a pergunta-título de *Marie Claire*. Também em forma de pergunta *TPM* aborda o tema *A nova mulher prendada – é possível ser dona de casa e independente?*. *Cláudia* trata sobre *O preço*

alto do sucesso. Sendo a maternidade uma das principais razões que faz a mulher abandonar o mercado de trabalho, *Marie Claire* promove uma reportagem com título polêmico: *é proibido engravidar*, referindo-se à difícil conciliação entre vida pessoal e profissional.

2.1 Equilíbrio entre vida pessoal e profissional

Quando folheamos as revistas femininas, nos deparamos com mulheres lindas, poderosas e felizes. Os temas trágicos ou tristes só são apresentados se já estiverem no passado, apenas como memória ou exemplo de coragem e superação, pois as dificuldades foram habilmente ultrapassadas. As mulheres inspiradoras, generosas e com histórias fortes que aparecem nas revistas são donas de si, da casa e do próprio destino. São atrizes, profissionais liberais, modelos ou apresentadoras de televisão – a característica em comum é que elas têm sucesso.

Um sucesso obtido à custa de muito trabalho e dedicação. Elas lutaram bravamente, alcançaram o topo e hoje se permitem alguns luxos – optar pelo casamento em detrimento da profissão, a destreza de manter o equilíbrio quando escolhe os dois, sair de um relacionamento se esse não a satisfaz mais, ter filhos por inseminação ou mesmo casar com outra mulher. Nas revistas, não se questiona mais a liberdade da mulher, pois elas podem escolher a vida que querem. Encontramos muitas páginas com textos e anúncios exaltando as variadas conquistas. Em muitos casos, como se todos os preconceitos e limites já estivessem vencidos e as barreiras ultrapassadas. Cada mulher é responsável por si, pelo seu próprio sucesso. Na leitura, parece-nos que a condição de igualdade com os homens está posta de acordo com o discurso das revistas – precisamos apenas investir na pessoa e não mais no gênero, afinal, as mulheres alcançaram a tão almejada igualdade.

Questionamos essa igualdade por encontrarmos recorrentemente nas revistas palavras como culpa, estafa, angústia e ansiedade quando se referem à vida profissional. É interessante notar que, nas revistas femininas, quando se fala de carreira, não se coloca em questão o mercado de trabalho ou mesmo as profissões. O tema quase sempre está centrado em como conciliar o trabalho com a vida privada, como conciliar a profissão com a maternidade, o casamento e os trabalhos domésticos. Lidar com a dupla jornada de forma equilibrada é uma das convocações recorrentes nas revistas femininas, uma vez que a dobradinha de trabalho é uma questão não resolvida no mundo feminino. Para se consolidar no mercado de trabalho as mulheres

calaram sobre a vida privada, como se fora um ilícito. Comprimindo duas vidas nas imutáveis vinte e quatro horas o dia, disseram no trabalho, aceite-me que eu serei como um homem qualquer. Em casa, disseram eu saio, mas aqui nada mudará, ninguém sequer perceberá que eu saí (OLIVEIRA, 2012, p. 30 e 31)

Hoje, não importa o quanto elas são bem sucedidas nas suas áreas: a questão central é como fizeram (e fazem) para chegar lá (sendo este “lá” o idealizado sucesso profissional) ao mesmo tempo que têm e mantêm uma família. As respostas das entrevistadas geralmente expõem a satisfação pessoal na carreira, mas também angústia, estafa, ansiedade e principalmente a culpa de deixar os filhos em casa sob cuidado terceirizado. Comentam também sobre extremo cansaço, stress e sobrecarga física e emocional.

2.1.1 Como equilibrar

Ao analisar as revistas, identificamos que *Claudia* está essencialmente centrada na busca do equilíbrio. Apesar de toda a culpa e das dificuldades que a mulher enfrenta no dia a dia, a enunciativa convoca a leitora a resistir, a ser forte e a lutar bravamente, enchendo as páginas com histórias de sucesso – e o sucesso aqui significa ser ótima profissional, realizada na carreira escolhida e nada menos que uma mãe maravilhosa. Para isto, a revista conta com uma equipe de profissionais, em sua maioria mulheres (também mães), para orientar o caminho do sucesso, ou melhor: o caminho do equilíbrio. Separamos cinco reportagens que ensinam como se equilibrar nas muitas tarefas do dia a dia mantendo a sanidade, a saúde e o bem estar.

“Seja dona do seu tempo”, convoca a enunciativa da revista na edição de agosto de 2012. Na chamada seguinte, a enunciativa apela para a identificação com a leitora: “Os dias parecem curtos para tantas tarefas? Você vive afobada e frustrada? Aqui, especialistas ensinam a gerenciar a agenda para ter um cotidiano mais eficiente, mais humano e mais feliz”. A reportagem parte da falta de tempo das leitoras. Logo na primeira página são revelados os enunciadores-sabedores, autores de livros com nomes sugestivos para resolver a questão proposta: *Você, Dona do seu Tempo* é um dos títulos, *O BlackBerry de Hamlet*, outro, em que o autor chama a atenção para o tempo que se perde em redes sociais e navegações sem rumo na internet e o terceiro título é *Superdicas para Administrar o Tempo e Aproveitar Melhor a Vida*. A segunda página da reportagem nos mostra os 4 “ladrões do tempo”: Procrastinação, Perfeccionismo, Desorganização e Tecnologia (no sentido do livro acima).

Daí em diante, são apresentados dados de pesquisas que indicam como os brasileiros gastam seu tempo e logo depois, as enunciatóras partem da experiência das fontes: Marise Berg da Silva conta como transitou de uma carreira que a consumia todo o tempo para uma profissão que lhe permitiu qualidade de vida. Em seguida, relata algumas tarefas do dia a dia e como realiza o equilíbrio: “Se estou em uma semana de provas, posso optar por não ir ao supermercado, e a gente [ela é casada] vai se virar comendo o que tem”. Como podemos perceber, a tarefa de ir ao mercado parece ser unicamente dela, não surgindo no texto a opção de dividi-la com o marido.

A orientação seguinte é aprender a se planejar, colocando as tarefas na agenda (seja de papel ou virtual). Mais uma vez a enunciatóra-sabedora surge e alerta: “O importante é que o planejamento seja factível”, ou seja, não adianta planejar mais do que possa cumprir. Seguindo as modalizações que orientam a administração do tempo, a autora de outro livro norteia esse tipo de aprendizado. O título da publicação é sugestivo: *Segredos da Administração do Tempo para a Mulher Que Trabalha*. Uma das dicas é encaixar a manicure e o pilates na agenda, já que “não dá para separar o profissional do pessoal”. E as orientações seguem: aprender a dizer “não” faz parte de ganhar tempo. Depois de seguir esse passo a passo, a dificuldade da leitora vai ser o que fazer com o tempo livre.

E mais um título surge: *Trabalhe Menos, Faça Mais*, em que a autora explica que “não é necessário arranjar um uso para cada minuto livre”. Por fim, uma conexão com o eu interior é a chave para escolher conscientemente o que fazer com o tempo e definir as prioridades. Outras duas fontes revelam que o gerenciamento do tempo as fez priorizar a companhia dos filhos, em seguida, o cuidado consigo mesmas e o investimento em especializações.

A problemática da falta de tempo é colocada nesta reportagem como uma questão geral, sem gênero específico, mas é importante ressaltar: dos cinco livros indicados, dois são voltados especificamente para a mulher que tem seu tempo dividido entre vida privada e profissional diferentemente do homem, por causa da sobrecarga de trabalho doméstico. Como pudemos observar, a *dupla jornada* não foi levada em consideração na reportagem como sendo um problema, ao contrário, percebemos a naturalização com que o *care* é tratado, em que se vê como *tarefa de mulher* ir ao supermercado para abastecer a dispensa.

As reportagens a seguir seguem o mesmo padrão: dicas, orientações e ajustes no dia a dia para alcançar a vida ideal. Em janeiro de 2013, *Claudia* ensina: “Viva mais e melhor”. Para isso, usa os verbos no imperativo: “Mantenha a concentração, Levante do sofá [sobre abandonar o sedentarismo], Aumente os passos [idem], Tenha objetivos, Treine seu cérebro,

Cuide da pele, Valorize seu sono, Acerte nos lanchinhos, Aproxime-se dos amigos, Reduza as calorias, Respire e relaxe”. Abaixo de cada tópico há 10 a 12 linhas com orientações mais precisas, nas quais os tecnólogos do discurso se mostram como porta vozes do saber.

Em fevereiro de 2013, *Felicidade* é o tema e o título do livro em que se baseiam as “7 dicas para ser mais feliz no trabalho”. São elas: “Não se prenda somente ao dinheiro, Fique longe de lamúrias e intrigas, Não exagere na carga horária, Não invista apenas em promoções, Questione o sentido do seu trabalho, Busque novos desafios, Procure atuar com liberdade”. No mesmo molde da reportagem anterior, as dicas são praticamente ordens seguidas de pequenas explicações, que são gerais e não se atém à questão do gênero feminino. Não se toca no assunto da diferença salarial entre homens e mulheres, nem nos preconceitos sofridos dentro das empresas e muito menos nas negociações (muitas vezes prejudiciais para a mulher) sobre o tempo de afastamento da licença maternidade.

O *stress* é tema recorrente nas reportagens sobre a dupla jornada. O tema ganha o título de mais uma publicação da revista. Em julho de 2013, na seção de *Bem-estar* a reportagem promete: “Menos *stress*, mais energia”. Na verdade, mais dicas: “Inspire, expire; Beba água; Delegue sempre; Durma mais; Uma pausa, por favor; Busque um lugar ao sol; Mexa o corpo; Mantenha os e-mails em ordem”. Chamou-nos a atenção o item *Delegue sempre*: “Embora o trabalho leve toda fama de mau quando o assunto é *stress*, o grande vilão, para as mulheres, são os problemas da casa e da família (...) é tão importante delegar parte das tarefas – em casa e no escritório. Não dá para querer fazer tudo!”. Compreendemos “delegar” aqui no sentido de encarregar. Como analisamos acima, essa mulher de classe média encarrega uma funcionária (outra mulher, que não tem a quem delegar sua casa e seus filhos) para as tarefas do lar. Assim, a divisão de tarefas com os homens continua fora de pauta.

Em dezembro de 2013, a questão do tempo ganha novo espaço. Agora a revista fornece “8 dicas (que funcionam) para ganhar tempo”. Estas não diferem muito em relação às orientações anteriores: “Planeje a semana, Liste suas prioridades, Não adie tarefas chatas, Acompanhe tudo, Reduza as reuniões, Aprenda a dizer não, Cuidado com a redes sociais, Gerencie sua energia”. No item *Aprenda a dizer não* há uma passagem interessante: “Não é natural na nossa cultura, especialmente para as mulheres, dizer não”. Há que se notar nessa passagem a naturalização do fato da mulher estar sempre a serviço de outros, sempre disponível.

Estresse, cansaço e falta de tempo são termos constantes em um grupo de reportagens da revista *Claudia*. Esses problemas não são analisados em si, em suas possíveis causas como

a dupla jornada, por exemplo, mas transversalmente: há um consenso de que estes existem permanentemente na vida da mulher e a enunciadora se propõe a eliminá-los da agenda. São soluções individuais e pontuais.

Marie Claire considera como óbvio o assunto de que damos conta de tudo e ainda pede mais: “não bastasse o esforço para ser boa profissional, mulher catita, ótima mãe, filha presente, bonita e impecável em qualquer ocasião, hoje também é exigido ser uma Wikipédia de cultura útil e inútil” (edição de fevereiro de 2012) – obviamente, as páginas seguintes são repletas de modalizações que nos ensinam como adquirir tais culturas (útil e inútil). Não encontramos reportagens que falem sobre o equilíbrio entre lar e mercado de trabalho. Já a revista *TPM*, está mais focada em questionar se precisamos mesmo dar conta de tudo, assim, seu discurso não está centrado na busca pelo equilíbrio.

2.1.2 Como conciliar, ou não

Analisaremos a seguir as reportagens das revistas *Claudia* e *TPM* que tocam no tema do projeto de lei que visa monitorar as empresas que não pague salários maiores ou menores considerando sexo, idade ou cor. Na prática, os salários femininos sofrem uma defasagem de 17% em relação aos masculinos, segundo a revista *Claudia*. O projeto em questão prevê multa para quem descumprir a lei. *Marie Claire* não se pronunciou sobre o tema.

Na edição de abril de 2012, sob a editoria de *Carreira*, *Cláudia* inicia perguntando: *Porque essas mulheres chegaram lá?* O “lá” referido no título é ser uma profissional de sucesso, ter alcançado nada menos que a presidência das empresas. As trajetórias dessas mulheres são contadas, incluindo as conquistas e tudo de que tiveram que abrir mão para chegar “lá”. Estas são *cases* de sucesso, pois alcançaram o topo (ou abriram mão de continuar subindo na carreira em prol da família). A reportagem se propõe a analisar/ ensinar como chegar “lá”, começando com uma pesquisa feita nos Estados Unidos que pretende explicar porque a carreira da mulher tende a demorar mais para chegar ao topo do que a carreira do homem:

um dos dados mais contundentes sobre as dificuldades de ascensão para mulheres diz respeito a procurar oportunidades para além dos limites da empresa onde trabalham, ou seja, manter um olho na concorrência. Entre os homens que mudaram de emprego, foi registrado um aumento salarial médio de 13,7 mil dólares ao ano. As mulheres que trocaram de empresa tiveram um decréscimo na folha de 53,4 mil dólares em comparação com as que ficaram. Isso se explicaria pelo fato de que é mais fácil para uma mulher assumir responsabilidades num ambiente em que já provou ser capaz do que num lugar novo, em que ainda precisa ganhar a confiança da chefia. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 134)

É um resultado de pesquisa bastante desanimador do ponto de vista da igualdade de gênero, uma vez que a mulher precisa provar que é profissionalmente capaz só pelo fato de ser mulher. A reportagem retoma a realidade brasileira e uma enunciativa-sabedora afirma que, por aqui, o que conta é talento: “nas corporações brasileiras, o que vale não é o gênero, mas, sim, a competência e o talento”. Porém, o gênero é retomado quando se refere à maternidade:

por aqui, a questão é como lidar com o seguinte drama: o momento em que as mulheres estão numa curva ascendente dentro das corporações coincide com a fase em que elas resolvem ter filhos. Como conciliar um bebê chorão com viagens, longas jornadas e cobranças por resultados? Esse ainda é o grande freio para o avanço das brasileiras na carreira. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 133)

A partir de então, o tema do salário fica em segundo plano em detrimento da maternidade. Uma empresária (presidente de uma empresa) aos 39 anos, com dois filhos relata as dificuldades de conciliar as funções de executiva e mãe, trazendo para si a responsabilidade:

tem momentos na vida de uma mulher em que ela pergunta se é isso mesmo o que quer. A carreira exige sacrifícios e, nessa hora, é mais simples para o homem. O desafio da maternidade não é fácil. Os homens têm algumas noites mal dormidas e o compromisso emocional, mas a mãe é mais intensa e preocupada (...). As mulheres são mais impactadas por essas escolhas. Os enfrentamentos são maiores para nós. Mas não vejo desafio nas empresas. O desafio é interno. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 134)

A questão social da divisão sexual do trabalho é simplesmente anulada e a enunciativa, através da experiência da fonte, fala do trabalho feminino como uma escolha pessoal e mais do que isso, interna. De acordo com o texto, a decisão é totalmente desconectada de uma construção social, política e econômica, sendo apenas da mulher.

A seguir, há outro depoimento sobre o mesmo tema: um cargo de coordenação numa grande empresa, 12 horas de trabalho, viagens por semanas seguidas até que surge uma gravidez não planejada. “Quando contei para meu chefe, percebi que ele não gostou”. A gravidez de risco fez com que ela precisasse ficar de repouso a partir do sétimo mês.

Por isso, preferiu não cumprir os quatro meses de licença-maternidade. Deixava a filha no berçário às 7 da manhã e ia buscá-la às 19:30. Notou que o fato de ter hora para sair não era visto com entusiasmo pela equipe. “Em pouco tempo, me senti completamente ignorada pelo meu chefe e pedi demissão”, relata. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 137)

Chamamos a atenção para alguns pontos desse trecho: o chefe “não gostar da notícia da gravidez” mostra que, para integrar o mercado de trabalho, a mulher ainda precisa sofrer um apagamento da condição de ser mulher. Engravidar é uma das coisas, que, por enquanto, é restrita à condição feminina. Por conta de um repouso antecipado, ainda que justo e justificado, ela abriu mão do seu direito à licença maternidade. Ainda assim, após 10 horas de trabalho, ter horário para sair era um problema.

Desta forma, compreendemos que o discurso está centrado na questão pessoal e não nos aspectos socioculturais e econômicos. Assim, ela decidiu trocar de emprego, ainda que para ganhar menos, mas de modo a trabalhar menos, ficar feliz e ter mais tempo para a família. Essa pode ser uma das respostas para a questão da defasagem salarial feminina.

Outro caso de sucesso na mesma reportagem é o do escritório de advocacia que criou um “programa interno de retenção de talentos femininos”. Isto significa flexibilizar horários, diminuir as viagens e dar a chance de fazer alguns trabalhos em casa para mães com filhos pequenos. A mentora do projeto explica o porquê da iniciativa: “como a carreira exige muita dedicação de tempo, às vezes ela pode parecer incompatível com a vida de mãe”. A ideia do programa é compatibilizar carreira e maternidade. Depois da implantação, houve um aumento de 10% no número de mulheres promovidas a cargos sêniores. Nesse programa há uma questão relevante para a condição feminina.

Muitos homens ainda não estão preparados para um convite para jantar com uma mulher com o objetivo de trabalho. “Algumas advogadas se queixam de que, numa situação dessas, o cliente pode se sentir cortejado” (...). Com base nessas reclamações, ela e suas sócias adotaram medidas para enfrentar o problema (...) Para incentivar o networking e evitar mal entendidos (e o ciúme dos maridos e namorados), convidaram os clientes para encontros dentro do próprio escritório, para degustação de vinhos ou happy hour. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 137)

Em momento algum a questão do preconceito é levada em consideração. Apenas improvisa-se um confinamento vigiado para que os maridos e namorados fiquem tranquilos e as moças protegidas. Curiosamente, em outro ponto da reportagem, podemos ler: “problemas por ser mulher? Nem penso nisso. Nunca foi uma questão para mim”. Nesse discurso construído por *Claudia*, elas não sofrem preconceito por serem mulheres.

Mais três exemplos são mostrados: aos 46 anos, a presidente de uma empresa relata ter agido como age o perfil vencedor dos homens da pesquisa americana: “Por mais bem empregada que estivesse, mantinha um olho na concorrência”. Ela optou por não ter filhos, mas acredita que filhos não atrapalham a carreira.

Se a presidente citada acima foi, ainda que discretamente, comparada aos homens, a enunciadora descreve seus aspectos femininos: tons do esmalte, cor da sombra combinando com a blusa (ambas rosa) e o modelo do corte de cabelo. Com uma carreira em ascensão, adiou os planos de engravidar. Hoje, aos 43, agora que chegou “lá”, está se programando para engravidar, consciente de que “é um ano em que a mulher fica estagnada no trabalho, não há como negar isso”, reflete.



Figura 36: Apesar das executivas aparecem nas fotos com artefatos considerados símbolos de feminilidade: salto, saia/ vestido, colares e brincos, maquiagem, percebemos que os tons das roupas e do ambiente são sóbrios e neutros.

O tema da igualdade salarial é retomado no final da reportagem:

A verdade é que a maternidade talvez seja o drama principal, mas há outros para galgar degraus na corporação. A administradora de empresas Ana Paula Castellano, 41 anos, bateu de frente com outra questão tipicamente feminina – salários mais baixos do que os colegas homens. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 138)

Neste ponto do texto, a enunciadora retoma a realidade norte-americana para mostrar que lá, a questão salarial também é um problema para as mulheres. No mais, o projeto de lei que prevê multa, caso a igualdade salarial não seja cumprida, é tratado em poucas linhas, numa caixa de texto à parte. Apesar da tematização do equilíbrio e da escolha pessoal, nesta matéria a enunciadora abre espaço para ampliar a discussão para o âmbito social, recorrendo

para isto a uma autoridade, a especialista Rosiska Darcy de Oliveira, apresentada como escritora e feminista, que alerta:

as mulheres só estarão preparadas para competir em pé de igualdade no mercado de trabalho quando a sociedade reconhecer que a responsabilidade pela vida privada é do casal – e não apenas delas. Divididas entre a criação dos filhos, os cuidados com a casa e a carreira, elas experimentam sentimentos de culpa. (*Claudia*, nº 4, ano 51, p. 138-139)

Logo após o comentário acima, a reportagem ressalta os casos de sucesso, ignora a profissional que sofreu preconceito do chefe e afirma que “nenhuma das três [presidentes] considera que, ao longo da carreira, o fato de ser mulher tenha atrapalhado a ascensão”. Em seguida, um psicólogo alerta que as mulheres que se sentem vítimas do machismo enfrentam dificuldades para subir na carreira. “A primeira coisa que devem notar é que o papel de vítima não é bom para ninguém”. Para as três presidentes de sucesso, o obstáculo está na nossa cabeça – mais uma vez um problema social, político e econômico recai na cabeça, ombros e bolsos femininos.

Na revista *TPM*, de julho de 2012, o título que questiona: “Você deu conta de tudo hoje?”, se materializa em oito páginas de reportagem, sendo uma com o título, três de texto e quatro páginas com grandes imagens de mulheres famosas e suas listas de afazeres – incompletas. Sim, o objetivo das imagens é mostrar que elas, apesar de lindas, famosas e bem sucedidas, também não deram conta de tudo. A convocação do texto apresenta modos de aplacar a culpa. A antropóloga (enunciadora-sabedora) acalma: “a culpa faz parte” e ensina que é preciso aprender a dizer não – parece que este é um ensinamento recorrente nas revistas, que tem como efeito trazer para o âmbito pessoal uma questão política, pois reduzir a quantidade de tarefas apenas dizendo “não”, é uma forma simplista de lidar com toda a questão da dupla jornada feminina.

A fala seguinte, de outra pesquisadora, amplia a discussão: “nas últimas décadas houve muita mudança, muitas conquistas da porta de casa para fora, mas pequenas mudanças da porta para dentro”; ela afirma que essa é a ponta do iceberg, que culmina em mulheres escravas de suas próprias vontades – a vontade aqui é “dar conta de tudo”, similar ao “lá” mostrado em *Claudia*. A diferença é que na revista *Claudia*, essa escravidão, bem como o anseio por chegar “lá” e “dar conta de tudo”, é vista como o preço do sucesso, bastando, então, pagar.

TPM questiona. Uma diferença e tanto entre revistas que coexistem no mercado. A mesma antropóloga reflete sobre essa escravidão: “a mulher caiu em uma cilada invisível. Estaríamos livres para fazer o que desejamos, mas estamos nos cobrando pelo que não conseguimos dar conta”. No discurso da *Cláudia*, nem se aventa a possibilidade de não dar conta, pois a enunciária é sempre convocada, através das modalizações, a equilibrar os papéis e ser feliz. Na *TPM*, o foco não é o equilíbrio. O discurso encontrado aqui pode levar a mulher a abrir mão de dever e querer ser perfeita e também amplia a discussão, usando as estatísticas para mostrar a sobrecarga do trabalho feminino: “as mulheres gastam em media 25 horas semanais cuidando da casa, enquanto os homens gastam somente 10 horas (...), as mulheres usam, entre serviços de casa e do trabalho, 55,3 horas semanais, enquanto os homens, 44,7”. Os números mostram que, apesar das conquistas do feminismo, ainda há muito a se fazer.

A revista vê estes dados com otimismo e entende que é uma mudança positiva para as conquistas femininas o “projeto de lei que torna obrigatório o salário equivalente para homens e mulheres na mesma função”, mas, logo em seguida, vem o alerta: “é preciso ter claro que uma conquista não carrega todas as outras”. Tanto não carrega que muitas mulheres estão optando por deixar o mercado de trabalho – mercado este que não paga um salário justo (igual ao dos homens) e que funciona como se o âmbito pessoal (entenda-se lar e família) não existisse. Mas sabemos que existe.

evento na escola; vacinas para crianças e mercado (compras do mês). Entre um compromisso profissional e outro, a produtora Paula Lavigne precisa “marcar consulta oculista para o Tom, trocar luminárias de NY, reunião de condomínio AI! e comprar queijo”. A médica Mariana Perroni precisa: “comprar produtos de limpeza p/ a faxineira, chamar encanador (...), comprar frutas e verduras e presente casamento Li”.

Historicamente, o *care* se constitui como um trabalho inferior – por conta dessas simplificações e distorções de que nos fala Buitoni e desvalorizado pelo ponto de vista do capitalismo – por não ser remunerado, como explica Boris.

As habilidades necessárias para limpar, cozinhar, lavar, cuidar das crianças e doentes e para outras tarefas parecem ser naturais, ficando seu valor econômico obscurecido. Há quem sustente que esse trabalho possui valor de uso mas não valor de troca, não tendo, portanto, valor, em um sentido marxista do termo (...) quando ele deixa a casa e se desloca para o mercado, perde seu *status* de trabalho de afeto e passa a ser classificado como trabalho desqualificado, que qualquer pessoa pode realizar, já que as mulheres vêm executando essas atividades sem receber pagamento. (BORIS, 2014, p.104)

Para compreender um pouco melhor, voltemos aos anos 70, época em que o trabalho doméstico se inseria “no debate sobre trabalho produtivo e improdutivo. O trabalho doméstico, como produtor de valores de uso, mas não de valores de troca (mercadorias), seria, à primeira vista, trabalho improdutivo” (BILAC, 2014, p. 129). Como essa conclusão não foi satisfatória e os estudos na área continuaram. Bilac (*idem*) aponta para evidências que questionam o suposto caráter “improdutivo”: o gasto de tempo e de energia, da aplicação das capacidades físicas, mentais e emocionais na produção da vida e do viver.

Ao mesmo tempo em que se tornava clara a importância fundamental do trabalho doméstico para a organização da rotina familiar e para a reprodução cotidiana e geracional da família, as práticas diárias reproduziam a sua naturalização como mero “trabalho de mulher”, invisível, sem limites de jornada, executado de forma privada, sem remuneração, opondo-o, desvalorizado, ao trabalho mercantil. Mesmo com grandes avanços na área social, a realidade não mudou muito, como observa Sorj (2014): “a participação masculina na divisão sexual do trabalho doméstico, como uma reserva relevante de cuidado, permanece, até certo ponto, ausente das discussões, de tal forma que a questão do *care* aparece como um problema de e para as mulheres”. (p. 125).

