UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM HISTÓRIA

PATRÍCIA CARLA MUCELIN

CORPO E SEXUALIDADE: DISCURSOS CONSTITUIDORES NAS REVISTAS NOVA E PLAYBOY – ANOS 1970

Marechal Cândido Rondon
2013

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM HISTÓRIA

PATRÍCIA CARLA MUCELIN

CORPO E SEXUALIDADE: DISCURSOS CONSTITUIDORES NAS REVISTAS NOVA E PLAYBOY – ANOS 1970

Dissertação apresentada como requisito parcial de avaliação para obtenção do grau de mestre em História, junto ao Programa de Pós-Graduação em História, Poder e Práticas Sociais, nível de mestrado, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste.

Orientadora: Prof. Dra. Ivonete Pereira

Marechal Cândido Rondon
2013

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca da UNIOESTE – Campus de Marechal Cândido Rondon – PR., Brasil)

Mucelin, Patrícia Carla
M942c Corpo e sexualidade: discursos constituidores nas revistas Nova e Palyboy – anos 1970 / Patrícia Carla Mucelin. – Marechal Cândido Rondon, 2013.
159 p.

Orientadora: Profª. Drª. Ivonete Pereira

Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Marechal Cândido Rondon, 2013.

1. Nova Cosmopolitan – Identidades de gênero. 2. Playboy – Identidades de gênero. 3. Sexualidade. 4. Corpo. I. Pereira, Ivonete. II. Título.

CDD 22.ed. 305.3

CIP-NBR 12899

Ficha catalográfica elaborada por Marcia Elisa Sbaraini-Leitzke CRB-9/539

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu amor e companheiro de vida, Luciano.
À minha irmã e confidente Andressa.
À minha mãe Neusa, minha inspiração de mulher.
Àquele que é o meu exemplo de dedicação, meu pai Carlos.
E à minha família amada, especialmente às sete mulheres.

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente à minha orientadora, professora Ivonete Pereira, por todo apoio, ajuda, dedicação, ensinamentos e conselhos, que tornou possível a concretização desta pesquisa.

Ao meu companheiro Luciano, pela ajuda, carinho, compreensão, dedicação e muitas e muitas caronas!

Aos meus pais, Neusa e Carlos, que não só apoiaram o meu sonho de fazer o mestrado em história, mas que contribuíram de forma significativa para que ele se tornasse realidade.

À minha irmã e melhor amiga, Andressa, pela ajuda, pelo apoio, compreensão e companheirismo durante esta caminhada.

À minha avó Amélia Scherpinski e à minha madrinha Clê Scherpinski, por me acolherem em suas casas, pelo carinho com que me receberam e por sempre torcerem por mim.

Agradeço aos meus colegas do mestrado, por compartilharem conhecimentos e amizades! Em especial a Abigail Petrini e Nicheli Rodrigues Santos por me acolherem de braços abertos em seu lar. À Nivea Grapiglia, Alexandre Ribeiro da Silva e Marilda Marques pelas caronas de idas e vindas à Rondon para as disciplinas do mestrado.

Aos professores do programa de mestrado em História, e especialmente à linha de pesquisa Práticas Culturais e Identidades, pelo conhecimento, pelo partilhamento das experiências de docência e pesquisa e pelas contribuições para a construção desta dissertação.

Obrigada!