A responsabilidade da reprodução cotidiana e geracional, ou seja, o cuidado com o lar e os filhos, ainda fica quase totalmente a cargo da mulher, que soma a realização simultânea ao trabalho remunerado. A solução encontrada pela classe média foi o que Bilac (2014) chama de “modelo de delegação”, que é o fato de outra mulher se responsabilizar pelo

trabalho da casa e com os filhos. Esta mulher é a empregada doméstica, como confirmam as autoras: “Tanto nos Estados Unidos como no Brasil, o trabalho doméstico é, sem dúvida, um dos recursos responsáveis pela forte expansão do emprego de mulheres de classe média nas últimas décadas.” (SORJ, 2014, p. 124). Este emprego “ocupa tradicionalmente em nosso país parcela significativa da força de trabalho feminina” (BILAC, 2014, p. 131). Outra saída sempre foi a delegação a parentes, vizinhos ou mesmo deixando as próprias crianças cuidarem de si e dos irmãos mais novos. Mas todas essas soluções são marcadas pelo imprevisto e geram enormes tensões – para a mulher, sempre.

2.1.3 Como escolher

Com uma chamada de capa provocativa: *Pra que trabalhar que nem homem? Chega de botar o pau na mesa: as mulheres estão transformando o trabalho*. E o título interno seguindo o rastro: *Pau na mesa, pra quê?* a edição de abril de 2013 da revista *TPM* discute a situação da mulher no mercado de trabalho.

“O mundo do trabalho foi desenhado pelos homens. Pelo número de reclamações, não tem funcionado bem. Como as mulheres, que ganham cada vez mais espaço nas empresas, podem mudar essa situação?”. É o pequeno texto que resume a proposta da matéria. Daí em diante as diferenças salariais começam a ser exploradas. Apesar das mulheres serem maioria nas universidades e pós-graduações do país, os salários mais altos ainda são os masculinos: “Apesar da melhor formação, seguem empacando em cargos mais baixos e ganhando menos que os irmãos e maridos (...) Em 2012, a consultoria de contratações Michael Page mapeou os salários, em cargos de gestão, maiores que R\$ 8 mil reais no Brasil. Constatou que 72% caem na conta bancária dos homens. Que o mercado é sexista, a maioria dos especialistas já reconhece”.



Figura 38: Capa da revista TPM de abril de 2013 e a primeira página da reportagem sobre trabalho.

Esse reconhecimento seria visto como ganho para as causas feministas. Porém, nas linhas seguintes, a mulher se torna a própria responsável por sua carreira não decolar da mesma forma que a dos seus pares masculinos: “Uma nova corrente de pensamento diz também que falta às mulheres ambição e, principalmente, saber negociar carreiras que se encaixem em suas vidas”. Para endossar a tese, a enunciadora se vale de uma famosa executiva que se tornou também escritora:

Ainda muito jovens, as mulheres fazem escolhas de carreira que beiram o autoboicote. “Por exemplo, quando são advogadas em um escritório e pensam: ‘Não sei se devo me tornar sócia, porque vou querer ter filhos um dia’”. Fazer escolhas precipitadas, diz ela, é o pior caminho. “Se voltar a trabalhar depois de ter filhos for opcional, você só vai fazê-lo se o trabalho foi atraente. Mas, se anos antes você parou de se desafiar, a essa altura já vai estar entediada”. Ela admite que as mulheres não cavam o próprio buraco por burrice. Estão, na maioria das vezes, prevendo a sobrecarga causada por trabalho, casa e filhos. (TPM, nº 130, p. 40)

Segundo o discurso da enunciadora, o problema não está diretamente ligado à sobrecarga de trabalho, como o próprio nome indica: uma carga sobre a carga já existente. O problema, segundo ela, é a falta de ambição feminina associada à expectativa da vinda dessa sobrecarga. Ainda que seja relegada a segundo plano, não se mencionam possíveis soluções para a *sobrecarga*. Apenas números mostram de onde ela vem: “americanas empregadas em tempo integral fazem o dobro de trabalho doméstico que seus maridos. Mas, no Brasil, o número é pior: fazem quase três vezes mais que os companheiros (26,6 horas semanais contra

10,5 deles), segundo a Organização Mundial do Trabalho”. Número esse que toda mulher que tem uma casa e um marido, sabe, na prática.

Por três parágrafos, a enunciadora investe em mostrar como todos, homens e mulheres, estão reféns do trabalho, como estar ocupado é sinal de *status* positivo e da constante busca por dinheiro para pagar as contas. A questão da desigualdade de gênero no que se refere ao mercado de trabalho é retomada quando uma tecnóloga do discurso (socióloga) afirma que “equilibrar a vida pessoal e trabalho é o maior desafio das mulheres brasileiras hoje”.

O discurso da socióloga gira em torno da resistência masculina em dividir as tarefas e lembra que as mulheres de classe média puderam ir ao mercado de trabalho graças ao trabalho de outras mulheres como empregadas domésticas. Esta profissional acredita em políticas públicas para resolver a situação e critica a flexibilização de horários: “O caminho errado que muitas empresas estão tomando é criar ‘tempo parcial’ para as mulheres. Só que são cargos sem carreira, sem investimento em capacitação. Sob pretexto de auxiliar, acabam criando uma trabalhadora de segunda categoria”. Outra solução seriam as licenças-maternidade e paternidade conjugadas, como acontece em alguns países europeus, ato inclusive que molda a criação das filhas segundo outra tecnóloga do discurso (desta vez uma psicóloga): “se o pai ajudava pouco em casa, suas filhas tendem a entender os cuidados com a família como algo feminino, enquanto veem o trabalho remunerado como masculino”. Nesta passagem, não há referência de como isso funcionaria para os meninos. Interessante notar o termo “ajudava”. Em momento algum, os homens são instados a assumir responsabilidades, apenas a “ajudar”.

Para finalizar esta etapa do texto, a enunciadora concorda que ainda há muito o que avançar no mundo feminino: “os especialistas concordam que não há avanço no horizonte das mulheres sem um maior equilíbrio entre vida pessoal e trabalho”. Mas não há sugestões de como equalizar esse equilíbrio, apenas entrega-se mais essa responsabilidade para a mulher: assumir que não é capaz de tudo. “O fracasso é um dos maiores medos das mulheres e, com tanta pressão para ser perfeita, não surpreende que estejam tentando ‘ter tudo’, mesmo que isso não seja realista ou satisfatório”. Podemos depreender do texto que fracasso significa não ser uma profissional de sucesso e não conseguir equilibrar a vida pessoal com a profissional. É, então, responsabilidade da mulher lidar com seu desejo de querer “ter tudo”, como se esses desejos não fossem frutos de pressões sociais, culturais, políticas e econômicas.

“Nas páginas seguintes, seis mulheres contam como conseguiram equilibrar suas vidas e seus trabalhos”. São seis perfis diferentes. Jovem, solteira que ama o trabalho; uma colunista

da TPM que desistiu de trabalhar tanto; uma advogada que decidiu trabalhar menos e viver com menos; uma mulher que mudou de carreira depois dos 30; outra que trabalha muito e assume as consequências e outra que abandonou o mercado de trabalho para se dedicar aos filhos.

A primeira mulher a contar como equilibra a vida pessoal e profissional é uma atriz e roteirista de 23 anos. Ela exemplifica sua dificuldade em separar trabalho de vida pessoal, quando está no cinema e começa a pensar nos próprios projetos, ou quando está se divertindo no set de filmagens, enquanto trabalha. As fotos das mulheres que compõem a reportagem são sempre 3x4, com semblantes sérios, lembrando a fotografia da carteira de trabalho, mas sempre sobrepostas a imagens icônicas, que marcaram uma época. Neste caso, a imagem é “um cartaz australiano da Segunda Guerra Mundial que encorajava as mulheres a trabalhar”. A imagem figura ao lado da solução encontrada por ela para equilibrar entre vida pessoal e profissional: “Ter prazer no trabalho pode ser uma meta de carreira”. Na imagem, mulheres felizes em atender a convocação para participar ativamente do mercado de trabalho.



Figura 39: Mulheres felizes com seus uniformes profissionais

A página seguinte traz a afirmação de uma colunista da revista: “trabalhar muito é cafona”. Sua foto 3x4 está estampada sobre “capa de revista sindical americana com as chamadas “Mulheres trabalham” e “Mulheres votam”, de 1944”, mesma época da foto anterior, na qual mulheres estavam sendo convocadas ao mercado de trabalho, com a sanção da cultura patriarcal.

A repórter diz que quem trabalha muito não tem tempo de viver; viver aqui significa: “quem trabalha muito não pode arrumar namorado (ou passar tempo com ele, se tiver um),

pegar o filho na escola. E, claro, ver os amigos”. E acrescenta: “Bem, se você quer fugir da vida, essa é uma ótima desculpa. Trabalhar muito é a única desculpa aceita para não viver”. A colunista critica quem acha que trabalhar muito é sinônimo de *status*: “Pelos restaurantes dos Jardins [zona nobre paulista], as meninas continuam enchendo a boca pintada com batom da M.A.C [marca americana de maquiagem que faz sucesso entre as brasileiras fashionistas] para dizer: “Não tenho tempo, estou trabalhando muuuuuuuuuuuuuito”.

Esse texto inverte a questão normalmente proposta nas revistas de que trabalhar muito faz da mulher uma pessoa de sucesso. O parâmetro de bem estar aqui é conviver mais com as pessoas – sejam elas namorados, filhos ou amigos. Ela continua: “Não, trabalhar muito não é ruim. Viver é MUITO melhor, eu grito, também com batom da M.A.C. Afinal, por um tempo, eu andei TRABALHANDO MUITO. Mas, como prefiro viver, caí fora”. É importante notar que o batom da M.A.C só pôde um dia ser comprado porque ela trabalhou muito.

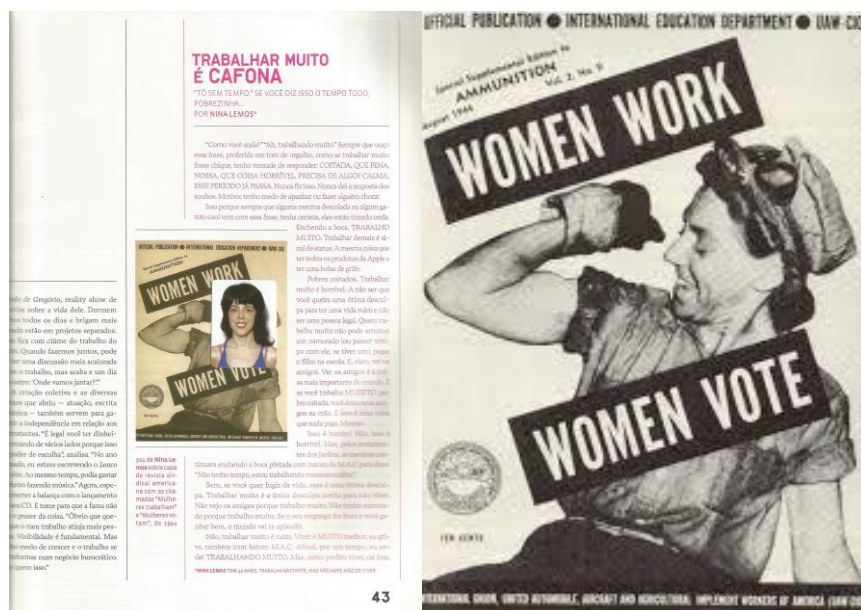


Figura 40: Uma mulher exibindo a sua força de trabalho em contraposição ao título que afirma que “trabalhar muito é cafona”.

Trabalhar menos, mas ganhar menos foi a opção da advogada que costumava acordar às três da manhã para adiantar o trabalho, mas ainda assim passou a receber olhares incomodados da chefe quando teve o primeiro filho e precisou voltar para casa às 19h. Piorou quando engravidou da segunda filha: precisou se ausentar por complicações e na volta da licença maternidade, foi despedida. Trocou de escritório, mas a pressão continuava. Daí surgiu a opção de viver com menos.

“Você pode (e dá para) mudar de carreira depois dos 30” é a parte inicial do texto associado ao rosto da moça, em foto 3x4, sendo emoldurado ao clássico e “famoso cartaz americano usado durante a Segunda Guerra para levantar o moral nas fábricas”. A moça em questão deixou um trabalho como jornalista para ser doceira. Enfrentou o preconceito da mãe, que foi a primeira da família a romper com o ciclo de donas de casa e chegou a fazer greve de fome para que a deixassem estudar: “eu fiz um esforço tão grande para você sair da cozinha, não acredito que vai querer voltar por livre e espontânea vontade”, lembra o discurso da mãe. A cozinha está diretamente associada ao *care* – e, conseqüentemente, à submissão feminina. A ex-jornalista enfrentou preconceitos por querer “voltar para a cozinha”, ainda que por profissão, pois o ato de nutrir, que pode tem seu encanto e beleza, permanece associado à prisão do lar.



Figura 42: A clássica imagem da força de trabalho feminina amplamente difundida numa época em que sair da cozinha era sinônimo de liberdade. Aqui, tem significado ampliado ao mostrar que a força da mulher hoje pode ser usada onde ela quiser, inclusive, para voltar para a cozinha.

As opções se ampliam, enquanto umas preferem ter menos dinheiro e mais tempo, outras optam pelo oposto. “Você pode mirar em ter mais dinheiro. Mas precisa saber quais as conseqüências dessa escolha”. Dentre as conseqüências, trabalhar 15 horas por dia e ter finais de semana sacrificados. Associado a isto, a imagem por trás da foto 3x4 é uma “cena do filme *Tempos Modernos* (1936), de Charles Chaplin, que critica o capitalismo e as péssimas condições de trabalho nas indústrias”. Porém, a moça tem clareza sobre sua opção de vida. Ocupando um cargo com nome em inglês (*partner account manager*), além do forte impulso

para bater metas, a motivação é mesmo ter dinheiro: “Quando comprei o primeiro [sapato da marca Louboutin], fui com um amigo e ele dizia: ‘Você parece criança na loja de brinquedos’. E essa era a sensação mesmo, com a diferença que não ganhei de ninguém, fui eu que conquistei.’ ”. A conquista, neste caso, está diretamente associada ao poder de compra. E a compra específica deste sapato (que não se trata de um mero acessório para proteger os pés) carrega um significado simbólico de luxo, glamour e poder.



Figura 43: Ainda que trabalhar muito tenha suas vantagens, a imagem de Chaplin critica a forma de produção capitalista.

Nos seis perfis, apesar de escolhas diferentes, identificamos algo em comum: o poder da escolha. “Você pode escolher ser dona de casa (desde que a escolha seja sua)”. A imagem que estampa esse retorno é de um “anúncio dos anos 1930 da marca de cereal Kellogg’s que diz: Quanto mais uma esposa trabalha, mais bonita fica”. Apesar da imagem ser dos anos 30, o que está posto é que, voltar para casa, hoje em dia, é escolha. O poder de decidir sobre a própria vida é colocado em primeiro lugar, ou seja, essa parece ser a liberdade da mulher, nesse início de século XXI. Neste caso, a ex-executiva “virou uma espécie de funcionária fantasma, só que ao contrário: trabalha e ninguém vê”. Esse trabalho que “ninguém vê” é o *care*:

O trabalho de *care* envolve serviços pessoais para outrem: atividades que se voltam para as necessidades físicas, intelectuais, afetivas e para outras demandas emocionais de cônjuges, filhos e pessoas idosas, doentes ou com deficiências. Isso inclui tarefas da vida cotidiana, abarcando a manutenção da casa (cozinhar, limpar, lavar e mesmo fazer compras) e a existência pessoal (dar banho, alimentar, acompanhar, transportar). (...) Esse trabalho requer, conforme sustentam teóricas

feministas das mais diversas disciplinas, “cuidar de” (*caring for*) à medida que “se tem cuidado com”/ “se importa com” (*caring about*). Tratar do ambiente do lar ou do corpo é cuidar de (*care for*), mas também, talvez, ter cuidado com/ importar-se com (*care about*) (cf GLENN, 2000, pp. 84-94; ZELIZER, 2005). (BORIS, 2014, p. 102)

A dona de casa conta um pouco da sua rotina: “Dispensei a babá e comecei a buscar os meninos na escola. Passei a fazer esse trabalho invisível”. Em seu relato, demonstra ter consciência da invisibilidade do *care* em nossa sociedade e conta como outras mulheres, suas amigas, reagem à sua opção: “Adoraria fazer igual, mas não consigo ficar parada”. Apesar de sabermos do grande trabalho que envolve o cuidado, seja com a casa ou com pessoas, a crença de que este não é, realmente, um trabalho, parte do fato de não ser remunerado. Não ter valor de troca é o primeiro critério para ser desvalorizado em tempos capitalistas, como explica Boris:

As habilidades necessárias para limpar, cozinhar, lavar, cuidar das crianças e doentes e para outras tarefas parecem ser naturais, ficando seu valor econômico obscurecido. Há quem sustente que esse trabalho possui valor de uso, mas não valor de troca, não tendo, portanto, valor, em um sentido marxista do termo. (BORIS, 2014, p.104)

Essa naturalização como trabalho inferior e desqualificado faz com que o *care* seja invisível e se encarregar exclusivamente dele é sinônimo de “ficar parada”. O curioso é que, por ter um trabalho remunerado, as mulheres têm dupla jornada. A segunda jornada é justamente o conjunto de ações que envolvem o cuidado com a família e a casa. Mas, quando essas mulheres abrem mão da jornada remunerada, a segunda jornada automaticamente desaparece, e ela então, está “parada” aos olhos da sociedade.

um retrocesso cultural em relação aos ganhos do feminismo ou se é considerado pós-feminismo, época em que as mulheres têm a opção de decidir a vida que querem levar. Para tanto, analisaremos as reportagens sobre o tema e examinaremos as convocações em suas narrativas.

Marie Claire

Na revista *Marie Claire* de agosto de 2013 há uma matéria que se propõe a discutir esse movimento do abandono do mercado de trabalho formal em prol do *care*. O título já questiona: *Pós-feminismo ou retrocesso?* Além do título, mais perguntas aparecem no *lead*: “É tendência nos Estados Unidos: no auge da carreira, as mulheres têm filho, abandonam o trabalho e voltam para casa. E nós, brasileiras? Vamos depender do marido em pleno século 21? Se quisermos retornar ao mercado, conseguiremos? E se for o homem a ficar em casa com as crianças? O que muda? Fomos atrás de quem está passando por isso e de especialistas para entender essas transformações.”.

Na página ao lado, a imagem convoca a leitora para o mundo encantado da faxina. Em forma de desenho, cercada de estrelinhas, com um vestido do mesmo modelo das princesas encantadas da Disney e salto alto, a moça mostra leveza, quase bailando, enquanto empunha um aspirador de pó (do modelo mais atual).



Figura 45 e 46: Ilustração na revista *Marie Claire* de agosto/ 2013 e Cinderela – vestidos e posições similares.

Ao contrário da imagem, o texto não fala de uma alegria pelo “retorno ao lar”, mas realça os dissabores e frustrações, além do alerta para as perdas profissionais. As caixas de texto resumem a convocação da matéria: “quem sai do mercado para ter filhos, na volta ganha 40% a menos; é a autonomia financeira que garante a liberdade da mulher; é um privilégio ficar perto dos meus filhos, mas tenho meus conflitos”.

Das quatro mulheres entrevistadas, duas deixaram o trabalho e duas passaram a ganhar menos. Uma delas é advogada e considerava um absurdo a opção das amigas de parar de trabalhar para cuidar dos filhos. “Achava que era coisa de mulher fraca. Mas foi exatamente o que decidi fazer. ‘Só entende o conflito quem o experimenta (...) Qualquer que seja a decisão, o conflito continua. Ou a mulher sente culpa por ter abandonado a carreira, ou sente culpa por conviver pouco com os filhos’ ”. As contas da casa ficam a cargo do marido e os pais da advogada reprovaram sua decisão, que foi fortalecida com o nascimento da segunda filha.

Os Estados Unidos reaparecem na reportagem, já que “a volta ao lar é tão tendência que virou tema de blogs, sites e de uma reportagem de capa da *New York Magazine*”. Daí em diante, a enunciadora promove uma pequena discussão teórica sobre o feminismo e seus avanços ou retrocessos:

O assunto, como era de se esperar, surgiu pontuado por análises irritantes, que concluem que o feminismo fracassou. Mas não fracassou, não. Antes dele, as mulheres eram sempre do lar e não tinham escolha, agora têm. Ainda que cerceadas. Afinal, além do machismo e dos preconceitos de sempre, as mulheres de hoje enfrentam pressões do capitalismo superavanzado. Para muitas empresas, infelizmente, a alta produtividade não combina com maternidade. (*Marie Claire*, nº 269, p. 80)

Neste trecho, não há uma resposta direta à pergunta do título *Pós-feminismo ou retrocesso?* Mas, ao afirmar que o feminismo não fracassou, há uma indicação de que o movimento de retorno ao lar esteja mais próximo do pós-feminismo. A principal justificativa para o não fracasso do feminismo está baseada no poder de escolha, na liberdade de escolher a vida que se quer e não mais ter uma única opção imposta. Mas a enunciadora indica que é um poder relativo, já que, por questões culturais como o machismo e preconceitos, bem como por questões econômicas, por conta de um capitalismo incompatível com a maternidade, a liberdade feminina é cerceada.

O trecho seguinte é intitulado *Correndo atrás*, em que o contrato de comunicação se estabelece a partir de pesquisas: das mulheres cadastradas numa empresa de RH citada pela

reportagem, 53% delas deixaram de trabalhar para cuidar dos filhos. Depois de dois a três anos fora do mercado, tentam retornar – e conseguem o retorno, mas com salários menores. Uma arquiteta conta uma história parecida com outras do mesmo tema: trabalhava numa grande empresa, com um alto salário. Após o nascimento do bebê foi demitida – de um modo gentil, mas demitida. “Na volta da licença-maternidade, o corre-corre para dar conta da nova rotina chamou a atenção do chefe, que, delicadamente, sugeriu que ela desse um tempo na carreira (...) saiu da empresa com a promessa de que poderia voltar em um ano, se desejasse, em um patamar inferior, mas com chance de recuperar o terreno perdido em pouco tempo”. Não foi o que aconteceu. Retornou com um salário 25% menor e sem perspectiva de crescimento. O fator decisivo para pedir demissão foi não poder mais ir almoçar em casa para ver o filho.

Afastada do mercado, engravidou pela segunda vez. Quando a mais nova fez um ano, ela regressou ao mundo corporativo. “As crianças ficam meio período na escola e o outro com a avó (...) ainda está longe de ganhar o que ganhava quando teve o primeiro filho. ‘Estou correndo atrás do prejuízo até hoje’ ”. Correndo atrás também está uma gerente comercial que, “para dar conta de tudo, pulava da cama às 4h30 da manhã, respondia os e-mails, organizava sua vida e a da filha antes de ir para o trabalho”. Mas teve outro bebê e a rotina ficou inviável. Então ela mesma propôs um cargo mais baixo, com salário 40% menor, para continuar trabalhando. “Melhor assim do que parar de trabalhar”. Assim, começa a ser delineado um cenário que mostra um dos motivos pelo qual as mulheres ainda ganham menos do que os homens.

A reportagem tem mais um subtítulo: *Igualdade onde?* Já que a reportagem foi inspirada na mídia americana, a enunciativa ouviu Sheryl Sandberg, a mais alta executiva do Facebook e autora do livro *Faça Acontecer*, no qual recorre às estatísticas para mostrar a desigualdade: “entre as 500 maiores empresas brasileiras, elas [as mulheres] comandam 14%. Aqui uma mulher que exerce a mesma função que um homem tem um contracheque 27,7% menor que o do colega”.

A autora ainda aponta para os estereótipos na educação “desde a infância, enquanto os meninos são elogiados por serem líderes, as meninas, quando exercem liderança, são chamadas de “mandonas”. A “mandona” está associada ao fracasso amoroso, é aquela que “assusta” os homens. Já o “líder” é o alfa, o provedor de sucesso – caldo cultural que faz com que as próprias mulheres refreiem suas ambições”. Sabendo que as mulheres têm salários mais baixos do que os pares masculinos, e que estas precisam optar por abandonar o trabalho

para se dedicar à maternidade ou vivem sob a tensão de dar conta da carreira e da família, é possível compreender porque os homens ainda são maioria no mercado de trabalho.

Um impulsionador da carreira feminina foi a empregada doméstica. Com o subtítulo *A nova lei das domésticas* a enunciadora recorre a uma escritora feminista, Rosiska Darcy (a mesma da *Claudia*) e realça seu título de recém-eleita na Academia Brasileira de Letras para esse contraponto: “a mulher entrou no mercado de trabalho fazendo de conta que a vida de casa não existia, escondendo isso como se fosse um defeito”. Ela explica ainda que foi graças ao trabalho das empregadas domésticas que as mulheres de classe média e alta puderam deixar os lares e investir na carreira.

Aqui a discussão retoma o social, saindo do âmbito pessoal. Neste trecho, as questões políticas são avaliadas, tais como a nova Proposta de Emenda Constitucional, sendo que a tendência é de que essa mão de obra encareça em 40%. Daí, a escritora sugere: “precisamos de novas políticas empresariais e públicas que permitam às mulheres fazer uma reengenharia do tempo e equilibrar vida profissional e privada. O desafio contemporâneo não é só um problema de divisão de trabalho entre marido e mulher, mas de toda sociedade”. A escritora termina afirmando que voltar para casa é um retrocesso, como uma resposta mais direta à pergunta do título. Sobre pós-feminismo, nada se menciona. Nem mesmo o termo é citado no texto.

No trecho intitulado *A filha da feminista*, a enunciadora retoma a questão das escolhas pessoais. A psicanalista e filha de uma feminista militante causou preocupação à mãe quando fechou seu consultório e mudou de país, seguindo o marido. O plano era retomar o trabalho no novo país, mas vieram os filhos e ela optou por cuidar da família. Ela relata a angústia de depender financeiramente do marido: “a perda da autonomia financeira ataca em cheio a autoestima”. Esporadicamente faz trabalhos de tradução. Aqui, a imagem do *care* como “não trabalho” é novamente apresentada: “Está cansada de quê? Passou o dia inteiro em casa!”, são frases que fazem parte do discurso do marido. Ela justifica que o marido é fruto de uma sociedade machista e patriarcal. A enunciadora endossa, ao afirmar que “toda mulher que se ocupa da casa já ouviu coisas semelhantes”. Torna-se evidente, neste trecho, a desvalorização do trabalho doméstico e criação dos filhos. Podemos ainda perceber que há um tom de conformação e justificativa.

Numa situação oposta, com o subtítulo *Papéis trocados*, temos a história de um homem que passou a trabalhar em casa para cuidar da filha, enquanto a mulher mantinha o seu emprego. O subtítulo já nos diz muito: a expressão “papéis trocados” aponta uma regra

profundamente enraizada em nossa cultura que define que a mulher é do lar e o homem da rua. Se um casal decide que é a preferência de cada um que dita a regra íntima, já recebem um título que mostra o quão “fora do lugar” estão.

Mas o mais curioso deste trecho da reportagem é a apresentação de uma pesquisa americana que diz: “maridos que se ocupam de trabalhos ditos masculinos tendem a ter vida sexual mais ativa do que aqueles que, por exemplo, ajudam a mulher a cozinhar e a limpar a casa, tarefas que até hoje ainda são classificadas simplesmente como ‘femininas’. Em poucas palavras, é como se o estudo dissesse que quanto mais “do lar” for o marido, menor sua libido e frequência sexual”. Se não soubéssemos a data, facilmente pensaríamos estar lendo uma revista dos anos 50 ou mesmo um tratado de filósofos que viveram antes de Cristo: “ao afirmar que ‘os Deuses criaram a mulher para as funções domésticas, o homem para todas as outras’ Xenofonte, no século IV A.C., exprimia um tipo de argumentação naturalista que ainda hoje demarca espaços para os sexos” (ALVES, 2007, p. 12). Ainda que a esse “preço”, a enunciativa opta por um caminho do meio: “é mais fácil ter uma mãozinha extra nas atividades do lar e correr atrás do prejuízo na cama do que se arriscar a ficar sem as duas coisas, não?”.

TPM

TPM faz uma edição especial voltada para o trabalho doméstico e questiona se este é o lugar da mulher. Seguindo o manifesto “*Você é livre?*”, a edição de maio de 2013 teve como tema “*A nova mulher prendada – é possível ser dona de casa e independente?*” e surgiu nas bancas com três capas distintas. Uma delas trazia a atriz global Aline Moraes, ex-modelo, com “pele boa e um cabelo bem cuidado”, como ela mesma se define na entrevista, empunhando luvas de faxina, um espanador e uma grande nostalgia: “a gente quer ser aquela mulher que a nossa avó foi”. Na foto interna, acrescenta-se um avental. Ela conta que relaxa lavando louça e ama bater bolo na mão na casa do namorado, que não tem batedeira – segundo a atriz, funciona como um resgate ao seu próprio passado. A entrevista não ultrapassa uma página.

A outra capa traz a jornalista Ana Paula Padrão. De jeans, com os cabelos despenteados (se não houvesse os créditos do cabelereiro acreditaríamos que ela acordou assim) e uma frase sua estampando a revista: “a mulher tenta resgatar o que deixou para trás quando conquistou o mercado de trabalho”. Na seção *Páginas Vermelhas*, a jornalista

responde a uma entrevista de oito páginas e 41 perguntas, das quais apenas quatro perguntas tentam responder/ falar sobre a questão chamada na capa. As outras 37 perguntas oscilam entre vaidade, casamento, maternidade, casa, perfil ou sobre como foi deixar o trabalho na rede Globo.



Figura 47: Três capas lançadas da edição n. 131 de maio de 2013. Da esquerda para direita: Alinne Moraes, Ana Paula Padrão e Milhen Cortaz.

Na terceira capa, o ator Milhem Cortaz aparece travestido de mulher, contando, junto com outros homens, também travestidos, como é encarar as tarefas do lar. São seis páginas que incluem entrevista e ensaio fotográfico de três homens contando suas rotinas com o cuidado do lar e/ ou dos filhos.

Há outras matérias que abordam direta ou indiretamente o tema da revista. Numa pequena enquete, homens contam “qual parte lhes cabe nas tarefas do lar” e suas esposas confirmam seus depoimentos. Na página seguinte, num artigo, a jornalista conta como uma judia sobreviveu à Segunda Guerra porque era prendada – sabia cozinhar. Mais dois artigos – Chris Campos, ex-diretora de redação da *TPM*, autora de um blog e um livro sobre dicas para casa e da atriz Bruna Lombardi – contam sua experiência em como se tornaram prendadas.

Há também outro perfil de uma ex-modelo que deixou a carreira para acompanhar o marido surfista ao redor do mundo, cuida da casa, ou melhor, do *moto-home* e acabou virando cineasta para “ter seu próprio dinheiro” [ela dirige e produz um programa num canal fechado], além de manter as tarefas do *care* em dia. “Fabiana é quem define o roteiro [de viagem]. Assim como cozinha e arruma a casa (...) também é responsável pela alfabetização da filha de 6 anos de idade. Mas o funcionamento da família, segundo seu marido é “como nos tempos das cavernas: saio para caçar, enquanto ela me espera para fazer o almoço”. O ensaio fotográfico sensual da edição foi com um chef, que faz questão de se autointitular cozinheiro,

e, claro, na cozinha! Já o ensaio de moda, apesar de muito elegante, foi numa feira, entre frutas e temperos; além de chamar a atenção para a feminilidade “da cintura marcada” e indicar seis tipos de sacolas para “ir à feira” – atividade diretamente ligada ao *care*.

A matéria propriamente dita do manifesto (com a pergunta “Você é livre?” no rodapé) é composta de oito páginas, sendo duas delas fotos da atriz Aline Moraes, sorrindo, empunhando seu espanador (ainda mais *retrô* do que a *Marie Claire*, que opta por um aspirador) e uma com a pergunta “bordada”: *que saudades da Amélia?*.

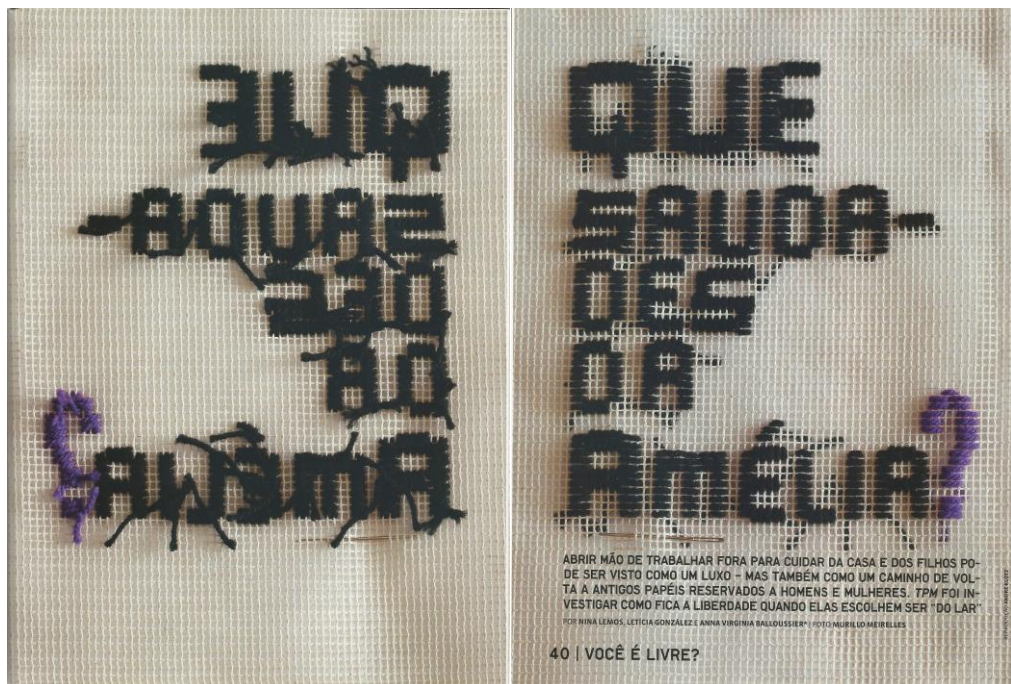


Figura 48: O título aparece “bordado”, na página de trás, as “linhas” do arremate ficam aparentes.

As entrevistadas da reportagem são: uma jornalista que deixou o emprego quando estava prestes a ser promovida para cuidar dos filhos gêmeos; a atriz que pretende dar um tempo na carreira de atriz para se dedicar aos filhos; a agrônoma que deixou o emprego para seguir o marido diplomata; uma autora de um blog feminista que cozinha, mas é o marido quem lava e uma escritora que já pagou pensão ao marido quando ele cuidava da filha.

A jornalista estava prestes a ser promovida, mas iria comandar uma fusão e, por isso, sofrer bastante pressão. “Eu estava grávida de gêmeos, tendo que demitir pessoas, com meus filhos chutando dentro da barriga. Achei que era melhor eu me fundir comigo mesma.”. Uma sugestão da importância do *care* é encontrada nesse discurso: hoje ela se dedica ao que chama de “filosofia do cuidar” e reflete que “a nossa sociedade não valoriza quem cuida da própria casa, da família, da cidade”. Nesse momento, a enunciativa atribui nomes corporativos para o

trabalho doméstico, ao invés de usar a palavra *cuidado* ou afins, ela afirma que a jornalista “administra a educação e a alimentação dos gêmeos”.

A enunciadora questiona então, se é possível voltar para casa e cuidar dos filhos sem abrir mão dos valores feministas. É nesse ponto que o texto remete à mesma reportagem norte-americana citada por *Marie Claire*. E, ao invés de pós-feminismo, *TPM* chama esse movimento de “novo feminismo”. Uma tecnóloga do discurso (psicóloga e escritora, autora do livro *Vida de equilibrista - Dores e delícias da mãe que trabalha*) é convidada a mostrar quem são as mulheres que fazem essa opção: “Vejo isso acontecer entre mulheres com mais de 30 anos, que já trabalharam e sentiram que eram competentes. Uma hora, elas pensam: ‘É isso que quero para minha vida? Será que não quero cuidar da outra parte dela?’ (...) Não são mulheres que querem ser dependentes do marido mas que estão optando porque têm liberdade para escolher (...) Geralmente, elas já fizeram uma poupança e têm um plano B de carreira”. Nesse trecho, fica evidente que o centro da questão é a liberdade de escolha. Porém, a reportagem toca em assuntos que ampliam a discussão do pessoal para o político.

A jornalista (mãe dos gêmeos) reforça esse discurso da não dependência “Hoje, é ele [o marido] quem sustenta a casa, mas não vejo como dependência, e sim como uma sociedade”. Essa “sociedade” tem por base o salário família, ou seja, o salário do homem que sustenta a família enquanto a mulher se responsabiliza pelo *care*. Este modelo foi duramente criticado por parte do movimento feminista nos anos 70, pois desta forma, a mulher continuaria dependente do marido. Já o salário feminino, traria liberdade e independência à mulher. Hoje, a mulher que volta para casa opta por viver justamente com esse salário família, buscando a valorização das atividades não assalariadas, ou seja, o trabalho doméstico e, em especial, a maternidade.

Nos anos de 1940, na aliança política “Em Defesa das Mulheres” (Woman’s Defense), a ativista californiana Mary Inman sustentou que o trabalho doméstico, da mesma forma que o trabalho fabril, era trabalho produtivo. Inman antecipou em muito o debate posterior sobre o tema, defendendo que a “disseminada depreciação do trabalho doméstico e da criação dos filhos” era o que levava à subordinação das mulheres, não a função econômica desse trabalho propriamente dito, que produzia a força de trabalho presente e futura” (BORIS, 2014, p. 107)

Nessa linha de pensamento, a jornalista se considera feminista e “entre suas bandeiras estão a diminuição da jornada de trabalho, a divisão de tarefas domésticas e o aumento de creches nas empresas”, ações que diminuiriam a sobrecarga feminina com os trabalhos domésticos, dividindo-os com os homens que, por sua vez, não ficariam sobrecarregados, já que a diminuição da jornada seria para todos. Essas mudanças aumentariam as possibilidades

da mulher permanecer no mercado de trabalho, ainda que sua escolha seja ser uma mãe presente.

Na seção encabeçada pelo subtítulo *Glamour? Não, arroz com feijão* a história da vez é da atriz que se mostra como “uma mulher prendada, que adora fazer comida e se acalma lavando roupa”. Apesar da vida corrida, nos seus projetos está incluída uma pausa para a maternidade em tempo integral: “Quero ter filhos, e penso que vou ficar ausente do trabalho para viver isso” [o que de fato aconteceu em 2014]. Apesar do subtítulo negar o *glamour*, ele aparece: “não é qualquer mulher que pode se dar a esse luxo, claro. Conseguir dar um tempo e se dedicar à família está ligado à classe social e ao tipo de trabalho de cada uma.”, explica a mesma psicóloga. Essa decisão então não está ao alcance da maioria das mulheres brasileiras. Um *box* da reportagem reforça: “Só quem pode optar por ser dona de casa é a mulher de classe média, que tem recursos”.

Ainda neste trecho, a história da agrônoma que deixou o trabalho para acompanhar o marido diplomata e depois teve uma filha, de quem cuidou sem ajuda de uma babá. “Passei dois anos perdida. Sempre me defini pelo trabalho, não sabia mais quem era, entrei numa espécie de limbo (...) Aprendi que ninguém se define sendo uma coisa só. Não poderia me definir sendo só mãe e esposa”. Sobre a questão financeira, para ela, que era independente, foi difícil se adaptar: “No início, não comprava nem um grampo. Achava que não tinha dinheiro. Até que decidimos fazer uma divisão de renda”. Isso significa que ele passou a depositar mensalmente na conta dela uma quantia definida pelo casal”. No mês da reportagem, ela retomou a profissão de agrônoma. O *glamour* ganha força ao ficar claro que só as mulheres de classe sociais mais altas podem se permitir essa escolha, além do fato de ser uma *escolha* e não mais uma imposição, como foi por muito tempo.

Coisa de mulher? É o subtítulo seguinte da reportagem que entrevista uma escritora defensora do “retorno ao lar”. Ela afirma que “a mulher tem, sim, mais talento para cuidar da casa do que o homem”, e sustenta que a mulher pode ser “competitiva e respeitada como força de trabalho (...) eu só acho que homens e mulheres não devem tentar ser iguais o tempo todo”. O outro lado da questão é apresentado por uma socióloga que compõe o quadro dos enunciadores-sabedores: “Não vejo essa tendência como uma realidade da mulher atual. Pelo contrário. A mulher está cada vez mais interessada em se inserir no mercado de trabalho”.

Outra escritora faz coro a esta voz: “Isso acontece com mulheres jovens, que não viram as batalhas feministas. Elas fantasiam sobre as velhas formas porque acham que os direitos das mulheres são coisas que foram facilmente conquistadas. Mal sabem elas”. Para

esta escritora, voltar para casa é uma forma de desconhecimento da história das lutas feministas. Ainda opondo-se à teoria de que mulheres são mais interessadas no lar do que homens, há ainda a história da blogueira feminista que divide, há 19 anos, as tarefas com o marido e afirma: “O cuidar não precisa ser só da mulher”. Nesta rotina, ela cozinha e ele lava.

Ele lava, ela cozinha é o subtítulo da parte final da reportagem. A história é da escritora que pagou pensão ao ex-marido enquanto estava com a guarda da filha. Para ela, só quem pode optar por retornar para casa “é a mulher de classe média, que tem recursos. A mulher pobre sempre trabalhou e viveu a dupla, tripla jornada”. Temos aí a questão do luxo retomada – o luxo da opção (*luxo*, aliás, é um termo recorrente neste e em outros textos desta edição). A reportagem finaliza com dados que confirmam as mulheres como principais cuidadoras dos filhos e da casa: “Segundo o Dossiê Família Brasileira, realizado pelo Datafolha em 2007 (...) apenas 22% do cuidado (acompanhar as refeições, levar à escola, ao médico, ajudar nas lições) dos filhos fica para os pais. O resto, é claro, é responsabilidade das mães”.

A reportagem não responde às perguntas que propõe – e são muitas: “você é livre?”, provoca o manifesto; “é possível ser dona de casa e independente?”, é a questão que estampa a capa; “que saudades da Amélia?”, indaga a reportagem. As perguntas refletem uma necessidade de questionar, de indagar os modelos e levam a pensar sobre eles, mas a reportagem permanece na dualidade ao mostrar os dois lados da moeda e investe no poder de escolha, pois o que importa é ser *livre*. A liberdade parece estar em escolher ir (para casa) ou ficar (no mercado de trabalho). A discussão mapeia os prós e contras de ambos os lados, mas está distante de alcançar uma dimensão política e social desse cenário neoliberal, como políticas públicas que possibilitem que a mulher não precise se afastar do mercado, ao dar à luz.

Ainda na mesma direção, a revista promoveu uma matéria incluindo um ensaio fotográfico com homens que dão sua contribuição nas tarefas do lar – como cuidar do bebê, cozinhar ou faxinar. Num primeiro momento, parece-nos um avanço, pelo fato dos homens serem retratados com objetos considerados pela nossa cultura como expressão de feminilidade, como brincos grandes, saias e batom. Ficaríamos felizes, se estivéssemos diante de uma simples e pura subversão, mas, infelizmente, para Butler, segundo Salih, “a subversão e a agenda estão condicionadas por discursos dos quais não se pode fugir (...) a própria subversão é condicionada e restringida pelo discurso” (2012, p.95)

Salih (2012) explica que a paródia por si mesma não é subversiva, pelo contrário, serve para reforçar os estereótipos, e usa exemplos de filmes populares em que homens precisam se travestir de mulher para adentrar e sobreviver no que chamamos de universo feminino – o espaço doméstico, do trabalho não remunerado e do cuidado. Isso nos aponta para uma espécie de veto desse espaço ao homem, fortalecido com o retorno e permanência da mulher neste espaço. O que nos parece é que o manifesto (Você é livre?) tenta ir de encontro ao discurso hegemônico, mas nesta reportagem, acaba retornando aos estereótipos.

Lembramos que, tanto *Marie Claire* quanto *TPM* citam que o movimento de “retorno ao lar” é tendência nos Estados Unidos e ambas as enunciantoras declaram ter lido a reportagem de mesmo tema da revista norte-americana, *New York Magazine*. Cláudia antecipa a publicação citada e lança a discussão seis meses antes, em setembro de 2012. Mas a experiência que dá voz à matéria é, inicialmente, a de uma norte-americana; ninguém menos do que a ex-diretora de políticas e planejamento do Departamento de Estado dos Estados Unidos (“cargo equivalente ao de um ministro”⁷), Anne-Marie Slaughter. Ela deixou o cargo para “ficar mais perto do filho, de 14 anos, que estava tendo problemas em casa e na escola: ‘Vi todos os ideais feministas que sempre defendi ruírem’”.

Inicialmente, o discurso da enunciantora tenciona avaliar a questão da saída da mulher do mercado de trabalho em prol do *care* por um viés social e político, tirando-a do âmbito de escolha pessoal, já que, ao sair do cargo, Anne-Marie, que é cientista política e dá aulas na Universidade de Princeton, escreveu um artigo intitulado *Porque as mulheres ainda não podem ter tudo*, artigo que fez a revista bater recorde de leitura, ganhando manchete no *New York Times* e eco em outros países. Mas não foi esse o caminho do discurso escolhido.

Ao contrário, na página seguinte, a enunciantora se refere à decisão da seguinte forma: “foi a primeira vez que uma funcionária de alto escalão do governo americano – e um modelo de profissional para mulheres mais jovens – disse, em público, que estava deixando o emprego dos sonhos para fazer *waffles* para os filhos no café da manhã”. Estando evidente no seu discurso a pressão pessoal, social e profissional sofrida, e por ter relatado como seus ideais feministas foram descartados porque o filho estava com problemas e, neste cargo, ela precisaria passar a semana em outra cidade, trabalhando 14 horas por dia, torna-se mais nítida a motivação da mudança, sem a qual ficaria impossibilitada de apoiar seu filho. A mudança, portanto, não aconteceu por uma opção romantizada de preparar o café da manhã dos filhos.

⁷ Chamamos a atenção para a opção da revista em usar o masculino universal ainda que se trate da referência a uma mulher.

Mesmo porque, de volta a sua cidade, a cientista política continuou no mercado de trabalho, dando aulas, ministrando palestras e escrevendo artigos.

A outra fonte escolhida pela enunciadora é também norte-americana: Marissa Mayer, contratada pelo Yahoo, grávida de 6 meses, anunciou que tiraria apenas algumas semanas de licença-maternidade, tendo sido crucificada pela mídia. As convocações parecem estar sempre colocando as mulheres em situação de desconforto: crucificadas se conquistam um alto cargo e abrem mão em nome da família, crucificadas se abrem mão do cuidado da família e se mantêm num alto cargo.

Contextualizando o tema no Brasil, a enunciadora escolhe apenas especialistas. Não há mulheres “reais” contando suas experiências como em *Marie Claire* e *TPM*. “Especialistas consultadas por CLAUDIA são unânimes em dizer que, por aqui, nós já sabemos que não podemos ‘ter tudo’ e pagamos um preço alto para trabalhar fora”. É possível identificar, nesse ponto, uma convocação à resignação. A reportagem continua com mais quatro fontes, que estão no mercado, são especialistas em suas áreas e, ao mesmo tempo, casadas e têm filhos (o exato perfil da revista).

CLAUDIA • oBoticário
APRESENTA

AME
Sua vida

O preço alto do sucesso

Mulheres que chegaram ao topo na política e nos negócios questionam a ideia de que é possível conciliar uma carreira de glórias com um casamento feliz e a maternidade. E você, o que acha?

MARIA LAURA NEVES

A mulher da foto da página ao lado se chama Anne-Marie Slaughter, é uma americana de 53 anos, cientista política e uma das intelectuais mais influentes do seu país. Especializada em relações internacionais, ela dá aulas na Universidade de Princeton, escreve artigos para as publicações mais respeitadas do mundo e ministra cerca de 45 palestras por ano. Em 2008, foi convidada pela secretária de estado Hillary Clinton para ser diretora de política e planejamento do Departamento de Estado dos Estados Unidos, em Washington. Era o emprego dos seus sonhos. O cargo, equivalente ao de um ministro, exigia que ela passasse o tempo na capital federal enquanto seus dois filhos adolescentes e seu marido continuavam em Nova Jersey, onde sempre morou com eles. Depois de dois anos de dedicação à função, trabalhando 14 horas por dia e só voltando para a família nos fins de semana, Anne-Marie pediu demissão. Queriu ficar mais perto do filho, de 14 anos, que estava tendo problemas em casa e na escola. “Nossa relação tinha ficado estressada e ele mal falava comigo. Eu estava transbordando e muito preocupada com ele”, disse Anne-Marie, pelo telefone, a CLAUDIA. “Muita gente questionou minha decisão. As pessoas achavam que eu estava usando meu filho como pretexto para esconder o verdadeiro motivo da saída.” De volta a Nova Jersey, às aulas na universidade, aos artigos e às palestras, Anne-Marie levantou polêmica ao abordar um dos grandes dilemas feministas, em um texto intitulado *Why Women Still Can't Have It All* (“Por que as mulheres ainda não podem ter tudo?”) e publicado pela revista americana *The Atlantic* como reportagem de capa. Ali, ela discorre sobre a sua decisão de deixar o emprego no governo e defende a ideia de que, na atual sociedade americana, as mulheres não conseguem conciliar uma carreira de alta performance com uma vida pessoal e familiar ativa e feliz. “Vi todos os ideais feministas que sempre defendi nutridos”, afirmou. “Saí do emprego para me dedicar ao meu filho. Quando as crianças precisam da gente, nenhuma mãe hesita em dizer sim.” Foi a primeira vez que uma funcionária de alto escalão



“
SAÍ DO EMPREGO PARA ME DEDICAR AO MEU FILHO. QUANDO AS CRIANÇAS PRECISAM DA GENTE, NENHUMA MÃE HESITA EM DIZER SIM”
ANNE-MARIE SLAUGHTER
CIENTISTA POLÍTICA

frases adiante, o discurso volta para o pessoal, assumindo mais uma vez a responsabilidade da dupla jornada: “no fundo, a gente ainda acredita que cuida melhor das crianças do que eles”. Como num movimento de ioiô, ela amplia novamente o tema: “devemos nos aliar aos homens não só no âmbito doméstico, mas também no político para alcançarmos mudanças”.

“Maria do Rosário, pedagoga e ministra da Secretaria de Direitos Humanos, é casada e tem uma filha”. Como representante do Estado, a ministra escreve institucionalmente, como uma porta voz da presidenta (citando-a, inclusive). Comemora o aumento das mulheres no mercado de trabalho, relata a busca para diminuir a disparidade de salários e reconhece a falta de estrutura social para acompanhar o que ela chama de evolução feminina: “A maioria das brasileiras está desamparada e não tem onde deixar os filhos durante o horário comercial”; essa mulher que depende de creches públicas (que não é a leitora da revista) aparece pela primeira vez em reportagens do gênero. Do ponto de vista pessoal, a ministra acredita que passar o dia no trabalho não significa abandono e alerta: “nós, mulheres, precisamos lembrar que as crianças crescem, que o trabalho nos traz satisfação e que temos responsabilidades fora do ambiente doméstico também”. Essa responsabilidade se liga à economia do país: “a maior participação da mulher no mercado de trabalho é importantíssima para que o país continue a crescer e se desenvolver, inclusive economicamente”.

“Sandra Guerra, executiva, presidente do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, instituição que incentiva e certifica boas práticas em empresas, foi casada duas vezes, não teve filhos”. Ela ressalta que “as altas executivas que estão em postos de comando hoje não tiveram elasticidade nem flexibilidade por parte das empresas ao longo da carreira. Foram persistentes e encararam muitas dificuldades sozinhas para chegar ao topo”. É uma indicação de que a decisão e o empenho da mulher é o que conta para ter sucesso profissional, mas admite que “o atual ambiente de trabalho e de negócios no Brasil não é muito amigável com quem tem filhos que demandam atenção”. Sandra Guerra narra o problema das mulheres que interrompem a carreira temporariamente para cuidar dos filhos, mas, quando retornam ao mercado não querem expor o real motivo da pausa no currículo, pois “sabem que pausas na carreira, em especial para cuidar da família, pegam muito mal nas empresas. É lamentável. E esse é um dilema exclusivamente feminino”.

A executiva ressalta ainda que tecnologias que permitem flexibilizar jornadas e trabalhar remotamente já existem, o que não há ainda é uma mudança cultural. Ela alerta que, num futuro breve, não serão apenas as mulheres a reclamar da “rigidez do mundo

corporativo”, já que os “os homens das gerações mais novas começam a dividir, mesmo que ainda timidamente, as responsabilidades com os filhos e com a casa”.

“Toya Lorch, sócia-fundadora da Kampas Coaching e Consultoria, com mestrado executivo pela escola de negócios francesa Insead, uma das melhores do mundo, é casada e tem dois filhos”. Lorch avalia que “cada uma de nós tem uma definição diferente de sucesso, mas geralmente ficamos presas a estereótipos. Com frequência, tentamos satisfazer a ideia de que os outros têm de uma superexecutiva ou de uma supermãe. Qualquer escolha pressupõe perdas, e é importante a mulher saber aceitá-las”. Ela alerta que as mulheres que conseguiram satisfação pessoal e profissional “souberam negociar as funções e atribuições com os familiares, chefes, pares e subordinados”. Para ela, “uma das principais barreiras para que as mulheres consigam se realizar plenamente no Brasil está na organização familiar. São os maridos que têm dificuldade em aceitar que elas ganham mais ou que não conseguem conciliar as funções de cuidador e provedor da família”.