RESUMO

Esta pesquisa tem como fonte e objeto as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy da década de 1970. Procurou-se analisar através de um estudo qualitativo os discursos da Nova e da Playboy sobre beleza, sensualidade, sexualidade e comportamento para se compreender como essas duas revistas davam significado às identidades de gênero. As análises de discurso foram realizadas com base nas categorias gênero e identidades, para se compreender como foram construídas as identidades masculinas e femininas e como ocorreram as relações de poder entre os gêneros, perceptíveis nos artigos, capas e sumários das duas revistas. A Nova Cosmopolitan escrevia para mulheres que estavam ingressando no mercado de trabalho, e que fossem solteiras, portanto a revista procurava mostrar que manter um relacionamento duradouro com um parceiro fixo e construir uma carreira sólida eram sinônimos de realização, e para tanto, ensinava como as mulheres deviam cuidar da beleza e manter uma conduta determinada em seus relacionamentos. A Playboy que se voltava aos homens solteiros, que procuravam o prazer como estilo de vida, mostrava nas suas colunas informações sobre sexo e relacionamentos e como os homens podiam driblar suas inseguranças para conquistar as mulheres. A sensualidade era a característica valorizada por ambas as revistas, ao constituírem as imagens idealizadas do corpo feminino e masculino.

Palavras-Chave: Revista Nova Cosmopolitan. Revista Playboy. Corpo. Sexualidade.

BODY AND SEXUALITY: FORMING SPEECHES ON THE NOVA AND PLAYBOY MAGAZINE – YEARS 1970

This research has as it's source and object the New Cosmopolitan and Playboy Magazines from 1970s. Sought to analysis through a qualitative study of the Nova's and Playboy's speeches about beauty, sensuality, sexuality and behavior to understand how these two magazines gave meaning to gender identities. The discourse analysis was performed based on the categories gender and identities, to understand how were build the masculine and feminine identities and how the power relationships between genders has occurred, noticeable in the Articles, covers and summaries of the two magazines. The Nova Cosmopolitan's writing to single women who were entering into the labor market, therefore the magazine sought to show that maintain a lasting relationship with a steady partner and build a carrier were synonymous of achievement, and both, taught how women should take care of the beauty and follow conduct rules in their relationships. The Playboy turned to single men that seek pleasure as a lifestyle, showed in it's columns information about sex and relationships and how men could turn around their insecurities to conquer women. The sensuality was the most valued characteristic by both magazines, to constitute the idealized images of feminine and masculine body.

Keywords: Nova Cosmopolitan magazine. Playboy magazine. Body. Sexuality.

LISTRA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1. Ilustração de Hélio Mário Noguchi..... 33
FIGURA 2. Capa da Nova Cosmopolitan n. 03..... 43
FIGURA 3. Capa da Nova Cosmopolitan n. 05..... 45
FIGURA 4. Capa da Nova Cosmopolitan n. 33. 47
FIGURA 5. Capa da Nova Cosmopolitan n. 49..... 49
FIGURA 6. Capa da Nova Cosmopolitan n. 63..... 51
FIGURA 7. Capa da Nova Cosmopolitan n. 64..... 53
FIGURA 8. Capa da Nova Cosmopolitan n. 70..... 55
FIGURA 9. Capa da Revista do Homem n. 04..... 58
FIGURA 10. Capa da Revista do Homem n. 08..... 60
FIGURA 11. Capa da Revista do Homem n. 25..... 62
FIGURA 12. Capa da Revista do Homem n. 34..... 64
FIGURA 13. Capa da Playboy n. 40..... 66
FIGURA 14. Capa da Playboy n. 44..... 68
FIGURA 15. Sumário da Nova Cosmopolitan n.03..... 80
FIGURA 16. Sumário da Nova Cosmopolitan n.05..... 82
FIGURA 17. Sumário da Nova Cosmopolitan n.33..... 83
FIGURA 18. Sumário da Nova Cosmopolitan n.49..... 85
FIGURA 19. Sumário da Nova Cosmopolitan n.63..... 87
FIGURA 20. Sumário da Nova Cosmopolitan n.64..... 89
FIGURA 21. Sumário da Nova Cosmopolitan n.70..... 90
FIGURA 22. Sumário da Revista do Homem n. 04..... 92
FIGURA 23. Sumário da Revista do Homem n. 08..... 94
FIGURA 24. Sumário da Revista do Homem n. 25..... 96
FIGURA 25. Sumário da Revista do Homem n. 34..... 98
FIGURA 26. Sumário da Playboy n. 40..... 100
FIGURA 27. Sumário da Playboy n. 44..... 102
FIGURA 28. Anúncio Publicitário da Lycra..... 127
FIGURA 29. Anúncio Publicitário da Lycra..... 129
FIGURA 30. Capa da Revista do Homem n. 01..... 150
QUADRO 1. Relação das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy analisadas..... 22