Assim, ao final da matéria, a enunciatória se vê sem saída, pois, para qualquer das duas únicas alternativas que existem – equilibrar a dupla jornada ou abandonar o mercado de trabalho – a angústia, a culpa e as perdas são certas. Para que a sensação de fracasso não permaneça, uma última página, contendo uma narrativa entremeada por autoajuda, repleta de modalizações, fornece o caminho das pedras para a mulher que busca equilíbrio entre lar e mercado de trabalho, um pequeno manual de procedimentos: *Seja uma superfuncionária. Quando você for mãe, ganhará direito à flexibilidade; Seja verdadeira com você mesma. Se pretende dar conta de um emprego e uma família, seja honesta com o que importa para você; Aceite que alguns empregos não são ideais para você; Assuma que não é a Mulher-Maravilha.* E assim, as modalizações dão a receita do sucesso. Em *Cláudia*, o contrato de comunicação convoca ao equilíbrio e não parece achar uma boa ideia “retornar ao lar”.

Em dezembro de 2014, *Marie Claire* traz o mesmo tema, com uma perspectiva diferente das outras reportagens analisadas. Nos discursos anteriores, foi possível identificar o preconceito, mas o foco está na decisão de parar de trabalhar (definitiva ou temporariamente) como opção pessoal e não na denúncia, como é o percurso de *Marie Claire*.

Com páginas pretas e uma frase de impacto: *é proibido engravidar*, a matéria relata a história da gerente de uma empresa que criou o “Programa de gestação”, no qual “numa planilha de Excel, os nomes das mulheres da equipe estavam listados e marcados em cores. Em verde, quem poderia engravidar nos meses seguintes. Em rosa, as autorizadas a fazê-lo mais adiante. Em vermelho, as proibidas”. Isto não era tudo, havia o detalhamento do plano:

“se duas colegas preenchessem os critérios ao mesmo tempo, o desempate se daria pelo tempo de carteira assinada. Se a escolhida não usasse sua chance de engravidar, perdia a vez e voltava para o fim da fila”.

Além de tudo isso, duas regras básicas deviam ser cumpridas: “Regra 1: Quem não casou oficialmente ainda não pode entrar no programa (sou gerente à moda antiga). Regra 2: Quem já tem um filho vai para o final da fila (sou gerente exigente, não aceito furar fila)”. Se as gestações fossem indesejadas (pela gerência) as mulheres eram “punidas com trocas abruptas de horário e ameaças veladas de demissão tão logo a estabilidade garantida por lei terminasse”. Ouvida pela reportagem, a ex-gerente disse que tudo não passou de uma brincadeira. A empresa se pronunciou comunicando ser apenas um caso isolado.



Figura 50: Reportagem da revista *Marie Claire* em dezembro/ 2014.

O caso foi levado ao Tribunal Superior do Trabalho e todas as funcionárias que processaram a empresa saíram vencedoras (ou fizeram acordo). Daí em diante, duas histórias passam a ser contadas na reportagem. As ex-funcionárias Roberta Haddad e Carla Borelli (foto) contam como sofreram preconceito. Roberta foi a primeira a colocar a questão na justiça e conta por quê: “Ela era hostil. Tive sangramentos e passei mal algumas vezes durante a gestação. Quando acontecia, ela me olhava como se eu estivesse fazendo de propósito (...) Engravidei numa troca de pílula, sem planejar, e descobri quando tinha acabado de ser promovida”.

Além das dificuldades físicas como ministrar treinamentos em pé o dia todo, ainda convivia com os episódios de assédio moral, como no dia das mães em que a gerente presenteou as funcionárias com um porta-retrato, excluindo outra colega grávida, justificando da seguinte forma: “Você não é mãe, é um receptáculo. Vai ser mãe só no dia em que nascer. *Se nascer*”. Diante dos maus tratos e insatisfação da gerente por conta da gravidez, Roberta estava certa de que seria demitida após a licença maternidade, mas permaneceu por mais três anos na empresa a pedido de clientes. Porém, “ela decidiu que já tinha perdido tempo suficiente longe do filho e tirou dois anos sabáticos. ‘Descobri o que era ser mãe’ ”.

Carla teve o primeiro filho em 1999, quando ocupava um cargo comum. Quando decidiu ter o segundo filho, já tinha crescido na carreira, por isso acreditou que seria mais fácil, porém, a situação foi pior. Precisou adiar os planos, porque seguiu as regras. “A planilha me desestabilizou. Já não sabia mais o que era prioridade para mim. Comecei a pensar que, se eu engravidasse, correria o risco de ser mandada embora e aí, como ficaria, com dois filhos e desempregada? Adiei e me sentia frustrada”. A questão profissional entrava em conflito com a vida pessoal: “eu ficava com medo por causa da idade. E também de não ter pique para começar tudo de novo. Mas, para a minha gerente, era impossível conciliar trabalho e gravidez”.

Para finalizar a reportagem, a enunciadora ouve uma voz institucional, a coordenadora do Coordigualdade, o programa de equidade de gênero do Ministério Público do Trabalho: “Ela afirma que o assédio sobre a maternidade é o mais comum no Brasil. E não importa a área ou o nível de instrução. “As trabalhadoras continuam sendo preteridas para promoções e viagens pelo fato de terem filhos, como se os homens não tivessem família. A legislação é muito recente (a licença maternidade é de 1998) e, até pouco tempo exigia-se atestado de esterilidade antes de contratar (...) Levantando estatísticas, vemos que, em alguns casos todas as mulheres promovidas num setor não têm filhos. Por quê? (...) Quase nunca se vê um pai apresentando um atestado porque precisou levar o filho doente ao médico. Isso tem que mudar”.

2.3 Liberdade para decidir

A casa, o trabalho doméstico (compras a fazer, contas a pagar, roupas para lavar) e o cuidado com – crianças, idosos ou doentes – é real e diário. São tarefas que perpassam toda a

sociedade, mas envolve praticamente um gênero específico – o feminino. A mulher do início do século XXI adquiriu uma capacidade incrível de ser multitarefa: ela trabalha fora, mantém a casa em ordem, cuida dos aspectos físicos e emocionais da família, cultiva o corpo em dia com exercícios e alimentação saudável, cuida da beleza, é exímia esposa, excelente amante (do marido) e ótima mãe. A psicanalista Maria Helena Fernandes considera que

a melhor representação do ideal da mulher pós-moderna é a figura da *mulher-elástico*, tão magistralmente ilustrada no filme infantil *Os Incríveis*. Para tentar corresponder ao seu amplo espectro de ideais, a mulher pós-moderna precisa ter um funcionamento verdadeiramente elástico. Deve desempenhar-se, com sucesso, numa gama tão variada de funções que só mesmo uma elasticidade originária poderia lhe garantir, ao menos, algum êxito numa empreitada tão incrível, própria dos super-heróis! (2012, p. 1).

Esse discurso da elasticidade, tão valorizado nos nossos dias, compõe o quadro ideológico que naturaliza o *care* como trabalho de mulher. Na contramão dessa ideologia da naturalização, encontramos muitas reportagens nas revistas dedicadas ao gênero feminino sobre culpa, angústia e *stress* que surgem quando a mulher tenta manter o equilíbrio entre trabalho e lar, além de encontrarmos mulheres deixando o mercado de trabalho (onde seus salários ainda são menores) e voltando para a casa, para o cuidado dos filhos e do lar.

Três grandes eixos sustentam a imprensa feminina: moda, casa e coração. O vestir, o morar e o sentir (...) essas necessidades muito válidas do ser humano – o que comer, o que vestir, como morar, como amar – traduzem-se em desejos que foram tratados pela imprensa feminina. Houve simplificações, fantasias, distorções. As coisas do cotidiano das pessoas parecem menos importantes que os acontecimentos políticos, abordados pela imprensa em geral; mas são elas que trazem a felicidade e o bem estar de cada um. (BUITONI, 1986, p. 68-69)

O problema não está na recorrência dos temas que, como bem explica Buitoni, são essenciais para nossa felicidade e nosso bem estar. O que nos chama a atenção é a desvalorização do *care*, um tema, quase invisível para a sociedade, sendo amplamente discutido no âmbito feminino.

Duas explicações têm sido formuladas nesse debate: a das teorias feministas, que consideram que essa desvalorização do trabalho doméstico e de cuidado no âmbito da família, executado gratuitamente pelas mulheres, e a da teoria inovadora de Paperman (2013), em que a vulnerabilidade e a falta de cidadania dos idosos dependentes e dos portadores de deficiências repercutem sobre o *status* dos cuidadores, que pertencem a uma população considerada de ‘segunda categoria’ (HIRATA, 2014, p. 67)

Seja por um motivo ou por outro, a desvalorização atinge diretamente a mulher, uma vez que ela é a responsável pelo *care*. Segundo as pesquisas em sociologia, os homens estão começando a entrar nesse “universo” do *care*, mas “o número de horas gastas pelas mulheres

em atividades domésticas é mais que o dobro daquelas despendidas pelos homens.” (BILAC, 2014, p. 139).

Mesmo na esfera das revistas femininas, em que o assunto é de interesse das mulheres, há um paradoxo: ao mesmo tempo em que se fala do cansaço por conta da dupla jornada, a mulher que “dá conta” de tudo é extremamente enaltecida. Quanto mais tarefas concluídas: trabalho fora, trabalho doméstico, cuidado com os filhos e à noite estar linda para o marido, mais poderosa esta mulher é. Reportagens modalizam receitas de sucesso para a leitora alcançar o equilíbrio prometido, com dicas de como lidar com o cansaço e o *stress*, como se fosse normal viver em estado permanente de trabalho e alerta.

Sobre esse tema, a revista *Cláudia* modaliza: “5 hábitos para vencer o cansaço. Pequenas mudanças que fazem grande diferença” ou “No limite. Saiba como lidar de modo positivo com o stress do dia a dia”. Tudo para alcançar o tão almejado equilíbrio: ser uma ótima mãe, profissional de excelência e esposa perfeita – sem falar nos papéis secundários de filha, amiga, boa ouvinte e nas horas vagas frequentar a academia e o salão de beleza. Nesse tipo de contrato de comunicação, dar conta de tudo é sinônimo de poder. Apesar dos avanços obtidos com o feminismo, a responsabilidade com o lar e os filhos faz com que nos sintamos culpadas, cansadas, estressadas, angustiadas ou retornemos a um espaço e formato conhecido: homem trabalha e provê, mulher cuida da casa e dos filhos.

O movimento de “retorno ao lar”, ainda que considerado retrocesso, inaugura, porém, um novo discurso que antagoniza o já estabilizado discurso da dupla jornada. Ambos naturalizam o *care* como trabalho de mulher, mas “retornar ao lar” desestabiliza a ideologia capitalista associada a um dos discursos feministas de que a liberdade da mulher está centrada na independência econômica. Nas reportagens analisadas, o poder da mulher está centrado na liberdade de decidir – permanecer no mercado ou voltar para casa. É basicamente sobre esse discurso que nos ateremos a partir do próximo capítulo.

CAPÍTULO III

3 A LIBERDADE E SEUS SIGNIFICADOS

Abrindo mão da fantasia da *mulher-maravilha* ou *mulher-elástico*, aquela que dá conta de tudo – família, trabalho, amigos, beleza – muitas mulheres estão abandonando os empregos para se dedicar à vida no lar. Esse tema foi analisado por Emily Matchar em *Homeward Bound: why women are embracing the new domesticity* (2013). A autora analisa as razões pelas quais a “geração Y, criada por suas mães trabalhadoras à base de enlatados e congelados, agora deseja o oposto para suas famílias (...) optando por produtos orgânicos ou oriundos de hortas domésticas.” (LUGLI, 2014, p. 998). Dedicadas a uma vida mais saudável, livre do stress e sobrecarga, essas mulheres geralmente optam por partos naturais, amamentação prolongada e acompanhamento da primeira infância dos filhos. Matchar faz parte dessa geração de mulheres que foi preparada para o mercado de trabalho (estudou em Harvard), mas cada vez mais atendem a um chamado para o retorno ao lar. A autora denomina esse movimento de *nova domesticidade*, que consiste na

retomada das atividades tradicionalmente consideradas domésticas e femininas – como artesanato, jardinagem, cozinha natural e maternidade intensiva – pelas jovens mulheres urbanas e de alto nível de educação formal. (...) [a autora] aponta como principais causas a preocupação com a sustentabilidade e a saúde; a busca da sensação de estabilidade e segurança de um “passado cor-de-rosa”, a realização pessoal; e a necessidade de flexibilidade frente a um mercado de trabalho em recessão, que não oferece oportunidade aos jovens e discrimina as mães (...) A nova domesticidade é, portanto, o acolhimento dos valores domésticos por parte de pessoas que teriam condições de rejeitá-los. (LUGLI, 2014, p. 997).

Esse movimento é detectado por Matchar como tendência de comportamento através da proliferação de blogs sobre o tema, os quais ela acredita ter grande parte da responsabilidade na divulgação e manutenção desse estilo de vida, já que as mulheres estão na segurança e conforto dos seus lares, mas compartilham entre si dúvidas, gostos e soluções para as questões práticas do dia a dia, formando assim uma rede de mulheres que se sustentam emocionalmente e se apoiam mutuamente. Além disso, esta é uma opção de trabalho remunerado flexível, tanto através da escritura dos textos quanto pela venda de anúncios, no modo *home office*.

Apesar de ainda não encontrarmos pesquisas sobre esse tema no Brasil, identificamos, através de reportagens nas revistas femininas e de blogs, o mesmo movimento de “retorno ao lar”. Trazemos a seguir alguns blogs nacionais sobre maternidade integral e afazeres

domésticos escritos por mulheres que optaram por esse estilo de vida, mostrando o perfil de suas escritoras, através de sua própria apresentação.



Figura 51: Página inicial do blog *Mãe da cabeça aos pés*.

Jornalista em home office, mãe do Leonardo (5) e da bebê Manuela. Tive filho aos 26, escolhi a maternidade integral por 3 anos e, aos 32, faço tudo ao mesmo tempo! Acredito que mulher é multifuncional por natureza e que – embora seja um desafio – conciliar é possível. A busca pelo equilíbrio administra minha forma de viver, educar, escrever... <http://maedacabeca-aos-pes.com.br/> (acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 52: Página inicial do blog *Diirce*.

Sabe aquela mãe que abandona a carreira para ficar em casa e se dedicar exclusivamente aos cuidados da família? Diiirce é essa mãe como antigamente, mas com um pezinho no novo. Dicas para casa, textos para pensar sobre a correria do dia a dia, desabafos sobre ser mãe, receitas e muito mais estão no blog da dona de casa moderna, ou melhor, da CEO em Atividades Materno-domésticas. <http://diiirce.com.br/> (acessado em 22 de abril de 2015)

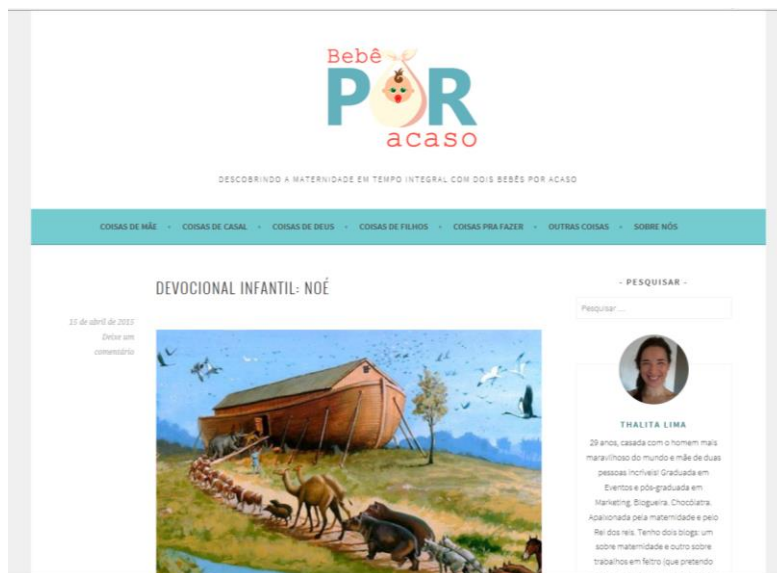


Figura 53: Página inicial do blog *Bebê por acaso*.

29 anos, casada com o homem mais maravilhoso do mundo e mãe de duas pessoas incríveis! Graduada em Eventos e pós-graduada em Marketing. Blogueira. Chocólatra. Apaixonada pela maternidade e pelo Rei dos reis. Tenho dois blogs: um sobre maternidade e outro sobre trabalhos em feltro (que pretendo voltar a trabalhar e atualizar). Minha família é o que me faz dizer: Sou uma pessoa realizada! <https://bebeporacaso.wordpress.com/> (acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 54: Página inicial do blog *De mãe para mamãe*.

Como surgiu?

Em Março de 2012 fui promovida a mãe, Matheus nasceu para completar a minha vida e a partir daí resolvi ser mãe a tempo inteiro.

Em brincadeira, comecei a utilizar o Instagram, tem horas que na maternidade sentimo-nos muito sós e passei a postar coisas que achava interessante para outras mães conhecerem e sem querer surgiu o @demaeparamamae. Queria partilhar o meu mundo, mas ao mesmo tempo, chamar a atenção de outras mães para coisas que não tinham me “avisado” (...) Aos poucos o @demaeparamamae foi ganhando nome e hoje é o mais seguido do IG (...).

Quem sou eu?

Sou carente mas independente, amiga e boa confidente, gosto de amar e lembrar que quando desisti de procurar, o amor resolveu me achar! Adoro sorrir e gosto mais ainda de quem me faz rir! Descobri que somos felizes quando rezamos e não temos mais nada a pedir, só a agradecer! Sou totalmente apaixonada, por mim, pela minha vida, pelo que faço. Amo grávidas, nenéns e bichos de estimação. Formada em pedagogia, iniciei medicina veterinária, mas acabei sendo fotógrafa, pois só assim conseguia estar pertinho de tudo o que amo. Sejam bem vindos ao De mãe para mamãe! Sintam-se livres para participar sempre!

<http://demaeparamamae.com.br/> (acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 55: Página inicial do blog *Macetes de mãe*.

Sou a Shirley, Relações Públicas e Publicitária por formação (UFSM), com Pós-graduação em Administração e Organização de Eventos (SENAC) e Master em Marketing (ESPM) e, no momento, integralmente nas funções de mamãe e blogueira. Tenho na tarefa de ajudar e compartilhar conhecimento um dos meus grandes prazeres, e foi daí que surgiu a ideia do Macetes de Mãe. E como boa representante da espécie “mulhermãe”, sou curiosa por natureza e adoro um bom e longo bate papo. Assim, passe por aqui sempre que quiser (e a rotina louca permitir) para a gente trocar umas figurinhas. Terei o maior prazer de recebe-la. Esse espacinho também é um cantinho seu! <http://www.macetesdemaee.com>. (acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 56: Página inicial do blog *Vida materna*.

Vida Materna é um blog que fala sobre as alegrias e desafios da maternidade e da busca pelo equilíbrio dos diversos papéis que temos em nossa vida – que vão muito além do papel de mãe. Por aqui você vai ler sobre rotina, dia a dia com filhos pequenos, dilemas, desabafos, conquistas, diversão, educação, gravidez e parto, alimentação, comportamento e desenvolvimento infantil, dicas de enxoval, além de outros assuntos que eu adoro: casa, decoração e organização, festas e diy, resenhas de produtos, dicas de livros, fotografia, passeios, viagens e muito mais. <http://www.vidamaterna.com/> (acessado em 22 de abril de 2015)

Como pudemos observar nos textos, as mulheres que escrevem/produzem esses blogs pertencem à classe média, em sua maioria são brancas e optaram por abandonar o mercado de trabalho em prol da maternidade integral. Para que essa escolha acontecesse, elas puderam contar com o marido – em apoio e salário. É a estabilidade financeira que permite a essas mulheres a opção de não estar no mercado de trabalho formal e, assim, poder viver a maternidade exclusivamente. Molinier (2012) lembra que apenas “as mulheres que têm condições de exaltar as alegrias da maternidade são aquelas que contam com a segurança econômica e ajuda, e não vivem quotidianamente os tormentos da angústia do amanhã” (p. 40). Deste modo, os assuntos tratados nos blogs não estão ligados à sobrevivência e sim, à qualidade de vida – tanto das crianças, quanto da família.

Nessa linha temática, encontramos blogs que tratam da vida doméstica e não apenas da maternidade. Estes estão mais voltados para levar praticidade à organização da vida diária e ultrapassam a rede virtual – as autoras dos blogs ministram cursos, treinamentos, palestras e

workshops com ensinamentos que vão desde aprender a receber convidados em casa à construção do estilo pessoal e organização do armário, passando pela organização doméstica, que inclui cardápios, delegar funções aos colaboradores e agenda pessoal.



Figura 57: Página inicial do blog *Vida de casada*.

Olá, Sou Juliana Santiago Ferreira Caram, de Belo Horizonte, tenho 26 anos, sou formada em Administração de Empresas pela Faculdade Ibmec-MG e certificada pela *The Etiquette School of New York Internacional* em *Dining Etiquette*. Me casei no dia 01 de Dezembro de 2012. Adoro tudo o que envolve os temas receber em casa, decoração, organização, viagem e mimos para deixarem o nosso dia a dia ainda mais prazeroso (...) Foi por influência do meu marido que surgiu a ideia do perfil do instagram (@vidadecasada) que foi criado para compartilhar minhas dicas, mesas e receitas. Depois de lançado, achei que o instagram estava pequeno, as fotos não traduziam todos os detalhes e foi assim que veio a ideia de criar o blog.

<http://www.blogvidadecasada.com/tag/domestica/>(acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 58: Página inicial do blog *Personare*.

O blog **Vida Organizada** existe desde 2006, quando resolvi criar um espaço na web para escrever sobre meu assunto preferido: dicas de organização. Ele começou como um hobby e cresceu muito, possibilitando que eu me tornasse exclusivamente escritora, palestrante e blogueira – tudo sobre gestão do tempo, produtividade e organização pessoal. <http://vidaorganizada.com/> (acessado em 22 de abril de 2015)



Figura 59: Página inicial do blog *minha casa, meu mundo*.

Agora que somos quatro, achei melhor abrir uma página nos apresentando como se deve.

Me chamo Luciane, tenho 40 anos, sou casada, mãe de duas lindas meninas e tenho a sorte de ter dois enteados para completar a família. Moro em uma chácara próxima a Curitiba, cidade onde trabalho e as crianças estudam. Quando chego em casa, abro as portas de um outro mundo, onde posso exercitar meu lado mãe, esposa, dona de casa, artesã e cozinheira. É o meu mundo, onde sou livre para ser eu mesma e fazer apenas o que me dá mais prazer.

Eu sou Danielle e tenho 37 anos. Trabalhei como jornalista aqui em Curitiba, já fui repórter e produtora em Campinas, estudei Marketing em São Paulo, morei em Seattle e, enquanto tentava ser uma grande executiva de multinacional, eu me peguei sonhando em voltar para casa. Pensem numa pessoa que enquanto gerenciava uma equipe, organizava imensos eventos e recebia prêmios da “firma”, só queria estar plantando alface orgânico no quintal de casa. Era eu. Mãezona da Sofia e do André, há três anos me permiti investir no que me faz realmente feliz: inventar moda na cozinha e soltar a imaginação no scrap (...)

Oi, sou a Giovanna, mãe, esposa e filha. Sou muitas em uma só, e acho que isso me faz ter essa ânsia em fazer de tudo, de cuidar de todos, de conhecer todos os lugares e de estar atualizada (...)

Meu nome é Thanyelle, tenho 33 anos, sou advogada, consultora, estudante, mãe de uma menina de 5 anos e, quando dá tempo, sou esposa. Por mais que eu faça 888 coisas ao mesmo tempo, escrever no blog está sendo uma terapia pra mim. É um momento em que compartilho com as pessoas uma das coisas que mais gosto de fazer, COZINHAR! (...) <http://minhacasameumundo.blogspot.com.br/> (acessado em 22 de abril de 2015)

Podemos observar palavras do mundo corporativo integrando o texto sobre maternidade, como *CEO em Atividades Materno-domésticas* e *promovida a mãe* – o que já demonstra uma diferença da mulher que era exclusivamente dona de casa nos anos 50. Essas palavras demonstram o uso de uma linguagem profissional para designar um trabalho que, normalmente, não é visto como trabalho, mas como obrigação feminina. Matchar (2013) ressalta também outra grande diferença das donas de casa dos anos 50 em relação às atuais para hoje: o isolamento. A autora acredita que a internet funciona como uma plataforma de fortalecimento e reconhecimento da importância do *care*.

Assim, diversamente da dona de casa dos anos 50, as mulheres atuais não permanecem no isolamento que aconteceu naquela época, em especial no subúrbio norte-americano. É interessante compreender mais a fundo esse isolamento. Primeiro há que se distinguir o conceito norte-americano de subúrbio do conceito brasileiro. Diferente daqui, contexto em que o termo está associado à favela, os subúrbios norte-americanos configuram o espaço da classe média, normalmente com casas espaçosas com gramado, recorrentes nos filmes, onde, longe do tumulto dos grandes centros, no refúgio do lar, pode-se encontrar a paz. Para Lasch (1999) essa ida para os subúrbios

inaugurou uma nova era na história das mulheres e da família (...) nos subúrbios, muito mais do que na cidade, as mulheres se tornaram mães e donas de casa em tempo integral. A chamada família tradicional, onde o marido sai para trabalhar e a esposa fica em casa com as crianças nada tinha de tradicional. Tratava-se de uma inovação de meados do século XX, produto de uma crescente impaciência com as obrigações e imposições externas, da equação da liberdade com escolha e de eventos mundiais tumultuosos que fizeram com que o sonho de um refúgio privado nos subúrbios fosse cada vez mais sedutor. (p. 122-123).

Esse refúgio foi o que Betty Friedan chamou de “confortável campo de concentração” em seu célebre livro *A mística feminina* (1963). Essas mulheres que viviam no subúrbio norte-americano nesta época ficavam a maior parte do tempo em casa, cuidando dos afazeres domésticos e dos filhos, à espera do marido que lhes trazia as notícias “do mundo”. Friedan criticava fortemente esse modelo de vida que, para ela, tornava as mulheres “apáticas, dependentes, infantis e sem objetivo”. A partir daí, a vida doméstica passa a ser encarada como uma espécie de confinamento que impedia as mulheres de crescimento.