QUADRO 2. Relação de anúncios publicitários da revista Nova Cosmopolitan... 125
QUADRO 3. Relação de anúncios publicitários da revista Playboy..... 126

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10
CAPÍTULO 1 – BELEZA E SENSUALIDADE: CORPOS FEMININOS E MASCULINOS NAS CAPAS DA NOVA E DA PLAYBOY 29
1.1 OS HOMENS E AS MULHERES DOS ANOS 1970 29
1.2 CORPO, BELEZA E SENSUALIDADE 37
CAPÍTULO 2 – OS SABERES ESPECIALIZADOS DERRUBANDO OS MITOS SEXUAIS 78
2.1 DO PRIVADO AO PÚBLICO 79
2.2 AFINAL, O QUE É NORMAL? 105
2.3 SENSUALIDADE NOS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS 124
CAPÍTULO 3 – O FEMINISMO E AS MUDANÇAS NAS IDENTIDADES MASCULINAS E FEMININAS 131
3.1. OS RELACIONAMENTOS AFETIVOS E A MATERNIDADE 133
3.2. A INFLUÊNCIA DO MOVIMENTO FEMINISTA 140
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS 149
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 155
SITES CONSULTADOS 158
FONTES 159

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa teve como proposta estudar duas publicações mensais como fonte e objeto de pesquisa. Foram analisadas as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy[1], publicadas no Brasil na década de 1970. Investigamos os discursos produzidos pelas publicações sobre os comportamentos masculinos e femininos na década de 1970 e como tentavam determinar normas acerca das identidades de homens e mulheres. As revistas construíram discursos que investiam sobre os corpos dos sujeitos, criando identidades variadas, as quais podem ter suscitado identificações nos seus leitores e leitoras. Procuramos perceber como os discursos davam significado às identidades masculinas e femininas produzidas pela Nova Cosmopolitan e pela Playboy. Utilizamos as categorias gênero, representação, análise de discurso, representação e identidades na analise das fontes para compreendermos como ocorreram as relações de poder dentro das revistas.

As revistas Nova Cosmopolitan e Playboy trouxeram os discursos acerca do que consideravam que fossem os comportamentos masculinos e femininos ideais, com a intenção de redimensionar as suas identidades no momento de efervescência do feminismo e dos movimentos contra a ditadura militar no Brasil, nos anos 1970. Esses discursos foram construídos pelas duas revistas através de colunas contendo textos de informações, novidades e dicas para homens e mulheres, e também através de imagens de corpos masculinos e femininos cuja estética correspondia a um padrão de beleza estabelecido pelos saberes científicos autorizados de especialistas.

As revistas Nova Cosmopolitan e Playboy apresentavam um estilo de vida que estava se modernizando. Ao tratar da sexualidade, do trabalho e de relacionamentos seus discursos estavam dimensionando as identidades do que as revistas julgavam ser o ideal de mulher e o ideal de homem dos anos 1970. A Playboy, portanto, identificava os homens como viris e másculos, conquistadores de mulheres e apreciadores da figura feminina; e na Nova as mulheres deveriam ser "modernas", pois trabalhavam fora e construíam suas carreiras em busca de sucesso, mas ao mesmo tempo deviam encontrar a sua felicidade e realização em relacionamentos amorosos duradouros. O sexo era o elemento fundamental desses discursos, pois eles tratavam principalmente das relações afetivas e sexuais entre os gêneros.

[1] Serão utilizadas na redação as denominações Nova Cosmopolitan e Playboy ou Revista do Homem para as publicações brasileiras e *Cospomolitan* e *Playboy* em itálico, para as edições estrangeiras.