É, porém, uma falácia acreditar que as mulheres só tiveram uma vida ativa e social após as revoluções dos anos 60 e 70 e que todo o passado tenha sido como foram os anos 40 e 50 norte-americanos – marido provedor, esposa dedicada e filhos perfeitos, morando numa linda casa com janelas brancas, onde a vida da mulher girava em torno desse eixo familiar. Assim, suas saídas de casa se resumiam às compras e algum lazer em família, como cinema com o marido, *picnic* ou churrasco nos gramados verdes, no final de semana de verão. Esse modelo cristalizado, em que as mulheres da classe média viviam apenas em torno do caderno de receitas e lendo dicas de moda teve seu auge apenas nos anos 40 e 50, os anos pós-guerra. As mulheres das décadas anteriores não viviam limitadas ao lar, à espera do marido ou de um pretendente. Ao contrário,

donas-de-casa e mulheres solteiras participavam de várias atividades que as faziam sair de casa. Elas organizavam sociedades beneficentes, sociedades femininas de reforma e missões estrangeiras e uma vasta cadeia de ligas antialcoólicas. Criavam instituições filantrópicas e de caridade. Muitas participavam da cruzada contra a escravidão e de movimentos pela paz, além de lutar pela reforma nas prisões e, claro, no movimento pela liberação da mulher (...) A impressão de que as mulheres do século XIX estavam limitadas ao trabalho “doméstico” permanece inalterada, apesar do registro de ativa participação que elas tiveram no trabalho do mundo (LASCH, 1999, p. 115)

É interessante observar porque, mesmo diante de fatos históricos, persiste no imaginário coletivo a impressão de que as mulheres ficavam limitadas ao lar. O que vimos é que todas essas atividades realizadas pelas mulheres, por serem voluntárias, portanto gratuitas, nunca foram ligadas à questão do trabalho, pois, numa sociedade capitalista, só se

considera uma atividade como *trabalho* se esta for remunerada, ainda que o *trabalho* voluntário feminino tenha sido importante para as reformas sociais que aconteceram na época, como por exemplo:

movimentos de abolição do trabalho infantil, criação de tribunais juvenis, construção de moradias populares, inspeção de fábricas, aplicação das leis de controle farmacêutico e alimentar e abolição ou regulamentação da prostituição. “Praticamente sem exceção”, segundo o juiz Bem Lindsey, um dos grandes reformadores daquele tempo, “foram as mulheres dos clubes femininos... que garantiram a votação de todas as leis progressistas... de proteção da criança e do lar”. (LASCH, 1999, p. 116).

A desvalorização do trabalho cívico feminino é reproduzida no trabalho doméstico. “As práticas diárias reproduziam a sua naturalização como “trabalhadeira”, como mero “trabalho de mulher”, invisível, sem limites de jornada, executado de forma privada, sem remuneração, opondo-o, desvalorizado, ao trabalho mercantil” (BILAC, 2014, p. 130). Ainda assim, consideremos que, ao longo da história, as mulheres não tivessem participado ativamente da história, como nos mostra Lasch, que elas nunca tivessem sido escritoras, artistas, contadoras, empresárias, cientistas, médicas, parteiras e curandeiras. Consideremos ainda que elas nunca tivessem interagido com o mundo externo ao lar, que nunca tivessem feito nada além do trabalho doméstico. Ainda assim, elas estariam sustentando toda a sociedade, como explica Eileen Boris (2014):

A cisão ideológica entre casa e trabalho, no Ocidente industrializado, obscureceu as formas pelas quais cada uma dessas órbitas conforma a outra. Serviu também para modelar a política social direcionada às “mulheres dos países em desenvolvimento”. O debate político contemporâneo mantém a oposição entre “mãe” e “trabalhador (a)”, bem como entre “trabalho” e *care*. “Esferas separadas” ou “o culto da domesticidade” dominaram, por muito tempo, as histórias das mulheres norte-americanas e europeias, especialmente no século XIX, muito embora boa parte delas tivesse que manter a si mesmas e às suas famílias. (...) Elas ajudavam nos partos, tratavam dos doentes, cuidavam das crianças, acalmavam os aflitos e tomavam conta dos mortos. O *care* encontrava-se entrelaçado com o tecido da vida cotidiana das mulheres, quer elas saíssem de casa para trabalhar, quer não. (p. 102)

Além da cisão dicotômica de que nos fala Boris, uma questão central para a nossa pesquisa é a hierarquização do trabalho, segundo a qual ser mãe é inferior a ser trabalhador e trabalho é superior ao *care*. Encontramos registros antropológicos que demarcam a divisão sexual do trabalho, porém, uma divisão não necessariamente implica em desvalorização. Mas, desse ponto de vista dicotomizado, é como se a maternidade e o *care* não fossem justamente a criação, manutenção e formação da própria força de trabalho. A vida pessoal é vista, então, como se fosse oposta, como se esses dois eixos não se conformassem e se complementassem.

Essa dissociação e inferiorização rebaixa a posição e importância do *care* na nossa sociedade. Sua desvalorização, como já afirmamos, deve-se tanto à sua gratuidade ou ausência de remuneração, quanto ao que apresenta a nova linha de pesquisa de Hirata (2014), pela qual entendemos que os recebedores do *care* (crianças, idosos, dependentes, deficientes) não tem importância para a sociedade capitalista por não serem produtores de bens de consumo, sendo, portanto, seres de ‘segunda categoria’ e por fim, e especialmente, por ser este considerado um trabalho inferior, um trabalho *de mulher*.

O retorno ao lar é visto então, a priori, como um retorno a algo menor, inferior. Uma vez tomada essa decisão, há que se enfrentar o preconceito, como vimos nas reportagens analisadas e em depoimentos de autoras dos blogs que optam por essa escolha. A autora do blog *De mãe para mamãe* relata em tom de desabafo as críticas que recebeu na época da sua decisão de parar de trabalhar para ser mãe em tempo integral. Sob o título em forma de indagação, *Larguei o trabalho para ficar em casa cuidando do meu filho sim, e daí?*, a blogueira questiona os discursos que interferem nas suas escolhas:

Como a sociedade é extremamente exigente e chata, né? Se você sempre gostou de trabalhar e não vê a hora de regressar ao trabalho é porque não gosta de ser mãe ou tá sendo péssima mãe, se você descobre que a sua vocação é ser mãe, tem a oportunidade de poder ficar em casa cuidando do filho o tempo inteiro, por tempo ilimitado, é porque quer ser "dondoca" e tem preguiça de trabalhar, né assim?! Porque é que não podemos simplesmente escolher aquilo que realmente queremos ser sem ter que ser taxadas ou julgadas? (<http://demaeparamamae.com.br/> acessado em 22/04/2015)

Ainda que considerado inferior e alvo de preconceito, o abandono do mercado de trabalho em prol da dedicação exclusiva ao lar e à família está se tornando a opção de muitas mulheres e está ganhando espaço na mídia impressa e virtual. Analisaremos a seguir como esse discurso está sendo construído nas revistas femininas analisadas.

3.1 Discursos em disputa

Nosso objetivo é analisar os discursos construídos pelas revistas no que se refere à escolha entre o equilíbrio da dupla jornada de trabalho e o abandono do mercado em prol da vida dedicada ao lar e a família. Mostraremos como esses discursos estão sendo construídos nas revistas femininas analisadas. Para tanto, nos valeremos da teoria do discurso de Ernesto Laclau.

Compreendemos discurso não como algo ligado apenas às áreas da fala e da escrita, mas como “quaisquer conjuntos de elementos nos quais as relações desempenham o papel

constitutivo. Isso significa que os elementos não preexistem ao complexo relacional, mas se constituem através dele” (LACLAU, 2013, p. 116). Sendo assim, podemos dizer, desde já, que o retorno ao lar, nesse início de século XXI, não pode ser simplesmente igualado ao retorno que aconteceu após a Segunda Guerra Mundial, uma vez que o elemento, neste caso, o retorno, apesar de ser de natureza semelhante, está engendrado num complexo relacional diferente.

Nos anos 40 e 50 do século XX, o retorno ao lar foi amplamente incentivado pelo apelo midiático, no qual as imagens da figura materna e rainha do lar eram exaltadas. Hoje, o sinônimo de sucesso feminino é a *supermulher*, que continua sendo a rainha do lar, a mãe dedicada e à qual se somou mais um papel: a excelente profissional. Esse é o discurso que fartamente encontramos na grande mídia e na publicidade, por isso, hegemônico, institucionalizado. “Um discurso institucionalizado é aquele que tenta fazer com que os limites da formação discursiva coincidam com os limites da comunidade” (LACLAU, 2013, p. 134).

Essa mulher multitarefas coincide com as necessidades capitalistas, pois, nos anos 70, o fato da mulher de classe média voltar ao mercado de trabalho não foi uma obra apenas do feminismo. Apesar de ser uma demanda do movimento, as circunstâncias econômicas foram fundamentais para isso, portanto, continua sendo fundamental para o sistema capitalista que a mulher permaneça no mercado de trabalho e mantenha as funções que anteriormente assumia. Porém, por mais amarrados que estejam os elementos, há sempre no discurso uma impossibilidade de totalização.

O que temos, em última análise, é uma totalidade fracassada, o espaço de uma inalcançável plenitude. Essa totalidade constitui um objeto ao mesmo tempo impossível e necessário. Impossível porque a tensão entre equivalência e diferença é, em última instância, insuperável; necessário porque sem alguma espécie de fechamento, por mais precário que possa ser, não haveria significação nem identidade. (LACLAU, 2013, p. 119)

Um discurso hegemônico não significa que seja perfeito ou imutável. Ao contrário, para Laclau, a impossibilidade de totalizar um discurso está no *significante vazio*, aquele em torno do qual os discursos se disputam:

Quando falamos de “significantes vazios” (...) queremos dizer que existe um lugar, no sistema de significação, que é constitutivamente irrepresentável. Nesse sentido ele permanece vazio, mas este é um vazio que pode ser significado, pois estamos lidando com um vazio *no interior* da significação. (*idem*, p. 166)

Esse vazio é o que permite o surgimento de um discurso antagonista. O nascimento do novo discurso surge justamente apontando o furo, a falha no discurso hegemônico,

institucionalizado. Nesta análise, o discurso que está nascendo é a rejeição por parte de algumas mulheres de assumir ao mesmo tempo vários papéis e jornadas. Surge então, a mulher que abandona o mercado de trabalho, por opção, a fim de se dedicar à maternidade e aos afazeres domésticos – ainda que temporariamente – contrariando o ideal de sucesso no discurso vigente da mídia. A falha que esse novo discurso aponta é que não é possível ou mesmo justo conciliar *care* e trabalho remunerado da forma como o mercado de trabalho está estruturado: apenas em função do capital.

O furo, porém, está “escondido” no discurso hegemônico. O discurso antagonista expõe essa falha e promove uma solução que não resolve a questão – no caso, o “retorno ao lar” não faz com que o mercado de trabalho passe a receber as mulheres em jornadas flexíveis, por exemplo, e os homens não passam a dividir mais igualmente as tarefas do lar. O que esse novo discurso vai fazer é um deslocamento, ele não resolve a falha. Desloca o significante para outro ponto.

Entendemos que aqui o significante vazio em torno do qual giram esses discursos é a liberdade da mulher. Nos anos 70, o discurso de liberdade estava fortemente ligado ao trabalho remunerado, pois trabalhar fora era sinônimo de liberdade – tanto pela libertação do que Betty Friedan (1963) chamou de “campo de concentração confortável”, quanto pelo salário, pois com autonomia financeira, a mulher estaria livre da opressão patriarcal. O discurso antagonista altera o significado do significante vazio (a liberdade).

O significado de *liberdade* passa a não ser mais ir para o mercado de trabalho, e sim, a liberdade de escolher entre permanecer ou voltar. Com isso, desatrela-se liberdade de salário. Construído desta forma, o ponto nodal que é “o ponto da costura significativa, a partir do qual o discurso se totaliza em busca de se tornar hegemônico, durante a competição com outros discursos, para se transformar no paradigma explicativo de certa ‘realidade’ ” (PRADO (org), 2011, DVD) é a liberdade para escolher – e não mais a prisão na opção que se apresentava até então. A questão da liberdade perpassa todas as relações capitalistas e não apenas o trabalho das mulheres.

Ao vender “livremente” sua força de trabalho, o trabalhador *perde* sua liberdade – o conteúdo real desse livre ato de venda é a escravização do trabalhador ao capital. O aspecto crucial, é claro, é que essa liberdade paradoxal, a forma de seu oposto, é precisamente o que fecha o círculo das “liberdades burguesas” (ŽIŽEK, 1996, p. 306).

Essa “liberdade” de vender a própria força de trabalho é dada a todos. O que, segundo Žižek, é uma escravização ao capital. Isso é o que o capitalismo exige de todas as pessoas, mas é importante ressaltar o que ele exige só das mulheres: o *care*, o que denuncia o sistema

patriarcal. O capitalismo é um sistema que explora a todos, mas às mulheres, duplamente – tanto no trabalho remunerado, como no *care*, que não é remunerado, mas obrigatório para mulheres – o sistema capitalista, inclusive, conta com ele para sua manutenção. A questão é que mulheres que teriam condições financeiras de terceirizar o *care*, ao optar por não fazê-lo, estão politizando a questão do cuidado.

O trabalho inestimável não é mensurável, especialmente através de métodos de gestão: como medir um sorriso, uma presença? Seu valor não tem preço, o que torna altamente complexa a questão de sua remuneração: por que aquilo que mais valor tem é o que menos se remunera? (MOLINIER, 2012, p. 36)

Onde encaixar a questão do *care*, então? É trabalho pela demanda de tempo, energia, força de trabalho e dedicação; mas é, ao mesmo tempo, afeto, presença, amor. Como remunerar sentimentos? Ao invés de continuar tentando uma forma de remunerar, a mulher passa a fazer ela mesma esse trabalho, desarticulando assim a terceirização do afeto. Ao assumir esse lugar, as mulheres estão mostrando que um dos caminhos possíveis para lidar com o *care* não é necessariamente a remuneração, mas a valorização. No discurso hegemônico, as atividades ligadas ao cuidado como cozinhar, receber, lavar, passar, cuidar de crianças/ idosos/ doentes são obrigatórias, naturais e inferiores ao trabalho fora da casa. No discurso antagonista, essas atividades são tão valorizadas quanto aquelas remuneradas e prazerosas.

3.1.1 A tensão discursiva nas revistas femininas

Marie Claire dá destaque ao novo discurso no título ao perguntar *Pós-feminismo ou retrocesso?* No *lead*, identificamos perguntas que estão ligadas ao retrocesso e outras ligadas ao pós-feminismo. “É tendência nos Estados Unidos: no auge da carreira, as mulheres têm filho, abandonam o trabalho e voltam para casa. E nós, brasileiras? Vamos depender do marido em pleno século 21? Se quisermos retornar ao mercado, conseguiremos?”. Ao colocar a questão como *abandono do trabalho no auge da carreira*, a enunciadora cria uma espécie de paradoxo, já que, numa sociedade voltada para o trabalho e consumo, abandonar o trabalho já não é bem visto, ainda mais estando no auge da carreira.

A maternidade, motivo pelo qual as mulheres deixam o trabalho, não aparece na frase; o enfoque do texto é na carreira. A frase *depende do marido em pleno século 21*, é mais uma afirmação associada ao retrocesso, pois apela para a memória do tempo em que as mulheres não tinham a opção de ter um trabalho remunerado – neste caso, não há a possibilidade de

parceria com o marido. Nesse discurso, ele passa a ser o provedor e ela, a dependente. E, finalmente, levanta a possibilidade de não conseguir retornar ao mercado de trabalho após um período fora dele. Desta forma, ficar fora do mercado não seria uma opção, mas uma imposição por não conseguir retornar. No que se refere ao pós-feminismo, a enunciativa faz duas perguntas: “E se for o homem a ficar em casa com as crianças? O que muda?”.

A resposta à pergunta sobre o retorno ao mercado de trabalho é dada numa caixa de texto na página seguinte: “quem sai do mercado para ter filhos, na volta ganha 40% a menos”. Sobre depender do marido, outra caixa de texto responde: “é a autonomia financeira que garante a liberdade da mulher”. E sobre abrir mão do trabalho para ficar perto dos filhos, afirma-se que “é um privilégio ficar perto dos meus filhos, mas tenho meus conflitos”. A reportagem problematiza a questão do conflito: “Só entende o conflito quem o experimenta (...) Qualquer que seja a decisão, o conflito continua. Ou a mulher sente culpa por ter abandonado a carreira, ou sente culpa por conviver pouco com os filhos”.

Mas, colocada desta forma, a problematização tem início e fim no âmbito pessoal, pois a decisão fica unicamente nas mãos da mulher, isolando um dos mais importantes slogans do feminismo: “o pessoal é político”. Por estar formulado desta maneira, percebemos que a escolha fica exclusivamente a cargo da mulher e todo o entorno do problema fica de fora – a naturalização da dupla jornada, salários menores para a mesma função que os homens, licença maternidade incompatível com o tempo de amamentação, demissões após o prazo mínimo de retorno da licença-maternidade, inflexibilidade de horários que não permitem conciliação com o exercício da maternidade.

Mais adiante, a enunciativa afirma que o feminismo não fracassou, justamente porque agora as mulheres têm escolha: “o assunto, como era de se esperar, surgiu pontuado por análises irritantes, que concluem que o feminismo fracassou. Mas não fracassou, não. Antes dele, as mulheres eram sempre do lar e não tinham escolha, agora têm”. Aqui podemos identificar a liberdade de escolha como ponto nodal do discurso antagonista.

Posteriormente, a enunciativa reconhece um dos desdobramentos do problema: “além do machismo e dos preconceitos de sempre, as mulheres de hoje enfrentam pressões do capitalismo superavanzado. Para muitas empresas, infelizmente, a alta produtividade não combina com maternidade”. A enunciativa ainda amplia a discussão e mostra números desanimadores para quem pensa em optar por esse caminho: 53% das mulheres cadastradas na empresa de RH deixaram de trabalhar para cuidar dos filhos. Depois de dois a três anos fora do mercado retornam, mas com salários menores. Reforçando o tema, lança mão de histórias

de mulheres com seus cargos inferiores e salários menores depois de terem filhos. O cenário é lentamente desenhado: salários menores do que os homens para a mesma função, diminuição do salário após a maternidade (por conta do rebaixamento do cargo, que conseqüentemente diminui o número de horas de dedicação à empresa) e a tensão/ sobrecarga para equilibrar a carreira e família. A empregada doméstica é citada como “impulsionador da carreira feminina”, mas, na reportagem é feito um aleta de que esse tipo de mão de obra aumentará em torno de 40% com a nova lei.

Nessa discussão sobre o cuidado doméstico é que a resposta ao título é dada: uma escritora feminista afirma que voltar para casa é retrocesso. Ela acredita que é preciso investir em políticas públicas que permitam à mulher equilibrar a vida profissional e pessoal. Não são ditas quais seriam essas políticas. Outro componente que reforça a imagem de retrocesso é mais uma história de uma mulher que deixou sua profissão em nome da família e mostra sua angústia: “a perda da autonomia financeira ataca em cheio a autoestima”, mais uma vez transformando liberdade em sinônimo de dinheiro/ salário. Somada a isso, há a clara desvalorização do *care* ao escutar do marido: “Está cansada de quê? Passou o dia inteiro em casa!”. Em oposição, quando os homens ficam em casa, o subtítulo já denuncia a casa como o lugar da mulher: *Papéis trocados*. Há uma aceitação social de que a mulher saia de casa *também*, ela pode ocupar a rua, mas há ainda um forte preconceito quando são os homens que adentram os lares. Sendo assim, podemos afirmar que *Marie Claire* trabalha em prol da manutenção do discurso hegemônico em que a figura de sucesso feminina é a *supermulher*, multitarefa, capaz de exercer várias funções ao mesmo tempo e, finalmente, que liberdade é sinônimo de dinheiro, portanto, o trabalho remunerado é essencial.

Claudia segue o mesmo discurso que *Marie Claire*. Conforme vimos no capítulo anterior, a reportagem tem início com a ex-diretora de políticas e planejamento do Departamento de Estado dos Estados Unidos, deixando este cargo para “ficar mais perto do filho, de 14 anos, que estava tendo problemas em casa e na escola”. Ainda que a cientista política tenha continuado no mercado de trabalho, dando aulas, ministrando palestras e escrevendo artigos, porém, na mesma cidade que o filho (coisa que seria inviável no cargo anterior) a enunciativa se refere à decisão da seguinte forma: “foi a primeira vez que uma funcionária de alto escalão do governo americano – e um modelo de profissional para mulheres mais jovens – disse, em público, que estava deixando o emprego dos sonhos para fazer *waffles* para os filhos no café da manhã”. Essa visão romantizada do preparo do café da manhã para os filhos nada tem a ver com a responsabilidade que exige o *care*. A enunciativa,

claramente, privilegia o cargo em detrimento do cuidado. É importante ressaltar que toda a sociedade é dependente do *care*.

Cuidado (*soin*) possui excessiva conotação médica no pensamento francês (...) O recurso à palavra “cuidado” reproduz as hierarquias abaladas no *care*: dominação e competência do cuidador, criação de uma categoria inflexível de “vulneráveis” (sempre os outros). E, sobretudo, quem diz cuidado (mesmo com todas as precauções) diz doença, algo a tratar: a sociedade, ou alguns de seus membros, identificados como doentes, dependentes... Ao contrário, o *care* está do lado da atividade, da vida, da saúde e das interdependências. Somos todos provedores e beneficiários de *care* e, todos, dependentes. (MOLINIER, 2012, p. 41)

Mas, nesse discurso hegemônico, o *care* fica claramente em segundo plano, é justamente a *segunda jornada*. Oposta na sua escolha, a outra americana citada, contratada pelo Yahoo, grávida de 6 meses, tirou apenas algumas semanas de licença-maternidade. Apesar de ser criticada, esse é o modelo que o discurso hegemônico constrói.

A reportagem segue sem mais fontes. Apenas “especialistas” que “são unânimes em dizer que, por aqui, nós já sabemos que não podemos ‘ter tudo’ e pagamos um preço alto para trabalhar fora”. Identificamos nesse discurso uma convocação à resignação, pois não se discute possibilidades de como, de fato, equilibrar a vida doméstica com a profissional. O que vemos é um discurso que privilegia a capacidade da mulher de ser uma espécie de super-heroína e que, ao mesmo tempo, a conforta pelo fato da estrutura social ser patriarcal (pois o mercado de trabalho foi desenhado para pessoas que não têm a possibilidade de se afastar por uma gestação, cuidados diários com a família, no caso, os homens). Na reportagem, não há discussão sobre soluções práticas para a melhoria do sistema profissional e nem se aventa a participação masculina nas atividades domésticas. Apenas, constata-se a situação e convoca-se a mulher a “pagar o alto preço”.

Uma das especialistas reconhece a situação de inferioridade em que o gênero feminino se encontra no mercado de trabalho: “temos muito a avançar para que haja uma simetria real entre os gêneros no Brasil. Os homens ainda não participam da vida doméstica como nós participamos do mundo do trabalho (...) devemos nos aliar aos homens não só no âmbito doméstico, mas também no político para alcançarmos mudanças”. Que mudanças? Que tipo de aliança? Outra especialista reconhece a falta de estrutura social para acompanhar o que ela chama de evolução feminina e, por fazer parte do governo, cita mulheres de baixa renda que não têm onde deixar os filhos em horário comercial – esta mulher, porém, não é o público alvo da revista. Reconhece o problema, mas convoca a mulher a fazer parte da engrenagem

capitalista: “a maior participação da mulher no mercado de trabalho é importantíssima para que o país continue a crescer e se desenvolver, inclusive economicamente”.

Outra executiva, aqui fazendo o papel de especialista, ressalta as capacidades da mulher em conseguir o sucesso, apesar das dificuldades impostas pelo sistema: “as altas executivas que estão em postos de comando hoje não tiveram elasticidade nem flexibilidade por parte das empresas ao longo da carreira. Foram persistentes e encararam muitas dificuldades sozinhas para chegar ao topo (...) sabem que pausas na carreira, em especial para cuidar da família, pegam muito mal nas empresas. É lamentável. E esse é um dilema exclusivamente feminino”. É apenas *lamentável*. A solução indicada por ela é persistir e encarar as dificuldades sociais como se fosse uma jornada pessoal. Ela ressalta que, num futuro breve, não serão apenas as mulheres a reclamar da “rigidez do mundo corporativo”, já que os “os homens das gerações mais novas começam a dividir, mesmo que ainda timidamente, as responsabilidades com os filhos e com a casa”. Talvez aí, só aí, se a questão do *care* tiver também a participação dos homens, quem sabe as mulheres tenham alguma chance em equilibrar a vida pessoal e profissional?

Outra especialista pondera: definir o que é sucesso para cada um de nós e escolher o que *perder*, já que em ambas as opções: equilibrar trabalho e família ou abrir mão do trabalho para se dedicar à família, há perdas. “Cada uma de nós tem uma definição de sucesso diferente da outra, mas geralmente ficamos presas a estereótipos. Com frequência, tentamos satisfazer a ideia que os outros têm de uma superexecutiva ou de uma supermãe. Qualquer escolha pressupõe perdas, e é importante a mulher saber aceitá-las”. Mais uma vez o discurso da resignação, na escolha do que perder, molda as escolhas femininas. Porém, “o programa feminista é muito simples: pede que as mulheres não sejam forçadas a “escolher” entre justiça pública e felicidade privada” (FALUDI, 2001, p. 22). Sendo assim, esse discurso que privilegia uma escolha em que há necessariamente perdas, não atende à demanda feminista e sim à demanda capitalista.

O título da reportagem está centrado nessa perda: *O preço alto do sucesso*. Ainda que as perdas sejam certas, assim como angústia, culpa e sobrecarga de trabalho, a enunciadora constrói uma narrativa modalizadora, que é “aquela em que o enunciador modaliza o leitor/espectador a atingir, pela via de receitas do que fazer, no sentido de que ele possa se autotransformar e conseguir os valores do sucesso (...) da sociedade globalizada de consumo” (PRADO, (org), 2011, DVD). A modalização aqui é que os valores do sucesso feminino estão

centrados na busca pelo equilíbrio entre lar e mercado de trabalho. Voltar para casa, definitivamente, não é uma possibilidade viável para a enunciatária de *Claudia*.

Assim como *Marie Claire*, *Claudia* segue o discurso hegemônico em que a mulher moderna é aquela que “dá conta de tudo”. Palavras como retrocesso criam certo pavor, pois viver um retrocesso é ser retrógrada e isso significa voltar para aquele modelo de família no qual o homem é superior à mulher e o *care* é desvalorizado em detrimento do trabalho remunerado. Falar em retrocesso é convocar um significante importante no discurso hegemônico, pois a imagem resgatada é a da dona de casa alienada, infantil e desvalorizada da segunda metade do século XIX. Ambas as revistas não ficam de fora do tema do “retorno ao lar”, ressaltam a possibilidade da escolha, mas, para elas, essa escolha significa voltar a um passado nada agradável.

Já *TPM* surge com uma pergunta mais associada ao discurso antagonista do que ao hegemônico: *A nova mulher prendada – é possível ser dona de casa e independente?* Nesse título, há a possibilidade de dissociar independência de salário. A questão é problematizada logo no início da reportagem, quando uma jornalista que estava prestes a ser promovida, e, por isso, suscetível a sofrer mais pressão, engravida de gêmeos e decide deixar o emprego. Seus termos para se referir ao *care* são: “*administra* a educação e a alimentação” e “*filosofia* do cuidar” e constata o que as teorias sociológicas relacionadas ao tema vem afirmando: “a nossa sociedade não valoriza quem cuida da própria casa, da família, da cidade”.

Nessa família retratada, apesar do homem ser provedor, não há hierarquização na relação: “hoje, é ele quem sustenta a casa, mas não vejo como dependência, e sim como uma sociedade”. Nos discursos de *Claudia* e *Marie Claire*, a figura do marido aparece como provedora e, eventualmente, opressora, já que as esposas relatam a angústia de depender financeiramente do marido. São arranjos de casamentos tradicionais, nos quais existe a hierarquia e isso gera angústia para mulher. Já em *TPM*, a visão do marido ter o papel de prover financeiramente e a mulher ser responsável pelo *care*, não remete à antiga ideia de dependência e sim de parceria.

Nessa situação, o masculino sai do lugar de opressor e o fato de ser provedor passa a ser apenas um papel, que não é mais nem menos importante do que o da esposa e mãe. A masculinidade aí não é hierarquizada, e o casamento torna-se igualitário. Ainda nessa linha de deslocar o papel hegemônico masculino, a revista investiu num ensaio fotográfico com homens que dão sua contribuição nas tarefas do lar. Apesar de considerarmos uma paródia, que por si mesma não é subversiva, por estarem travestidos de mulher, pensamos que há aí

uma articulação que difere das outras revistas analisadas. Em *TPM* os homens aparecem como cuidadores, em *Claudia* e *Marie Claire* eles são apenas criticados por não exercerem essa função. Outro deslocamento é a figura masculina estampar as páginas da revista com essa temática, que normalmente é dedicada exclusivamente à mulher. Nas outras duas revistas, a imagem masculina não aparece.



Figura 60: Homens travestidos de mulher nas páginas da reportagem especial a revista *TPM*, quando o assunto é homens exercendo o *care*.

Outra questão levantada pela enunciadora é se é possível voltar para casa e cuidar dos filhos sem abrir mão dos valores feministas. Quem responde é a mesma fonte e esta diz que sim, é possível: “entre suas bandeiras estão a diminuição da jornada de trabalho, a divisão de tarefas domésticas e o aumento de creches nas empresas”, que são sugestões de ações que diminuiriam a sobrecarga feminina com os trabalhos domésticos, dividindo-os com os homens que, por sua vez, não ficariam sobrecarregados, já que a diminuição da jornada seria para todos. Essas mudanças aumentariam as possibilidades da mulher permanecer no mercado de trabalho. Ao abandonar o emprego para se dedicar exclusivamente ao *care*, e ainda assim se considerar feminista, temos mais um deslocamento do discurso antagonista, pois, no discurso hegemônico, trabalhar fora é sinal de seguir a cartilha do feminismo.

Na reportagem de *TPM* conseguimos identificar mais claramente do que nas revistas já analisadas a disputa dos discursos. De um lado, há uma escritora que traça o perfil da mulher que opta por essa escolha: “Vejo isso acontecer entre mulheres com mais de 30 anos, que já trabalharam e sentiram que eram competentes. Uma hora, elas pensam: ‘É isso que quero para minha vida? Será que não quero cuidar da outra parte dela?’ (...) Não são mulheres que querem ser dependentes do marido, mas que estão optando porque têm liberdade para escolher (...) Geralmente, elas já fizeram uma poupança e têm um plano B de carreira”. O ponto nodal, que é a liberdade de escolha, ganha força nesse discurso.

De outro lado, outra escritora rechaça quem opta por esse caminho: “Isso acontece com mulheres jovens, que não viram as batalhas feministas. Elas fantasiam sobre as velhas formas porque acham que os direitos das mulheres são coisas que foram facilmente conquistadas. Mal sabem elas”. O ponto central aqui é o retrocesso – o certo pânico de voltar às antigas formas de vida, que foram alvo de luta pela libertação. Outro ponto a ser levado em conta na reportagem de *TPM* é a questão da classe social: “não é qualquer mulher que pode se dar a esse luxo, claro”. Um box da reportagem reforça: “Só quem pode optar por ser dona de casa é a mulher de classe média, que tem recursos”. A enunciadora traz para dentro desse discurso uma camada de mulheres que está fora dele: “a mulher pobre sempre trabalhou e viveu a dupla, tripla jornada”. Temos aí a questão da divisão de classes, que altera a pauta do movimento. Afinal, para mulheres de classes C, D e E, que são chefes de família ou precisam do salário do casal para sobreviver, voltar para casa não está dentre as opções possíveis.

Das três revistas analisadas, a reportagem da *TPM* é a que mais explora ambos os discursos. Ela não modaliza para uma das escolhas, mas investe no poder de escolha, pois o

que importa é ser *livre*. A liberdade está em escolher ir (para casa) ou ficar (no mercado de trabalho). A discussão mapeia os prós e contras de ambos os lados.

3.1.2 Deslocamentos

Podemos dizer que o discurso antagonista ainda está em seu momento inicial, ainda não está estabilizado frente ao discurso hegemônico. Seu fortalecimento vem das próprias mulheres, construindo sua narrativa através de blogs na internet e não na grande mídia – revistas institucionalizadas e publicidade. Ainda é complexo localizar esse novo discurso e seus significantes, mas acreditamos que esse novo discurso está se construindo contra a dupla exploração chamada dupla jornada de trabalho e a desvalorização do *care*. As revistas hegemônicas (voltadas para o consumo) estão tentando lidar com essa demanda, alertando sobre o retrocesso. Esse “aviso” é uma tentativa de reorganizar o furo no discurso. Antes, o discurso lidava com isso através de uma convocação ao equilíbrio, o que já não está sendo suficiente.

Claudia e Marie Claire tentam manter o discurso hegemônico com base no retrocesso. Mas reforçam que a escolha é sempre da mulher, reforçando a liberdade conquistada – ainda que demonstrem a diminuição de salário e cargos em caso de retorno ao lar e alertem para o perigo de depender do marido, assim elas dão a opção – a liberdade de escolha, – mas constroem uma narrativa modalizadora a fim de manter o discurso hegemônico: assim como ir para o mercado de trabalho produz o preço da culpa, da distância do dia a dia dos filhos e o cansaço, o retorno também tem seu preço: frustração, preconceito e dependência financeira são alguns dos “impostos” a pagar. *TPM* não diz que é retrocesso, ao contrário, mostra que essa família não é a mesma de antes: a mulher que retorna pode manter seus ideais feministas e o homem é deslocado para o papel de cuidador, e quando é provedor, o é sem hierarquização, sendo uma família mais igualitária. *TPM* também alerta para a desvalorização do *care* em outras reportagens, apontando problemas nas modalizações para manter o equilíbrio entre as jornadas, a exemplo da matéria analisada no capítulo anterior cujo título é *Você deu conta de tudo hoje?*

O discurso antagônico, de fato, não resolve as questões estruturais da mulher no mercado de trabalho. Ele aponta falhas no discurso hegemônico, como a naturalização da dupla jornada, porém, retornar ao lar não muda o sistema do mercado de trabalho que não está apto para lidar com mulheres que se tornam mães; outra falha que esse discurso expõe é

denunciar que o espaço do trabalho não é neutro e sim, guiado pelo sistema neoliberal e patriarcal, porém, retornar ao lar acaba por reforçar o espaço doméstico como lugar de mulher e em nada altera o espaço social; um deslocamento importante que esse discurso constrói é que, ao abrir mão do trabalho assalariado em prol do *care*, a mulher tem uma atitude de valorização desse tipo de atividade, confrontando assim o discurso hegemônico que segue a lógica capitalista de supervalorização do trabalho assalariado em detrimento do *care*, desigualando autonomia e independência de salário; outro deslocamento significativo é a inserção do homem como parceiro e não como superior por ser provedor, porém, ao retornar para casa para se dedicar exclusivamente ao *care*, a mulher acaba inviabilizando a participação masculina na esfera doméstica. Assim, o discurso antagonista faz um rearranjo que mostra as falhas do discurso hegemônico, mas a solução proposta, o *retorno ao lar*, não soluciona os problemas.

3.2 Discursos Feministas

Para falarmos em *discursos feministas* hoje, faz-se necessário uma compreensão ainda que resumida, da genealogia do movimento feminista na sociedade ocidental. Michelle Perrot explica que o “feminismo age em movimentos, em ondas. É intermitente, sincopado, mas ressurgente” (2007, p. 155). Para a maioria dos livros históricos, o feminismo começa como um movimento organizado sistematicamente na luta pelo sufrágio universal.

Porém, consideramos a primeira como sendo a época da Revolução Francesa. Para Carla Garcia (2011), há, antes da Primeira Onda, o Profeminismo. A autora considera o livro de Poulin de la Barre, *Sobre a igualdade entre os sexos*, a primeira obra feminista, justamente por demandar a igualdade sexual – o objetivo central do movimento feminista. Esse livro data de 1673, época em que os eventos intelectuais e sociais aconteciam nos salões, especialmente os franceses, os quais eram organizados por mulheres aristocratas; logo, elas tinham acesso à educação, o que lhes permitiu estudar questões filosóficas e científicas.

Essas mulheres foram chamadas de *Preciosas*. “O preciosismo foi um fenômeno complexo que se apresenta ao mesmo tempo como um modelo de comportamento, uma corrente literária, um movimento de ideias e um movimento, sobretudo feminino” (*idem*, p. 32). Elas foram responsáveis por questionar o papel da mulher na sociedade, reivindicaram autonomia e produziram trabalhos intelectuais, como a organização do dicionário francês.

Antes ainda da obra de La Barre e das Preciosas, Christine de Pizan escreve *A cidade das mulheres* em 1405, obra na qual ela questiona “a autoridade masculina dos grandes

pensadores e poetas que contribuíram para formar a tradição misógina e decide fazer frente às acusações e insultos contra as mulheres” (*idem*, p.27). Ou seja, podemos perceber que, pelo menos, desde o século XV as mulheres refletem e escrevem a cerca do seu papel/ lugar no mundo. Nesse momento, porém, ainda não havia uma organização sistemática do feminismo, mas é a partir de autores como Poulin de la Barre e Christine de Pizan que o movimento começa a se organizar tal qual conhecemos hoje.

A sistematização começa a partir de dois importantes textos: *A reivindicação dos direitos da mulher* (1790) e *Declaração dos Direitos das Mulheres* (1791). O primeiro foi escrito por Mary Wollstonecraft, uma inglesa que se dedicou a escrever “textos políticos sobre os mais variados temas, do tráfico de escravos às injustiças de tratamento com os mais pobres” (*idem*, p. 46). Dentre seus textos sobre a condição feminina, destacamos *Reflexões sobre a educação das filhas*, de 1786, no qual a autora critica a restrição educacional das meninas e sugere reformas curriculares.

A *Declaração dos Direitos das Mulheres* foi escrita por Olympe de Gouges, dramaturga. A intenção do documento era conscientizar as mulheres “de todos os seus direitos que estavam sendo negados e pedir sua reintegração para que pudessem ser cidadãs para todos os efeitos” (*idem*, p. 43). De Gouges, porém, foi condenada à guilhotina. Michelle Perrot (2007) chama a atenção para a simultaneidade com que surgem os textos e assinala o Iluminismo e a Revolução Francesa como impulsionadores.

Nesta primeira onda do feminismo, houve muitos avanços e também retrocessos, uma vez que o Código Civil napoleônico anula as conquistas e aspirações políticas femininas, como relata Carla Garcia:

consagra a menoridade perpétua das mulheres (...) não tinham direito de administrar suas propriedades, fixar ou abandonar seu domicílio, manter uma profissão ou um emprego sem permissão do homem (...) O novo direito penal fixou para elas delitos específicos que, como o adultério e o aborto, consagravam que seus corpos não lhe pertenciam (2011, p. 50).

A Segunda Onda é fortemente marcada pelo movimento sufragista que alcançará proporções mundiais. O texto que funda esse movimento nos Estados Unidos é a *Declaração de Seneca Falls* (1848). Este documento é considerado o primeiro escrito por um coletivo feminista no qual são reclamados direitos civis e sociais para as mulheres. “A declaração questionava as restrições políticas: não poder votar nem se candidatar (...), restrições econômicas: a proibição de ter propriedades (...) abrirem conta em bancos”. (GARCIA, *idem*, p. 55). O movimento sufragista era composto de duas lutas principais: o direito ao voto e o

direito à educação – condição essencial para exercer a cidadania. Oitenta anos se passaram para alcançar esses objetivos.

Outra contribuição do movimento foi a palavra *solidariedade*, bem como formas diferentes de protestar, formas não violentas. Perrot (2007) esclarece que foram as feministas inglesas as primeiras a fazerem greve de fome como forma de protesto.

Apesar do sufrágio ter marcado a segunda onda, o movimento lutava pela igualdade e justiça em diversas áreas. Vale ressaltar o discurso proferido, em 1850, por Sojourner Truth, uma escrava liberta que traz questões de raça para a discussão de gênero:

Creio que com esta união dos negros do sul e mulheres do norte, todos falando de direitos, os homens brancos estariam com problemas bem rapidamente. Este homem diz que as mulheres necessitam de ajuda dos homens para subirem nas carruagens, cruzar as ruas, e que devem ter o melhor lugar em todas as partes. Mas a mim ninguém me ajuda a subir em carruagens, nem me deixam o melhor lugar. Por acaso eu não sou uma mulher? Olhem-me! Olhem meus braços! Eu arei e plantei e colhi e nenhum homem era melhor do que eu. E por acaso eu não sou uma mulher? (...) tive treze filhos e os vi serem vendidos como escravos e enquanto eu chorava com a dor de uma mãe, ninguém além de Jesus me ouvia! E por acaso eu não sou uma mulher? (SOJOURNER TRUTH *apud* GARCIA, 2011, p. 59).

Nesse discurso, ela ressalta as diferenças com que são tratadas mulheres brancas e negras e a igualdade que precisa ser respeitada na questão racial. Mas esta discussão só vai ser retomada no século XX. Outros dois autores importantes para esta época são: John Stuart Mill e a Harriet Taylor. Em 1866 Mill escreve *A sujeição das mulheres*, texto em que denuncia a falta de direitos das mulheres na sociedade. Mill afirma ter escrito em parceria com sua esposa, Harriet, defensora dos direitos femininos.

Nesse momento, o capitalismo incorpora as mulheres à classe trabalhadora. “As classes populares necessitam do salário das mulheres, mesmo quando o consideram somente um ‘trocado’ ”. (PERROT, 2007, p. 159). Paralelo a isso, as mulheres burguesas ansiando por liberdade, já que seguiam o lema da nobreza: “ ‘viver nobremente é viver sem fazer nada’, dizia-se no Antigo Regime” (*idem*, p. 159). Porém, “as operárias são um problema para o sexismo, pois com elas nascem novas perguntas: o trabalho assalariado pode ser compatível com as mulheres?” (GARCIA, 2011, p. 65). Assim, o sistema econômico associado à luta feminista por igualdade, abre espaço para as mulheres de diferentes classes ocuparem os espaços de trabalho.

Já a Terceira Onda do feminismo é marcada pelo livro *O segundo sexo*, da filósofa francesa Simone de Beauvoir, em 1949. Até aquele momento não havia uma obra que reunisse tantas questões femininas como a sistematização que a filósofa alcançou. Em dois volumes, o livro é dedicado a conceitos interdisciplinares, desde a biologia, passando pela

filosofia, psicanálise e outros. Em termos gerais, a autora vai se referir à mulher como sendo *a outra* absoluta do homem – sem, porém, a reciprocidade do homem, uma vez que este é considerado *um*.

Outra importante obra da Terceira Onda é *A mística feminina*, da norte-americana, Betty Friedan (1963). Nesta obra, ela analisa a maneira como as mulheres foram conduzidas de volta à casa depois da Segunda Guerra Mundial. Rechaça a endeusada figura de rainha do lar e luta pela realização da mulher, que vai além do papel de esposa e mãe. Friedan foi uma das principais representantes do feminismo liberal que “se caracteriza por definir a situação das mulheres como desigual – e não de opressão e exploração – e por postular a reforma do sistema até conseguir a igualdade entre os sexos”, conforme explica Carla Garcia (*idem*, p. 85).

Os movimentos de libertação da mulher se ampliaram para além da igualdade de direitos, dando origem assim, ao Feminismo Radical, no qual as mulheres passam a questionar a sua participação nos movimentos sociais. “As mulheres enfrentavam a sua invisibilização como líderes, os debates eram dominados por homens e suas vozes não eram escutadas. A opressão era analisada apenas do ponto de vista de classe”, (Garcia, 2011, p. 86) ficando as questões que eram ligadas às mulheres fora da pauta, como sexualidade e divisão do trabalho doméstico. Elas compreenderam que não adiantaria apenas lutar por participação na política porque a opressão sofrida pelas mulheres estava centrada no patriarcalismo, “a dominância sistemática dos homens na sociedade” (KING, 1997, p. 133). A naturalização da dupla jornada se encaixa nesta crítica, uma vez que a exploração da mão de obra feminina é dupla: pelo capitalismo, através do trabalho remunerado com salários inferiores e pelo patriarcado, que responsabiliza apenas a mulher por todo trabalho doméstico – que, por sua vez, também atende ao capitalismo, por não ser remunerado.

A discussão da dupla jornada vai, portanto, além do mercado de trabalho, pois a “segunda jornada” faz parte da relação amorosa – uma vez que é a esposa a responsável por esse trabalho. A questão sai da arena das relações íntimas e vai para a dimensão política. Daí nasce o slogan “o pessoal é político”, que continua servindo ao feminismo até hoje. Então, para as feministas radicais, o modo de produção explora, mas o que oprime é o patriarcado.

Na década de 80, o feminismo ganha fôlego acadêmico, ao mesmo tempo em que segue sob o signo da diversidade. As produções acadêmicas e os movimentos militantes não são mais produzidos em nome de uma *mulher*, uma vez que passa a ser cada vez mais essencial levar em consideração a classe, a raça e o gênero. Afinal, as demandas são

diferentes. Nesse contexto, nasce o Feminismo da Diferença, que “centra-se precisamente na diferença sexual para estabelecer um programa de liberação da mulher para que encontre sua verdadeira identidade, deixando de fora a referência masculina” (GARCIA, 2011, p. 96). Deixando o ideal iluminista de *igualdade* para trás, a epistemologia feminista busca uma igualdade de direitos, mas resguardadas as diferenças sexuais. Aqui se critica a hierarquização de pensamento, onde, até então, se associava o feminino à inferioridade, como nos mostrou Wilshire (1997).

Baseado também na *diferença*, surge o Feminismo Cultural, que “exalta a diferença das mulheres, contestando a cultura masculina em vez de se esforçar para se tornar parte dela” (KING, 1997, p. 136). Considerado um clássico do feminismo cultural, o livro de Susan Griffin, *Woman and Nature: The Roaring Inside Her*, em 1979 apresentou a tese de que se consideravam as mulheres mais próximas da natureza que os homens, “mostrando como essa ideia permitiu que muitos homens usassem e abusassem das mulheres com tão pouca consciência quanto” o faziam da natureza (NICHOLSON, 1993, p. 36).

Ynestra King (1997) menciona ainda um “filho” do Feminismo Cultural que é o “movimento da espiritualidade feminista”, que se baseia em crenças e práticas espirituais. Vemos facilmente na internet as chamadas para as reuniões de círculo de mulheres em que o *feminino* é celebrado. Outra corrente que celebra as diferenças é o Feminismo Essencialista, que exalta o feminino, mas repudia o masculino.

Há ainda o Ecofeminismo, que leva em consideração tanto a opressão econômica (capitalismo) como social (patriarcado) e ressalta a importância de reconciliar a humanidade com a natureza, que até então eram epistemologicamente opostas. “A tarefa de um feminismo ecológico é forjar organicamente uma teoria e uma prática genuinamente antidualistas” (KING, 1997, p. 144). Segundo Flusser (1972), a fórmula natureza-vira-cultura-e-cultura-vira-lixo só pode ser salva através da feminilidade (não do gênero mulher). No símbolo da reciclagem que hoje começa a ser comum, podemos ver essa circularidade feminina, esse ponto de vista côncavo que Flusser buscava, bem como nos projetos de inclusão social, que se preocupam com o bem estar da sociedade e não apenas com o progresso a qualquer preço.

Como podemos observar, o feminismo não é um movimento homogêneo, subdividindo-se em correntes: liberal, socialista, radical, cultural, essencialista, institucional e Ecofeminismo, além de haver, dentro do próprio movimento, a segmentação de lutas de grupos – as das mulheres lésbicas ou das mulheres negras, além de outras dimensões dos movimentos – sendo assim, devemos falar em movimentos feministas. Porém, independente

da corrente filosófica a que está ligado, acreditamos que “foi o feminismo que constituiu as mulheres como atrizes na cena pública, que deu forma a suas aspirações, voz a seu desejo. Foi um agente decisivo de igualdade e de liberdade. Logo, de democracia”, (PERROT, 2007, p. 162) e continua sendo.

Nesta pesquisa, identificamos que o discurso encontrado nas revistas é consonante com o feminismo liberal. “Por “corrente liberal”, deve-se entender os movimentos fundados na promoção dos valores individuais; com a luta pela total igualdade entre mulheres e homens” (FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2009, p. 147). A igualdade de direitos legais e civis foi e ainda é uma bandeira importante desse movimento. “As liberais começaram definindo o problema principal das mulheres como sendo o de sua exclusão da esfera pública e reivindicaram reformas relacionadas com a inclusão das mesmas no mercado de trabalho” (GARCIA, 2011, p. 85).

Portanto, é possível afirmar que as revistas *Claudia* e *Marie Claire* são vozes correspondentes dessa linha liberal, acreditando e apostando nessa proposta de igualdade através dos direitos, especialmente no que tange à inclusão e manutenção da mulher no mercado de trabalho, mostrando-se, assim, contra o movimento de “retorno ao lar”.

O feminismo liberal é duramente criticado pelas outras correntes. Ynestra King, defensora do Ecofeminismo, assim o define: “o feminismo liberal é um movimento de mulheres de classe média branca, preocupado com a extensão do poder e privilégios masculinos a pessoas como elas mesmas, não ao contingente de mulheres como um todo” (1997, p.131). Parte dessa crítica é que, para a mulher branca, de classe média, ir para o mercado de trabalho batalhar por empregos iguais aos dos homens, alguma mulher negra, de classe baixa, teve que ficar em sua casa, ocupando-se do *care*, com um salário muito baixo. Uma das críticas das radicais às liberais é que “não se tratava apenas de ganhar o espaço público, mas também era necessário transformar o privado” (GARCIA, 2011, p. 85). Isso significa que não adianta apenas entrar no mercado de trabalho, enquanto o sistema social, político e econômico for desigual e opressor. Isto porque “as feministas radicais sublinham que suas lutas são conduzidas, antes de tudo, contra o sistema patriarcal e as formas diretas e indiretas do poder falocrático.” (PICQ, 1993, *apud* FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2009, p. 147).

Ressaltamos, porém, que apesar de ser considerado um movimento elitista, as conquistas do feminismo liberal foram essenciais para as mulheres. Sua principal representante é a escritora Betty Friedan. Em seu livro *A mística feminina* (1971), a autora

norte-americana propõe o trabalho como sinônimo de libertação feminina, identificando “o problema que não tem nome”: a angústia de uma vida dedicada ao marido e filhos, sem outras aspirações.

Os empregados domésticos, a família extensa, os amigos e vizinhos que funcionam como uma rede de apoio informal – todos foram excluídos do lar suburbano de classe média, com a consequência de que as donas-de-casa se viram como proprietárias únicas, livres para organizar tudo como queriam. Não demorou muito para que essa liberdade se tornasse monótona. (LASCH, 1999, p. 123-124).

A essa monotonia e solidão, somadas à ideologia de que a mulher se realiza apenas no casamento e na maternidade, Friedan chamou de “mística feminina”. Sua luta foi para que a mulher fosse para as universidades e alcançasse o mercado de trabalho, assim como seus maridos. Ela afirmava que as mulheres deveriam ser mais do que donas de casa. Porém, hoje, as teorias do *care* criticam a sua postura por desvalorizar o trabalho doméstico.

Friedan era uma mulher de esquerda (...) mas ela extraiu uma lição errada do ambiente comunista e sindical em que viveu durante os anos de 1940 e início dos de 1950. Ela abraçou o entendimento propugnado por Friedrich Engels em *A origem da família, da propriedade privada e do Estado* (1884) de que, em primeiro lugar, “a família moderna individual funda-se na escravidão doméstica, aberta ou dissimulada, da mulher”; em segundo de que, “se ela cumpre suas tarefas servindo privadamente a sua família, ela segue excluída da produção social e não se credencia a ser remunerada”; e, em terceiro, de que “a primeira condição para a liberação da mulher é trazer todo contingente feminino de volta à atividade econômica pública”, o que significa que as mulheres tinham de sair para trabalhar, com vistas a se incorporar à luta social e trabalhar para o bem comum (cf. ENGELS, 2010, pp. 104-106). (BORIS, 2014, p. 105 e 106)

Esse entendimento permanece válido para o feminismo liberal atual. Nessa corrente de pensamento liberal, identificamos uma linha que encara o retorno como um *backlash* (retrocesso). Susan Faludi (2001) escreveu o livro *Backlash – o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*, apresentando uma teoria sobre a influência da mídia na manutenção do machismo e da ideia de que o lugar natural da mulher compreende apenas o espaço do lar, o cuidado e a maternidade. Ela analisa reportagens que mostram como a dupla jornada é pesada, o quanto o número de infartos cresceu entre as mulheres (como a matéria “Coração em perigo: o que tem levado as mulheres ao infarto”, de dezembro/ 2013 na revista *Cláudia*) e como seria mais fácil voltar aos tempos das nossas avós, exatamente como nos disse a capa da *TPM*, com a atriz Aline Moraes: “as mulheres estão sendo bem-sucedidas muito rápido. Acho que lá no nosso íntimo a gente quer ser aquela mulher que a nossa avó já foi, ter uma família, se dedicar”. O estudo de Faludi (2001) mostra como a mídia norte-americana endeusou a figura da rainha do lar, demonizando o feminismo e ressaltando as

perdas que a mulher teve na vida pessoal em detrimento da busca pela autonomia, independência e carreira. Ela contrapõe, porém, a seguinte imagem:

as mulheres, por sua vez, não apontam o movimento feminista como sendo causa da sua infelicidade. Ao contrário (...) nas pesquisas de opinião pública, as mulheres classificam em massa a desigualdade, no trabalho e no lar como sendo o tema mais relevante para elas. Não param de queixar-se com os entrevistadores da falta de oportunidades econômicas (e não de maridos); insurgem-se contra o fato de homens que trabalham (e não das mulheres que trabalham) não passarem tempo algum com os filhos ou na cozinha. (FALUDI, 2001, p.15).