Chartier (1991, p. 182) ao discorrer sobre o texto escrito e as práticas de leitura destaca que não existe texto fora do suporte o qual permite que seja lido, bem como a compreensão de um texto depende das maneiras pelas quais ele atinge o leitor. Portanto, a análise do discurso depende de dispositivos advindos das intenções dos autores e suas respectivas estratégias de escrita, vinculados à decisão e exigência do editor (CHARTIER, 1991, p. 182).

As fontes que utilizamos em nossa pesquisa, as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy, são publicações mensais de circulação nacional, editadas ambas pela Editora Abril S.A. Em 1950 a primeira revista da editora Abril S.A. chegou às bancas, criada pelo americano Victor Civita. Com a ajuda de seu irmão, Cesar Civita, que havia fundado na Argentina uma editora também com o nome Abril, Victor conseguiu o capital inicial de 500 mil dólares para o investimento. De acordo com Perez (2008, p. 44), que pesquisou a relação da editora Abril com a Naspers, a primeira revista publicada pela editora se chamava Raio Vermelho, uma história em quadrinhos importada da Europa, que por ter sido um fracasso nas vendas, não é citada na versão oficial da história do Grupo Abril, que alega que a primeira revista da editora foi o Pato Donald[2].

Após se consolidar no mercado brasileiro através das publicações de histórias em quadrinhos, a editora passou a publicar outros tipos de revista, como a Capricho, lançada em 1952, tendo as fotonovelas como principal atrativo, atingiu a tiragem de 500 mil exemplares quatro anos após seu lançamento. Civita inaugurou sua própria gráfica, em 1952 e em 1961 uma distribuidora própria, chamada Dinap. De acordo com Perez (2008, p. 45), com o crescimento da Abril no mercado editorial, em 1963 foi levantada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar o capital estrangeiro na mídia brasileira. Entretanto, com golpe militar de 1964 houve a cassação do deputado que propôs a CPI, João Dória, e as investigações cessaram. A Abril lançou entre as décadas de 1950 e 1960 as revistas Manequim, Quatro Rodas, Cláudia, Realidade e Veja, e suas revistas de maior sucesso eram licenciamentos de revistas estrangeiras (PEREZ, 2008, p. 46).

Segundo Baptista e Abreu (2010, p. 04), que fizeram o resgate da história do mercado editorial brasileiro, a revista Realidade[3] havia sido lançada por Victor Civita como uma

[2] (Disponível em: <http://www.grupoabril.com.br/institucional/victor-civita.shtml>. Acesso em: 25 de novembro de 2013.

[3] A revista Realidade foi criada em 1966 e praticava um jornalismo baseado na reportagem social, bem como na discussão e crítica acerca da moral e dos costumes brasileiros. Apesar de ser uma publicação da editora Abril, a revista funcionava como uma publicação alternativa (KUCINSKI, 2001, p. 20).

tentativa de atingir "parte" dos leitores da revista Cruzeiro[4]. Os jornalistas que compunham o corpo editorial da revista Realidade, na segunda metade da década de 1960, eram "[...] militantes de partidos de esquerda e costumavam impor seus pontos de vista à direção da Editora Abril S.A." (BAPTISTA e ABREU, 2010, p. 15). De acordo com Kucinski (2001, p. 122), a editora Abril não tolerava a autonomia dos jornalistas que compunham a revista Realidade, e tentou em vão, "[...] quebrar a equipe da revista [...]". Desta maneira, a editora procurou se enquadrar no mercado editorial brasileiro e, por conseguinte, em 1971 quando foi implantado o AI-5[5], para se adaptar à censura, teve início o declínio da revista Realidade com a demissão de seus dirigentes, momento em que a editora passou a investir na revista Veja, (KUCINSKI, 2001, p. 43).