Faludi ressalta que as mulheres de fato não são ouvidas e esta superexposição das perdas é um contra-ataque antifeminista. Ela explica que o *backlash* (retrocesso) não é “um movimento organizado, nem por isto deixa de ser destrutivo. Com efeito, a falta de coordenação, a ausência de uma única liderança só servem para torná-lo menos visível – e talvez mais eficiente” (FALUDI, 2001 p. 21).

Na reportagem sobre o “retorno ao lar”, a enunciativa da *TPM* afirma que já nos mostramos capazes, já conquistamos tudo, então podemos voltar ao lar e ao “mundo feminino”, especialmente para a maternidade: “vejo isso acontecer [o retorno ao lar] entre mulheres com mais de 30 anos, que já trabalharam e sentiram que eram competentes”. De maneira geral, as enunciativas reconhecem a importância social do feminismo, mas não é mais *cool* se autointitular feminista. As entrevistadas fazem questão de dizer que não são militantes, como afirma a atriz Marieta Severo na revista *Claudia* de novembro de 2013. Paralelamente a isso, é enaltecida a capacidade de ser “mulherzinha”, como define a atriz Fernanda Torres numa entrevista a *Claudia*, que apenas há pouco tempo, a partir do momento que passou a cuidar da beleza, é que passou a ser mulher:

Cláudia: Você parecia estar se divertindo muito na sessão de fotos. Gosta de ser fotografada?

Fernanda Torres: A atriz responde: Pelo contrário! Acho desconfortável, mas um bom ambiente sempre ajuda. E faz parte. O problema é ter de enfrentar a maquiagem, cabeleleiro, produção. Dá preguiça. No trabalho é isso o tempo todo. Então, quando não estou gravando ou filmando, prefiro ficar de cara lavada. Sem falar que só sou mulher recentemente (risos).

Cláudia: Como assim?

Fernanda Torres: Nunca gostei muito de me arrumar. Dei uma melhoradinha e já sei cuidar do meu cabelo. Mas tenho inveja das amigas muito femininas. Para elas, cada saída é uma produção incrível. Gastam muito tempo escolhendo a roupa, a maquiagem... eu acho que não fico bem de batom e nunca usei uma cor diferente de cabelo. Quem sabe na próxima encarnação?

(*Claudia*, nº10, ano 52, p. 153).

Seguindo essa lógica da libertação, não há mais a ideia difundida nos anos 70: sábias feministas x ignorantes femininas. Não é mais necessário imitar homens, usar ombreiras e abdicar dos cuidados com a aparência, nem descer do salto. A liberdade garante que podemos

voltar a ser “mulheres” – o que, pelo dizer das enunciadoras, significa investir (pesado) na beleza, ser mãe, esposa e cuidar de todas as atividades domésticas e seguir a carreira e eventualmente escolher o sucesso.

As enunciadoras afirmam que podemos abrir mão do mundo exterior porque já nos mostramos capazes de lidar com ele. Podemos nos permitir voltar às futilidades e sermos chamadas de “mulherzinhas”, sem que isso soe pejorativo. Para Faludi, esse discurso de que somos livres para “voltar ao lar” é apenas uma roupagem moderna da antiga divisão sexual do trabalho – homens na rua e mulheres em casa. Ela explica que “o *backlash* é ao mesmo tempo requintado e banal, decepcionantemente “progressista” e orgulhosamente retrógrado (...) este *backlash* conseguiu enredar praticamente todo o tema relacionado aos direitos da mulher em sua própria linguagem” (FALUDI, 2001, p. 17). Ou seja, utilizando a própria linguagem do feminismo: a busca pela liberdade.

Para ela, o *backlash* está travestido de liberdade, construindo um discurso de que não somos mais obrigadas a ficar confinadas ao lar, portanto, ela acredita que “as mulheres estão sendo escravizadas pela própria libertação” (FALUDI, 2001, p. 10) e a escolha de *retorno* é mais uma atitude retrógrada. Faludi é uma feminista liberal, que acredita que só o trabalho é capaz de libertar a mulher, consequentemente, “retornar para casa” é atender ao chamado do *backlash*.

Para Prado, “no pós-estruturalismo, discurso é relação entre elementos, a partir de cenas combinatórias” (PRADO, (org), 2011, DVD). Isso significa que é preciso lembrar que a mulher que “retorna” para casa hoje não é a mesma mulher que nunca saiu das funções domésticas. São mulheres que estudaram, trabalharam e optam por abandonar, ainda que temporariamente, o trabalho remunerado. As cenas combinatórias não são mais as mesmas de quando houve o retrocesso após a segunda guerra mundial – durante a guerra, as mulheres ocuparam o mercado de trabalho e, ao fim desta, foram convidadas a se retirar e assumir as funções domésticas – contando para isso com um grande suporte da mídia e do governo.

Naquele momento, *retornar para casa* era o discurso hegemônico. Hoje, o discurso hegemônico é permanecer no mercado e *retornar para casa* faz parte do discurso antagônico, e, ao contrário do pós-guerra, não há nenhum apelo na mídia para que as mulheres o façam. Inversamente, o apelo das revistas hegemônicas, assim como da publicidade, é que elas continuem a equilibrar a dupla jornada. Ainda que retornar não seja a tônica do discurso institucionalizado, a opção existe – diversamente dos anos 50.

O *backlash*, conforme Faludi, não defende o *retorno ao lar*, mas também não promove a integração entre vida profissional e doméstica. Nessa análise, o *care* continua desvalorizado e a dupla jornada permanece como um problema, além de manter a associação entre liberdade e salário. Portanto, *retornar ao lar* no sentido de retrocesso é atender ao chamado do *backlash*, conforme as ideias de Friedan, de que se ocupar exclusivamente do *care* é uma espécie de escravidão, assim como sua libertação consiste no trabalho remunerado, fora de casa.

Num texto intitulado *Como o feminismo se tornou a empregada do capitalismo – e como resgatá-lo* (2013), Nancy Fraser, uma das principais teóricas do feminismo socialista, critica a visão do *care* como escravidão doméstica, bem como a liberação da mulher vinculada à atividade econômica pública. Para as feministas socialistas, “a verdadeira liberação das mulheres só poderá advir de um contexto de transformação global” (FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2009, p. 147).

Fraser se ocupa das relações de trabalho, ressaltando como o capitalismo se infiltrou no movimento feminista, cooptando suas demandas, fazendo com que a mulher produza bens de consumo e desvalorize tudo que diz respeito ao cuidado com a geração e manutenção da vida, em nome de uma lógica de mercado sustentada por uma mídia ideologicamente construída em prol do consumo. Ela situa o cenário em que vê as feministas hoje:

Se antes feministas criticavam uma sociedade pró-carreirismo, agora aconselham as mulheres a se envolver mais nas carreiras. Um movimento que antes priorizava a solidariedade social e agora celebra empreendedores femininos. Uma perspectiva que antes valorizava o “cuidado” e a interdependência e agora encoraja o crescimento individual e a meritocracia. (FRASER, 2013)

A autora atribui esse deslocamento à mudança da natureza do capitalismo, pois vivemos num cenário liberal-individualista no qual as conquistas pessoais são valorizadas, assim, as mulheres são estimuladas a alcançar o sucesso (no significado capitalista que é chegar à presidência de uma empresa – de preferência que tenha começado no cargo mais baixo de todos e por méritos próprios tenha alcançado o topo). Sendo assim, Fraser (2013) explica como o feminismo deu munção para o capitalismo.

A primeira arma foi a crítica ao salário família. As feministas criticavam o modelo do homem provedor e da mulher que não trabalha. Para a autora, essa crítica serviu bem aos interesses capitalistas, uma vez que este depende do trabalho assalariado da mulher. As famílias então passam a ter dois salários, com a benção do feminismo. A crítica da autora se faz justamente por essa noção de liberdade estar embutida no trabalho assalariado, mascarando as reais condições da trabalhadora, que passa a ser explorada.

Pouco importa que a realidade debaixo do novo ideal sejam níveis depressivos de salário, baixa segurança no emprego, declinante qualidade de vida, um aumento drástico do número de horas trabalhadas por família, a exacerbação da dupla-jornada (...). O neoliberalismo doura a pílula ao elaborar a narrativa do empoderamento feminino. Invocando a crítica social feminista contra o “salário-família” para justificar a exploração, o neoliberalismo amarra o sonho da emancipação das mulheres na correia do motor da acumulação do capital. (FRASER, 2013)

Conscientes ou não das críticas feitas ao sistema capitalista, esse novo movimento, no qual as mulheres abandonam o trabalho remunerado formal, é baseado no modelo do salário família em que os homens são responsáveis pelo trabalho remunerado e as mulheres pelo *care*. O problema dessa escolha é que se restringe às mulheres que tem um marido com condições financeiras de ser provedor. E no caso das muitas mulheres que chefiam as famílias? As solteiras? Viúvas e tantas multidões de outras mulheres que não se encaixam no modelo do salário família? Elas continuam vivendo a exploração, os salários inferiores, baixa qualidade de vida e dupla jornada. Aceitar o salário família e não considerar o salário como sinônimo de independência resolve uma parte do problema de apenas uma parcela das mulheres.

A outra questão que a autora entende como “contribuição ao ethos neoliberal” foi a crítica que o feminismo fez às “injustiças “não-econômicas”, tais como a violência ética, o abuso/ assédio sexual e a opressão reprodutiva” (FRASER, 2013). O objetivo era expandir a luta por justiça, englobando tanto a cultura como a economia. Mas, a discussão permaneceu unilateral e o foco ficou na “identidade de gênero”, ao rejeitar o “economismo” e politizar o “pessoal”.

“De fato, nós absolutizamos a crítica do sexismo cultural precisamente na hora em que as circunstâncias requeriam uma atenção redobrada na crítica da economia política” (FRASER, 2013), analisa a autora. A crítica que pode ser feita é que ainda é essencial discutir o sexismo cultural, porque a questão “não-econômica” perpassa a questão do gênero, uma vez que “a renda das mulheres continua sendo cerca de 30% inferior à dos homens (...) além disso, são responsáveis pelos trabalhos mais desvalorizados e por aqueles que não recebem pagamento algum” (WOLFF; LAGO; RAMOS, 2013, p. 772). Além do que, urge discutir o sexismo como pauta prioritária, porque a violência contra a mulher ainda é diária, que pode ser constatada pelo alto número de feminicídio, de abusos ou misoginia.

Por fim, segundo Fraser, a terceira e última contribuição do feminismo ao neoliberalismo foi “a crítica do paternalismo do estado de bem estar social” (FRASER, 2013). Na perspectiva feminista, a ideia era “originalmente democratizar o poder do estado, de

maneira a empoderar os cidadãos”. A forma como isso aconteceu foi através do microcrédito, que, segundo a autora, é “incensado como antídoto feminista para a pobreza e sujeição das mulheres”. O problema, segundo ela, é que isso fez com que o estado abandonasse as lutas contra a pobreza e o microcrédito não tem como substituir o poder estatal na erradicação da pobreza. Para a autora, essa estratégia que serviu para democratizar o poder do estado e empoderar os cidadãos, “agora é usada para legitimar a mercantilização e amputação do estado”.

Fraser sugere soluções para romper a ligação com o neoliberalismo e reconquistar as três “contribuições” para retomar o sonho de libertação das mulheres numa sociedade mais solidária. Ela acredita que o primeiro passo é romper a ligação entre a crítica do salário família com o capitalismo flexível. Isto é, militar “por uma forma de vida descentrada do trabalho assalariado e valorizar atividades não-salariais, incluindo, mas não apenas, o cuidado”. Porém, uma importante teórica do *care*, Eileen Boris, lembra que, só valorizar o *care* e deixá-lo fora da arena do capitalismo é apenas uma “retradução da ideologia da separação de esferas repaginada nos atributos de gênero: as mulheres cuidam, os homens são provedores” (BORIS, 2014, p. 109).

A segunda sugestão é integrar à política de identidade, a justiça econômica, “pela transformação de uma ordem hierárquica, embutida nos valores culturais machistas, com a luta por justiça econômica” (FRASER, 2013). Para as editoras da revista *Estudos Feministas*, o texto de Fraser “parece apontar para uma desvalorização da luta feminista e uma acusação, muito próxima da que as esquerdas fizeram desde os anos de 1960 a esse movimento, de que ele dividia o foco da revolução” (WOLFF; LAGO; RAMOS, 2013, p. 767). E, por fim, Fraser (2013) indica que devemos “reivindicar o manto da democracia participatória como um meio de fortalecimento dos poderes públicos necessários para, em prol da justiça, conter o capital.”.

Outra corrente do movimento feminista é o Ecofeminismo, que insere nas questões femininas a crise ecológica. Esta linha critica o modelo dualista básico da sociedade ocidental que opõe natureza e cultura e a crença de “que os seres humanos têm o direito de dominar a natureza não humana” (KING, 1997, p. 128). É uma crítica idêntica à que faz Flusser (1972), ao afirmar que, partindo do ponto de vista masculino, androcêntrico, vivemos hoje na fórmula natureza-vira-cultura-e-cultura-vira-lixo, fórmula essa sustentada pelo capitalismo, que constrói a sociedade do consumo e é alvo da crítica pelo Ecofeminismo. “No mundo inteiro, o capitalismo, como cultura predominante e economia de autointeresse, está homogeneizando

culturas e simplificando a vida na terra, ao romper equilíbrios naturalmente complexos dentro do ecossistema” (KING, 1997, p. 128).

Para Flusser, aliás, o termo “sociedade de consumo” é inadequado; para o filósofo, somos, na verdade, uma sociedade impotente para o consumo já que o que produzimos, vira lixo. As consequências disso são amplamente divulgadas pela mídia: falta de água, buraco na camada de ozônio, aquecimento global, poluições que extinguem espécies animais e alteram o equilíbrio da flora, escassez de alimentos e seu contraponto, alimentos transgênicos que fazem muito mal à saúde humana.

A principal crítica que as outras correntes do feminismo (liberal, radical e socialista) fazem ao Ecofeminismo é a associação da mulher à natureza, que por muitos séculos foi utilizada para reforçar os estereótipos dos papéis sexuais, além de instrumento de opressão, inferiorizando, assim, a mulher. Logo, outras correntes feministas rejeitaram a conexão da mulher à natureza e do homem à cultura.

Em virtude de ideias reforçando a relação entre as mulheres e a natureza terem sido usadas para limitá-las e oprimi-las na sociedade ocidental, as feministas optaram pelo construtivismo social. É compreensível que desconfiem de qualquer teoria que pareça reforçar a relação mulher/natureza e a vejam como determinismo biológico disfarçado com outro nome. Ao mesmo tempo, os ecologistas tem se ocupado em fortalecer a relação humanidade/ natureza ao demonstrar a perigosa situação da vida na terra, causada pelas tentativas humanas de subjugar a natureza. Isso levou outras feministas afirmarem que o projeto feminista deveria ser livrar a natureza do domínio dos homens em vez de libertar as mulheres na natureza. (KING, 1997, p. 130).

Para as ecofeministas, todas as teorias feministas anteriores caíram de alguma forma no dualismo, reproduzindo assim a dominação masculina – seja sobre a mulher ou sobre a natureza. Se a relação dialética entre natureza humana e não humana não for compreendida, não adiantará buscar a liberdade de gênero, pois não poderemos sustentar a vida no planeta. Elas acreditam que, para isso, “teremos que desenvolver um ideal de liberdade que não seja antissocial nem antinatural”. (KING, 1997, p. 147). Portanto, o Ecofeminismo propõe uma nova epistemologia baseada numa ciência que privilegie diversas formas de conhecimentos, sendo “intuitiva e científica, mística e racional” (KING, 1997, p. 148).

Podemos observar que há elementos do Ecofeminismo no movimento de “retorno ao lar”. Uma das áreas de ativismo do movimento é a medicalização do parto, que transforma processos naturais em atividades lucrativas, na maior parte das vezes sem real necessidade médica. Muitas das mulheres que voltam para casa são adeptas do parto normal e de uma alimentação orgânica – que vai na contramão da produção transgênica em larga escala. Uma

das empresas voltadas a esse segmento é a *Matricaria*, que tem os conceitos do Ecofeminismo como base. Esta é uma empresa que investe em projetos femininos a partir de uma visão ecológica. Dentre os serviços oferecidos estão a editora de e-books, estrutura para as mulheres montarem cursos online sobre ecologia e feminismo e suporte técnico na criação de projetos virtuais.

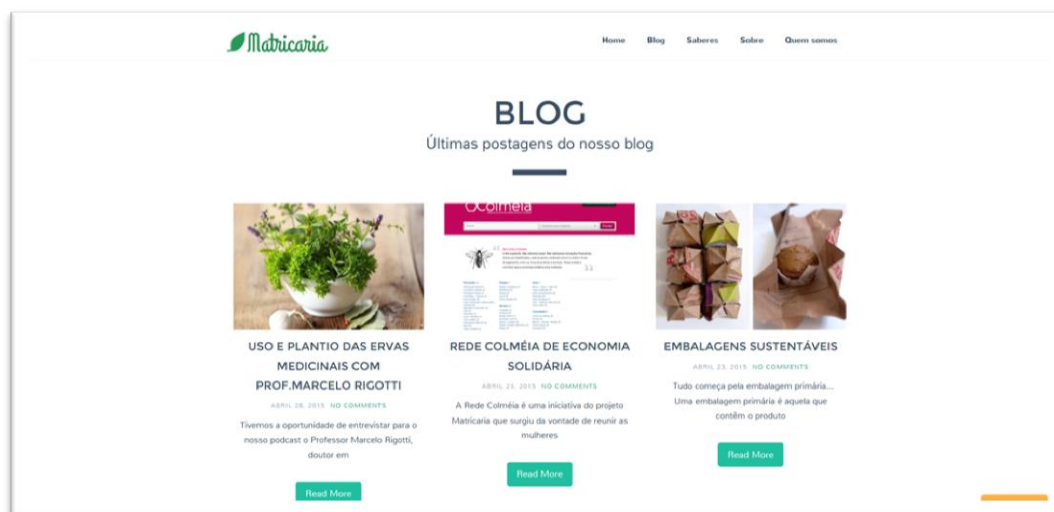


Figura 61: Página inicial do blog *Matricaria*.

Matricaria nasceu para inspirar as mulheres urbanas a se reconectarem com a Natureza, através do fortalecimento de iniciativas relacionadas à ecologia feminina. Temos como missão apoiar ações que estejam relacionadas direta ou indiretamente com autocrescimento das mulheres de uma forma sustentável. (<http://matricaria.com.br/>. Acesso em 01 de maio de 2015)

Essa forma de trabalho descentralizada também se relaciona com a proposta da mulher que volta ao lar no século XXI, pois a reconecta com o mercado de trabalho em horários flexíveis, permitindo conciliar com o *care*.

Há ainda outra visão sobre o *retorno ao lar*, que é a do Pós-feminismo. De modo geral, para as revistas, o termo “feminismo”, quase sempre se referindo aos anos 70, é tratado como algo ultrapassado, obsoleto, porém, com algum respeito pelo que foi e por suas conquistas, além de certo cuidado ao inserir essa palavra no texto, pois quase sempre vem seguida de uma explicação e uma contextualização.

A única reportagem encontrada sobre o feminismo atual foi em *Claudia*, em novembro de 2014. O texto tem apenas um parágrafo, seguido dos perfis de algumas representantes das feministas atuais que são escritoras, cantoras, atrizes, blogueiras e humoristas. O título *A nova luta das mulheres* chama nossa atenção por conta do adjetivo “nova”, pois, como vimos, não

há nada de novo nessa luta, ao contrário, ainda lutamos pelos mesmos direitos. As idades vão de 17 a 44 anos. Das oito mulheres consideradas ativistas, apenas uma é brasileira.



Figura 62: Algumas militantes do feminismo na atualidade, segundo a revista *Claudia*.

Para as revistas femininas, ser feminista ficou associado a não ser feminina (a palavra *feminina* só aparece no discurso quando está ligada às palavras maternidade e beleza). É aí que se encontram algumas questões do pós-feminismo: questões que se bifurcam e que, ao mesmo tempo, se cruzam. Como ser feminista, lutar por direitos e manter o lado “mulherzinha”? Percebemos a mídia direcionada ao público feminino como um espaço de reflexão das posturas, carregando em si a luta do movimento feminista – que prezava pela localização da mulher na sociedade como um ser humano e não como alguém incapaz e inferior ao homem e, ao mesmo tempo, conformando-a em seu lugar tido como tradicional – o lar. É justamente aí, nesse aparente paradoxo, que se colocam as questões do pós-feminismo.

Na obra *Postfeminism: Cultural Texts and Theories*, Genz e Brabon (2009) se propõem a fazer um mapeamento do fenômeno posfeminista. Eles ressaltam que o termo *pós* não vincula o feminismo a uma erradicação ou simplesmente a uma modernização, mas, que o feminismo permanece na estrutura do pós-feminismo, o que, para os autores, significa uma rede de possíveis relações que permite variadas leituras, incluindo o feminismo popular e acadêmico, pois eles não acreditam no sistema binário que separa a cultura da academia. Uma das principais críticas que se faz ao pós-feminismo é que, no seu afã de abarcar toda a

heterogeneidade do movimento feminista, corre o risco de despolitizar o movimento, esvaziando suas demandas.

No que se refere ao tema do “retorno ao lar”, os teóricos trazem diferentes olhares, como o de Faludi, que acredita ser esse movimento mais um viés do *backlash*, e também como o de Anne Kingston em *The Meaning of Wife* (2004), que chama a *nova domesticidade* de “mística chique”, em referência à mística feminina de Friedan, que tinha o lar como fonte de frustração e prisão. Esse lugar de frustração é hoje ocupado pelas corporações e o lar virou uma espécie de “nirvana”, que poucas mulheres têm a chance de aproveitar.

Porém, o viés pósfeminista acredita que esse movimento vai muito além do *backlash*, pois esta visão acaba por criar uma política de rejeição ao feminismo que não é considerado “autêntico ou verdadeiro”. O pósfeminismo compreende o *retorno ao lar* como uma das contradições inerentes ao movimento, enfatizando assim, a amplitude das questões feministas no século XXI.

Abordando a questão da igualdade de gêneros de um ponto de vista político, Chantal Mouffe (1996) defende a tese da igualdade para além do sexo. Para isso, a autora faz um breve apanhado em alguns modelos de feminismo. Cita inicialmente as feministas liberais que “tem lutado por uma vasta gama de novos direitos para as mulheres a fim de as transformarem em cidadãos iguais” (p. 107).

Porém, a autora alerta que as feministas liberais o fazem sem questionar “o modelo liberal dominante de cidadania e de política” (*idem*, p. 107). Posição que é criticada por outras feministas da linha chamada *Maternal Thinking*, que “defendem que a atual concepção de política é masculina e que as preocupações das mulheres não podem enquadrar-se nessa moldura” (*idem*, p. 107). A autora critica essa linha de pensamento ao afirmar que as relações íntimas, exclusivas e particulares não podem moldar a cidadania, que, ao contrário, “deve ser coletiva, inclusiva e generalizada” (*idem*, p. 108-109).

Para a discussão, Mouffe traz Carole Pateman. Segundo Pateman, “a cidadania é uma categoria patriarcal: aquilo que um ‘cidadão’ é, aquilo que faz e a arena onde actua, tudo foi construído à imagem masculina” (*idem*, p. 109). Ela ressalta que hoje, nas culturas liberais, as mulheres são cidadãs, mas que suas qualidades e tarefas ainda são desvalorizadas e sua solução seria “através de uma concepção de cidadania que reconheça tanto a especificidade das mulheres como a comum humanidade de homens e mulheres (...) afirmando a existência de duas formas de universalidade sexualmente diferenciadas” (*idem*, p. 110). Mouffe concorda com Pateman no que se refere à categoria de indivíduo universalista e homogêneo.

Porém, não acredito que a solução esteja em substituí-la por uma concepção sexualmente diferenciada do indivíduo como sendo ‘de dois gêneros’ (...) a minha tese é a de que no domínio da política e no que diz respeito à questão da cidadania a diferença sexual não deverá ser uma distinção válida. Concordo com Pateman quando critica a concepção liberal masculina de cidadania moderna, mas penso que aquilo de que um projeto de democracia plural e radical necessita não é de um modelo de cidadania sexualmente diferenciado, em que as tarefas específicas, quer dos homens, quer das mulheres, sejam avaliadas igualmente, mas sim de uma concepção verdadeiramente diferente do que é ser cidadão e agir como membro de uma comunidade política e democrática. (*idem*, p. 112).

Gostaria de concordar com Mouffe, pois o ideal seria vivermos numa comunidade política e democrática, onde homens e mulheres são avaliados igualmente. Acredito que esse poderá ser o passo seguinte ao reconhecimento das diferenças e valorização das mulheres de que nos fala Pateman. Porque, ainda hoje, pelo simples fato de sermos mulheres somos brutalmente assassinadas (femicídio), sofremos preconceitos e violências (misoginia), somos preteridas em cargos de trabalho pela simples possibilidade de engravidar, sem falar nos salários mais baixos, nas agressões sexuais e mais agressões ao denunciar – culpando a vítima (por ter bebido, ter usado roupas específicas ou por ter ido àquele lugar, naquela hora).

Enquanto essa avaliação igualitária não acontece, precisamos olhar cada vez mais a fundo para as questões que assolam as mulheres. A autonomia financeira não foi suficiente para nos livrar da opressão patriarcal. Ainda há muito o que fazer para vivermos numa sociedade onde a mulher seja valorizada e respeitada. Ainda precisamos muito do feminismo, de todos os feminismos para que não precisemos abandonar a casa em prol do trabalho. Ainda precisamos muito do feminismo para que as relações humanas sejam tão valorizadas quando o trabalho mercantil.

Sem defender a volta à vida doméstica, um feminismo digno do nome insistiria em uma integração mais íntima entre a vida profissional e a vida doméstica. Em vez de aceitar a subordinação da família ao local de trabalho, este feminismo tentaria adaptar o local de trabalho às necessidades da família. Também questionaria a ideologia do crescimento econômico e da produtividade, bem como o carreirismo que dela advém. Um movimento feminista que respeitasse as realizações das mulheres no passado não desmereceria o trabalho doméstico, a maternidade ou os serviços cívicos e beneficentes e não remunerados e nem transformaria o contracheque no único símbolo possível de realização. (LASCH, 1999, p. 137).

Infelizmente, ainda não conseguimos alcançar essa proposta de Lasch – ou valorizamos o trabalho assalariado ou o *care*, ou ainda tentamos dar conta de tudo, sem, de fato, conseguir uma relação social justa para a mulher. Os dispositivos midiáticos convocam: escolha sua perda. Podemos analisar o lugar da mulher na sociedade contemporânea através da tensão entre lar e mercado de trabalho como um dispositivo comunicacional. “O dispositivo mediático cria fantasias para que os sujeitos nelas se constituam (PRADO, 2013),

sendo que, para Žižek (1997 *apud* Prado 2013) a questão constitutiva do sujeito não é: “o que eu quero”, mas “o querem de mim?”.

Vimos nos capítulos anteriores as convocações feitas para a construção da mulher de hoje: a equilibrista-exausta-culpada nos papéis de mãe, esposa, dona de casa e profissional, mantendo a forma e a beleza, ou a frustrada que abandonou a carreira para se dedicar a família. O discurso fantasioso da mídia é que podemos escolher, mas a nossa escolha é direcionada, pois somos convocadas a seguir um modelo de sucesso masculino, driblando as questões relativas à reprodução cotidiana (cuidados com a casa) e geracional (cuidados com a família), gerando uma sobrecarga de trabalho, ou nos confinamos, resignadas ao tradicional papel feminino – da mulher do lar.

Sendo assim, *liberdade* é um significante importante articulado nessa cadeia, pois é a palavra que *resolve*. Hoje, diversamente de antes, a mulher (de classe média, casada, com um marido provedor) tem a possibilidade de escolha. A liberdade é, de acordo com cada época, usada de determinado modo: há alguns anos, a liberdade era sair de casa, hoje, a liberdade é escolher. “A celebração da escolha, outro elemento importante da ideologia do progresso e do consumo, obscurece a restrição da escolha para as mais recentes inovações, quer eles respondam ou não a propósitos a que supostamente pretendem satisfazer” (LASCH, 1999, p. 135).

Neste caso, o que está obscurecido pela euforização da escolha é que nas duas opções (trabalhar fora ou não), o *care* está incluído para as mulheres; está obscurecido também que, se ela optar por trabalhar, o mercado não a receberá bem, caso tenha ou pretenda ter filhos, além de se desdobrar para exercer ambos os papéis. A liberdade de escolha é, então, o significante usado para tamponar os furos do discurso. E o furo é que temos um mercado de trabalho que tem como base o patriarcalismo, e o fato de haver mulheres que dele participam não significa que tenhamos alcançado a igualdade, justamente porque as diferenças não são respeitadas.

A igualdade existiria se “trabalhar que nem homem” significasse ganhar os mesmos salários, ter acesso aos mesmos cargos e as atividades do *care* fossem divididas. A igualdade existiria se as mulheres fossem respeitadas em suas diferenças e houvesse espaço no trabalho para se dedicar à maternidade, pois, antes de sermos seres humanos, pensantes, somos mamíferos e o bebê humano leva muito tempo para se desenvolver e começar a ter independência (em muitos países a licença maternidade é de 450 dias (prorrogáveis) e não 120 como no Brasil).

Ninguém quer trabalhar “que nem mulher”, pois isso significa que precisamos nos esforçar mais para “provar a nossa capacidade”, ganhar menos e nos dividirmos entre o mercado de trabalho e o *care*. É importante frisar que o *care* não está só sob a responsabilidade da mulher casada e mãe, afinal, na prática, são as mulheres que se ocupam das atividades domésticas, cuidados com crianças, idosos, doentes e o bem estar emocional de todos que as cercam. Sendo assim, perguntamos, porque “voltar para o lar” e não repensar um novo modelo de sociedade em que *mulher e homem, natureza e cultura, care e trabalho* possam se fundir? Seria melhor para todos.

CONCLUSÃO

A questão inicial desse projeto baseou-se na análise da construção dos discursos mediáticos em torno de qual é o *lugar da mulher* na sociedade contemporânea no que se refere ao lar e ao mercado de trabalho formal. Nos perguntamos qual o ideal de sucesso orientado pela mídia hoje e como eram construídas as narrativas modalizadoras que guiavam como seguir o ideal de sucesso proposto.

O mapeamento das reportagens sobre mercado de trabalho foi nosso primeiro passo, que se tornou o primeiro capítulo. Neste, analisamos os contratos de comunicação estabelecidos entre enunciativa (revista) e enunciatária (leitora). Desde o momento inicial, identificamos que os discursos sobre trabalho assalariado giravam em torno da *liberdade* feminina, conquistada depois de tantas lutas do movimento feminista. Foi possível resumir as convocações de cada revista em uma frase: *Claudia* oferece à leitora um modo de vida onde impera a felicidade; *Marie Claire* propõe informação e sofisticação; *TPM* proporciona provocações e modernidade.

A cartografia dos mapas cognitivos das revistas apresentaram similaridades e diferenças. No que se refere à beleza, *Claudia* liga à saúde, *Marie Claire* ao consumo e *TPM* sugere produtos, mas questiona os padrões. No que se refere a comportamento, *Claudia* é especialista em fornecer o passo-a-passo para a mulher ser mais poderosa, mais feliz, mais saudável, mais produtiva, etc.; *Marie Claire* parte do princípio que o poder feminino é uma realidade, sempre exaltando suas conquistas; *TPM* baseia seu discurso na rebeldia frente aos modelos vigentes de revistas femininas. A maternidade se faz sempre presente em *Claudia*. Em *Marie Claire* e em *TPM*, o tema só aparece ocasionalmente. Assim como a maternidade, o casamento heterossexual é a regra em *Claudia*; *Marie Claire* explora as aventuras e *TPM* pondera a importância que normalmente é dada às relações, além de ter a união homossexual sempre presente nas suas páginas.

Somando o casamento tradicional, a maternidade e as modalizações para ser bem sucedida, *Claudia* oferece à sua leitora um ideal de sucesso em que a realização passa, necessariamente, pela união amorosa estável, por filhos e por uma carreira de sucesso – ela fornece a chave para que a mulher exerça todos esses papéis harmoniosamente: *o equilíbrio*, afinal, a mulher alcançou a *liberdade* de trabalhar fora, mas os outros papéis de mãe e esposa continuam ativos.

As palavras-chave – poder e luxo – definem a mulher de *Marie Claire*; o poder está associado à inteligência e o luxo ao *glamour*; a convocação central da revista está em fazer essa mulher ainda mais poderosa e mais luxuosa – exercendo a *liberdade* de ser poderosa e não só bela. *TPM* está sempre questionando. Embora às vezes permaneça nos estereótipos que critica, a revista traz o sentido de *liberdade* para suas convocações – seja quem você quiser ser.

Ainda no mapeamento do *corpus*, identificamos as reportagens que tratam do mercado de trabalho e as separamos em dois grupos: em um, a convocação ao equilíbrio e no outro, permite-se o abandono do mercado de trabalho tradicional em prol do trabalho doméstico. Ao longo da elaboração desta pesquisa, procuramos dar visibilidade a diferentes perspectivas e enquadramentos possíveis no que se refere à dupla jornada. Sendo assim, trouxemos para esta tese a reflexão dos conceitos do *care* – essencial para a compreensão da naturalização da dupla jornada como trabalho de mulher.

Cada um de nós sabe, aliás, como é bom sentar-se confortavelmente ao ouvir “tá na mesa”. Habitamo-nos fácil e rapidamente a sermos servidos, porque todos nós já o fomos e porque ser servido é atualizar o “*care* primordial”, aquele que nos foi dispensado na infância. Com exceção das crianças abandonadas que nunca o vivenciaram, ou apenas durante curto tempo, *todos fomos servidos sem nada ter precisado pedir*, por uma mãe, uma irmã, uma avó, quase sempre por mulheres (MOLINIER, 2012, p. 33 e 34)

A partir dessa perspectiva teórica, pudemos questionar sobre essa função ser exclusivamente da mulher, estimulando, assim, a desconstrução do lar como espaço exclusivamente feminino, bem como desconstruir o trabalho como espaço exclusivamente masculino, ao qual foi permitido o ingresso das mulheres – desde que o *care* continuasse a cargo delas.

A crítica ao pensamento dicotômico também foi de grande utilidade a esta pesquisa, uma vez que a relação entre *care* e trabalho, homem e mulher, casa e rua conforme é vista hoje, pode ser repensada através da teoria da complexidade, que não funciona como *um ou outro*, mas *um e outro*, conforme analisado por Wilshire (1997).

Com base nesse arcabouço teórico, partimos para a análise das reportagens sobre o tema. É importante lembrar, de forma breve, mas incisiva, a parcela de mulheres a que estamos nos referindo: classe média/ alta – público leitor das revistas em questão. Pois, como já afirmamos, a opção de deixar o mercado de trabalho formal só existe nessa classe social.

Analisamos, então, os contratos de comunicação e a construção do discurso nessas três revistas sobre a permanência dessa mulher no mercado de trabalho e sobre a opção de

abandoná-lo. O primeiro grupo continha as reportagens sobre o equilíbrio entre os papéis e funções. Apesar da celebração da *liberdade* de exercer uma profissão, a culpa, a estafa e a angústia estão sempre presentes no discurso. A culpa está em não acompanhar a vida dos filhos como a mulher gostaria ou mesmo de não ter tempo para si; a estafa é por conta da dupla jornada já que, por mais que os homens *ajudem*, a responsabilidade maior fica para a mulher, como foi fartamente demonstrado na pesquisa. A angústia fica por conta da cobrança social e pessoal – de querer fazer tudo, e de ser boa em tudo que faz.

Das revistas analisadas, *Claudia* é a mais centrada em tamponar o furo do discurso que exalta a liberdade, mas apresenta o cansaço. Em seus textos, sempre indica um livro, uma orientação ou fornece uma dica de como driblar esse lado desagradável do sucesso. *Marie Claire*, por ter um público mais jovem, conseqüentemente, composto por mulheres solteiras, não centra seu discurso no equilíbrio de papéis/funções. *TPM* vai, parcialmente, na contramão: de um lado, escancara que é impossível “dar conta de tudo”, de outro, constrói o discurso em torno de modos para aplacar a culpa. Pelo menos, a revista reconhece a farsa que é a obrigação da mulher moderna de ser uma espécie de mulher-maravilha e mostra diferentes opções para lidar com o trabalho e a vida pessoal.

O discurso construído em torno do abandono do mercado de trabalho formal para se dedicar ao *care*, está centrado basicamente em mostrar *os dois lados da moeda*: se “retornar para o lar” traz benefícios, junto com esses vêm outras palavras-chave: frustração, dependência e retrocesso. A frustração está ligada à perda da realização profissional. A dependência financeira se dá pelo fato de essa mulher passar a ser economicamente dependente do marido; porém, precisamos lembrar que, segundo a lógica neoliberal, salário é sinônimo de autonomia, portanto, além da dependência econômica, há a perda da autonomia. Por fim, isso significa um retrocesso – um retorno para a época em que as mulheres não tinham *liberdade*, autonomia, nem realização profissional.

Há *também* um lado positivo: acompanhar a educação dos filhos, ter menos *stress*, fazer trabalhos informais (como ministrar cursos e workshops, escrever blogs, fazer e vender artesanato), ter qualidade de vida e uma alimentação sadia, são alguns dos exemplos. Mas esses pontos não são muito ressaltados nas reportagens – não em igual proporção ao lado negativo.

O que podemos depreender dessa construção discursiva – tanto sobre a convocação ao equilíbrio de ambas as jornadas quanto sobre o abandono do trabalho formal – é que ela está centrada na *liberdade* de escolha. A mulher de hoje só pode equilibrar a jornada porque

conquistou a *liberdade* de trabalhar fora; ela só tem a opção de abandonar o mercado de trabalho formal porque conquistou a *liberdade* para escolher a vida que quer levar. A *liberdade* é, então, extremamente enaltecida, ficando apenas a cargo da mulher a decisão – nesses discursos, vemos ruir o slogan feminista que diz “o pessoal é político”.

Ainda que a decisão seja só dela, uma vez tomada, a mulher que abandona o mercado de trabalho formal traz para a cena política o *care*, em especial a maternidade. O retorno atual é diferente dos anos 50, pois não é mais uma imposição do estado, nem corroborado pela mídia hegemônica. A mulher que escolhe o *care* como prioridade, “volta” para casa com o conhecimento adquirido – tanto dos estudos quanto da experiência do mercado de trabalho. Também, com o advento da internet, ela não está isolada do mundo como eram as mulheres no subúrbio norte-americano em meados do século passado.

Daí em diante, analisamos as reportagens à luz da teoria da análise do discurso de Ernesto Laclau (2013). Pudemos compreender que a mulher que equilibra a dupla jornada é a figura privilegiada do discurso hegemônico. O que Laclau denomina de privilégio num discurso se dá quando “uma certa identidade é selecionada no campo das diferenças e passa a incorporar essa função totalizadora” (2013, p.133-134), ou seja, a identidade da *mulher-maravilha*, que consegue equilibrar a dupla jornada, foi privilegiada em detrimento de outras identidades e passou, de acordo com a análise das reportagens, a ser a figura que representa o discurso hegemônico.

Essa *mulher* coincide com a demanda capitalista – que precisa de produtores e consumidores, no caso, produtoras e consumidoras – e ainda continua sendo responsável pelo *care*, um trabalho não remunerado. Boris (2014) nos lembra que “o *care* não remunerado permite ao restante da sociedade, em especial ao capital, safar-se” (p. 116). Temos aí a união perfeita: de um lado, a demanda feminista pedindo liberdade, de outro, um mercado econômico que mantém dupla exploração da mão de obra feminina.

Assim, o capitalismo nos coloca na posição de “correia do motor da acumulação do capital”, como ressalta Fraser (2013). Seria perfeito se não existisse a impossibilidade de totalização do discurso. Essa incoerência permite o surgimento de um novo discurso. A incoerência, o furo desse discurso hegemônico é que não é possível ou mesmo justo conciliar *care* e trabalho remunerado da forma como o mercado de trabalho está estruturado. Surge, então, o discurso antagonista: o da mulher que deixa o mercado de trabalho formal para se dedicar ao *care*.

Nas revistas *Claudia* e *Marie Claire*, apesar da celebração da escolha, a ideia não é bem vista: os pontos negativos são mais ressaltados do que os positivos. Em *TPM*, apesar desta ser a revista em que a disputa dos discursos é mais evidente de forma igualitária, a enunciadora pergunta se é possível voltar para casa sem abrir mão dos valores feministas. Vê-se, claramente, que o que ela chama de “valores feministas” (trabalhar fora) está centrado apenas no feminismo neoliberal que, de tão arraigado, é tomado como único ponto de vista. A entrevistada, porém, traz à cena o *cuidado* como um dos valores feministas, assim como a liberdade de trabalhar fora. Assim, o discurso antagonista desloca o *care* de “segunda jornada” para “tão ou mais importante” do que o trabalho remunerado.

Outra mudança significativa no discurso antagônico é a figura masculina, cujo papel de prover não é mais valorizado do que o de cuidar, ao passo que numa redivisão de tarefas, o homem adentra o lar – exercendo o *care*. Essa mudança é clara no discurso de *TPM*, conforme foi analisado, porém em *Claudia* e *Marie Claire*, o homem permanece na posição do discurso hegemônico, em que ser o provedor o deixa hierarquicamente superior.

Porém, do ponto de vista dos feminismos, a mulher abandonar o mercado de trabalho em prol do *care* tem seus problemas: 1) ao se permitir ser circunscrita *apenas* ao ambiente doméstico, o espaço social continua patriarcal; 2) ao abrir mão do trabalho assalariado, a desigualdade de gêneros no mercado só aumenta – tanto em salário quanto em espaço; 3) a dedicação *exclusiva* ao *care* acaba por tirar do homem a possibilidade de adentrar esse espaço. Para o mercado de trabalho, esse *retorno* também não é bom, uma vez que perde profissionais competentes.

O que podemos considerar como avanço nesse movimento é trazer novamente para o centro da discussão feminista a exploração da dupla jornada de trabalho, pois, na vida real, não é tão simples e fácil como se pode ver nos comerciais de televisão e nem tão engraçado quanto as charges que muitas mães postam nas redes sociais. Esse movimento traz o *care* e o lar à tona para serem vistos e discutidos, não como trabalho/ lugar inferior ao trabalho remunerado/ ambiente do trabalho, mas como essencial à vida, o trabalho/ lugar dos sentimentos, dos afetos, que não está diretamente ligado ao valor capital.

Esta discussão tira o *care* do caráter de desvalorização e submissão a que o capitalismo e o patriarcado o legaram. Este movimento nos alerta ainda para o fato de que o mercado de trabalho não é tão receptivo à mulher como se propaga. Afinal, com 120 dias (tempo legal da licença maternidade) o bebê humano não tem o mínimo de autossuficiência. E esse é só um

dos problemas. Ainda temos os salários inferiores aos dos homens, o preconceito e as demissões após a licença maternidade.



Figura 63: Charges sobre mães *equilibristas*.

Foram muitas as lutas feministas para chegarmos até aqui: trabalhar fora ganhando menos do que os homens e sendo as principais responsáveis pelo *care*. Como se vê, ainda há muito a se fazer nesse quesito. A *liberdade*, tão declarada nas revistas, ainda é parcial, uma vez que o *care* continua sendo responsabilidade principalmente feminina e o mercado de trabalho funciona como se o *care* não existisse. De fato, a mulher ainda não está livre para trabalhar, ter filhos e, ao mesmo tempo, dormir em paz. Além do sistema capitalista, o sistema patriarcal ainda dá as cartas.

Precisamos de uma política que seja feminista, para permitir às mulheres levar a vida que realmente querem. Se este modo de vida for, por exemplo, trabalhar e ter filhos, que tenham uma licença maternidade digna e creches de qualidade nas empresas, além de salários equiparados aos masculinos. Mas, o que infelizmente ainda vemos são políticos brasileiros afirmando que as mulheres devem continuar ganhando menos, por produzir menos. O que se esquece nesse tipo de discurso, além de tudo que já foi discutido nesta tese, é que a mulher “produz” nada menos do que a força de trabalho futura – e isso exige uma demanda de muitos anos e muita dedicação.

Também precisamos lembrar que grande parte das mulheres que optam por deixar o mercado de trabalho, só deixam o mercado de *trabalho formal*, pois continuam trabalhando com atividades remuneradas, mas na informalidade, uma vez que este tipo de trabalho permite flexibilidade de horário. Prova disso são as próprias entrevistadas das revistas que relataram

fazer traduções e consultorias e os blogs como ferramenta profissional, bem como ministrar palestras e workshops, o que mostra que não é simplesmente parar de trabalhar fora que a mulher almeja e sim, um trabalho que permita, de maneira justa, ficar perto da família.

Assim, questionamos os termos “retorno ao lar” e “nova domesticidade” usados para definir este movimento. O uso do termo “retorno ao lar”, usado pelas revistas, é, no mínimo, incoerente, já que o *care* nunca deixou de ser ocupação da mulher, ainda que ela tenha somado à sua vida o trabalho fora do lar, portanto, não se pode retornar de onde nunca se saiu. Além do que, este termo está ligado à ideia de retrocesso. O uso da expressão “nova domesticidade”, conforme Matchar (2013) também está, justamente por circunscrever esse movimento a apenas um aspecto do *care* (o trabalho doméstico), que, como vimos, é muito mais amplo, ultrapassando, inclusive, as fronteiras do lar. Em ambos os termos, fica de fora o trabalho informal feito por essas mulheres.

Na perspectiva do discurso hegemônico, esta tese pode ser interpretada como uma contranarrativa, ao trazer o foco para a valorização das práticas do *care* e desconstruir o significado de *liberdade feminina* como sendo sinônimo de salário. Isso não implica dizer que o salário não tenha importância no processo de libertação feminina, mas não só. Para isso, urge repensar a estrutura social de modo que os homens adentrem os lares, nos quais homens e mulheres compartilhem o *care* e o trabalho. Nessa proposta, parece-me haver mais equilíbrio do que o abandono do mercado por parte das mulheres, pois, ambos teriam uma jornada de trabalho remunerado menor. Precisamos destruir a “bolha” que envolve o “mundo feminino” buscando uma fusão com a “Terra”, onde alcançaríamos a proposta de Lasch (1999): valorizar o trabalho assalariado e o *care* – na mesma medida.

Enfim, nesse período de pesquisa, “andei” por muitos lugares, em diferentes épocas; compartilhei do desespero de Friedan no “confortável campo de concentração”; senti-me opressora quando li Sojourner Truth; pensei no que diria Wollstonecraft se visse a seção de meninas de uma loja de brinquedos só com fornos, casinhas, ferros (alguém se diverte passando roupa?) e similares, enquanto os brinquedos educativos e criativos só são encontrados na sessão dos meninos. Sobre a desvalorização do *care*, senti embrulhar o estômago ao lembrar que a filha da minha babá, Guiomar, uma segunda mãe para mim, era cuidada de modo improvisado, com as irmãs mais velhas ou vizinhas – para que ela pudesse *cuidar* de outra criança. Uma confusão mental tomou conta de mim quando minhas amigas deixaram seus trabalhos para cuidar dos filhos – mas e a independência? Foi lendo as feministas radicais que aprendi que ainda falta muito para sermos livres e não é só o salário

que resolverá isso. Aprendi também que é preciso coragem para abrir mão do que o discurso hegemônico diz ser o certo. Meu coração palpitou quando descobri o Ecofeminismo – no qual também posso ser corpo e não só mente, ser também natureza e não só cultura e posso usar minha intuição como forma de conhecimento.

Finalizo esta tese com a certeza de que há, nesse campo, nessas relações, muito a pesquisar. Encaro este trabalho não como um ponto de chegada, mas de partida. Um ponto para nos inspirarmos a repensar as nossas relações de amor e de trabalho e repensar como a comunicação está inserida na difusão dos discursos. Apesar de tudo que já foi feito pelo movimento feminista, o qual honro e respeito, ainda há muito o que fazer.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Branca Moreira; PITANGY, Jacqueline. *O que é feminismo*. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo*, v.1: Fatos e Mitos. São Paulo: Círculo do Livro, 1990.
- _____. *O segundo sexo*, v.2: A experiência vivida. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BILAC, Elisabete Dória. *Trabalho e família: Articulações possíveis*. *Tempo soc.*, Jun 2014, vol.26, no.1, p.129-145.
- BORIS, Eileen. *Produção e reprodução, casa e trabalho*. *Tempo soc.*, Jun 2014, vol.26, no.1, p.101-121.
- BUITONI, Ducília S. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus, 2009.
- _____. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- FALUDI, Susan. *Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- FERNANDES, Maria Helena. *A mulher-elástico*. In: Congresso Internacional de Psicopatologia Fundamental, 2006, São Paulo. Disponível em: <http://www.fundamentalpsychopathology.org/uploads/files/ii_congresso_internacional/mesas_redondas/ii_con._a_mulher_elastico.pdf> Acesso em: 10 fev. 2015.
- FOUCAULT, Michel. *O nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, Dominique. *Movimentos feministas*. In: Dicionário Crítico do Feminismo. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- FLUSSER, Vilém. *A Consumidora Consumida*. In: Revista Comentário. Páginas 35 a 46. Ano XIII – vol. 13 – n. 51. 1972.
- FRASER, Nancy. *Como o feminismo se tornou a empregada do capitalismo – e como resgatá-lo*. Disponível em: <<http://uninomade.net/tenda/como-o-feminismo-se-tornou-a-empregada-do-capitalismo-e-como-resgata-lo/>>. Acesso em: 15 out. 2013.
- _____. *O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história*. In: Mediações – Revista de Ciências Sociais. Páginas 11 a 33, v.14, n.2. Londrina, 2009.
- FREIRE FILHO, João (Org). *Ser feliz hoje – reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

- FRIEDMAN, Betty. *A mística feminina*. Petrópolis, Editora Vozes, 1963.
- GARCIA, Carla Cristina. *Breve história do feminismo*. São Paulo: Claridade, 2011.
- GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. *Postfeminism: cultural texts and theories*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
- HIRATA, Helena. *Gênero, classe e raça Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais*. *Tempo soc.*, Jun 2014, vol.26, no.1, p.61-73.
- _____. [et cl.] (org). *Dicionário Crítico do Feminismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- KING, Ynestra. *Curando as feridas: feminismo, ecologia e dualismo natureza/cultura*. In: JAGGAR, Alison M.; BORDO, Susan R. (org). *Gênero, Corpo, Conhecimento*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- KINGSTON, Anne. *The Meaning of Wife*. London: Piatkus, 2004.
- LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.
- LASCH, Christopher. QUINN-LASCH, Elisabeth. *A mulher e a vida cotidiana: amor, casamento e feminismo*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira: 1999.
- LUGLI, Daniele M. *Nova domesticidade: a opção feminina pelo lar*. *Rev. Estud. Fem.*, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 997-998, Dec. 2014.
- MATCHAR, Emily. *Homeward Bound: why women are embracing the new domesticity*. New York: Simon & Schuster, 2013.
- MOUFFE, Chantal. *O regresso do político*. Lisboa: Gradiva, 1996.
- MOLINIER, Pascale. *Cuidado, interseccionalidade e feminismo*. *Tempo soc.*, Jun 2014, vol.26, no.1, p.17-33.
- _____. Ética e trabalho do *care*. In: HIRATA, Helena; GUIMARÃES, Nadya Araujo (org). *Cuidado e cuidadoras: as várias faces do trabalho do Care*. São Paulo: Atlas, 2012.
- NICHOLSON, Shirley. *O novo despertar da deusa: o princípio feminino hoje*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- OLIVEIRA, Rosiska Darcy de. *Elogio da diferença: o feminino emergente*. Rio de Janeiro: Rocco, 2012.
- PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.
- PRADO, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: EDUC, 2013.
- _____. (Org) *Regimes de visibilidade em revistas*. DVD Hipermídia. São Paulo: PUC-SP; CNPq, 2011. Ano 3, n.2. São Paulo, Paulus/USP, 2011.

PRADO, J. L. *Programas cognitivos e passionalização do consumo nos media e na publicidade*. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, ESPM, v.5, p.87-101, 2008.

PUBLIABRIL. *Revistas*. Disponível em: Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/claudia/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 18 de dez. de 2014.

SALIH, Sara. *Judith Butler e a teoria queer*. São Paulo: Autêntica Editora, 2012.

SORJ, Bila. *Socialização do cuidado e desigualdades sociais*. *Tempo soc.*, Jun 2014, vol.26, no.1, p.123-128.

WILSHIRE, Donna. *Os usos do mito, da imagem e do corpo da mulher na re-imaginação do conhecimento*. In: JAGGAR, Alison M.; BORDO, Susan R. (org). *Gênero, Corpo, Conhecimento*. Rio de Janeiro: Record, 1997.

WOLFF, Cristina; LAGO, Mara Coelho; RAMOS, Tânia Regina. *Editorial*. *Rev. Estud. Fem.*, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 767-772, Dec. 2013 .

ŽIŽEK, Slavoj. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contracampo, 1996.