Foi nos anos 1970 que as revistas que selecionamos como fontes desta pesquisa passaram a ser publicadas no Brasil pela editora Abril, a Nova Cosmopolitan, voltada para um público preferencialmente feminino e a Playboy, que foi publicada em grande parte da década de 1970, com o título A Revista do Homem, visava um público masculino.

A revista Nova Cosmopolitan formulou um conteúdo baseado na concepção das identidades de mulheres que fossem "modernas" ou "novas"[6], ou seja, que apresentavam atitudes e comportamentos condizentes ao seu ingresso no mercado de trabalho nos anos 1970, estudando, viajando o mundo e procurando obter sucesso financeiro e amoroso. Entretanto, para a revista, as mulheres deveriam encontrar um parceiro fixo e utilizar seu poder de sedução para manter um relacionamento feliz.

A revista trazia conteúdos voltados para as mulheres que trabalhavam fora, incentivando-as a constituírem suas carreiras no jornalismo, pois as suas colunas geralmente apresentavam informações acerca das vidas profissionais das suas próprias repórteres e colaboradoras. As mulheres eram incentivadas a cuidar da beleza, especialmente para atrair seus parceiros, a ser elegantes e viajadas. Os homens presentes em suas páginas eram, em sua maioria, personalidades famosas, como atores, cantores e jogadores de futebol, cuja idolatrização era incentivada pela revista: eram homens idealizados e desejados, pela sua

[4] A revista Cruzeiro procurava dar destaque ao fotojornalismo e à matérias jornalísticas com temas nacionais e estrangeiros, e seu publico alvo dizia respeito a "todas as classes sociais", como exemplificam Baptista e Abreu (2010, p. 05-09), "[...] mulheres e homens, idosos e adolescentes, moradores de grandes e pequenas cidades, circulavam do Sul ao Norte do país [...]".

[5] O AI-5 foi o decreto assinado pelo presidente Arthur Costa e Silva em 1968, e se sobrepôs à constituição de 1967, conferindo poderes ao chefe do Executivo. O decreto estabeleceu que os direitos políticos de qualquer cidadão estariam suspensos por dez anos caso houvesse manifestação contra o regime Militar. (Disponível em: <http://www.historiabrasileira.com/ditadura-militar/ai-5/>. Acesso em: 29 de novembro de 2013.

[6] Ao longo do conteúdo da revista havia um trocadilho entre o seu título Nova Cosmopolitan e a maneira como a publicação referenciava as suas leitoras como sendo a "Nova" mulher, no singular, referindo-se diretamente a cada mulher que a lesse.

fama, alto poder aquisitivo e "carisma". Estes homens se distinguiam dos parceiros das leitoras, os quais eram mencionados nos artigos que falavam sobre comportamento, e eram descritos como homens com fobia a relacionamentos sérios e que preferiam apenas um entretenimento passageiro com as mulheres. Era necessário utilizar todo o aparato de sedução proposto pela revista, para que as mulheres pudessem mantê-los em um relacionamento duradouro.

A Playboy desenvolveu ao longo da década de 1970 um conteúdo permeado por assuntos que diziam respeito principalmente ao mundo dos homens solteiros, mas também dos casados, pois mostrava nas suas colunas sobre sexo e relacionamentos como esses homens podiam driblar suas inseguranças para conquistar as mulheres. A revista trazia dicas e novidades em suas colunas e insistia que os homens deveriam ser másculos[7], ou seja, deviam gostar de mulheres e desejar obter sucesso de maneira geral: no financeiro e no profissional, bem como obter beleza, elegância e conhecimentos.

Para compreendermos como as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy construíram identidades femininas e masculinas nas suas páginas, procuramos analisar os seus discursos, levando em conta as construções de gênero como categoria de análise. A historiadora Joana Maria Pedro realizou um estudo acerca das publicações no cenário internacional e brasileiro sobre as categorias de análise, como gênero, mulher, mulheres e sexo, no seu artigo intitulado "Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica". O levantamento de Joana Maria Pedro mostra como surgiu a categoria gênero dentro dos debates feministas e sua apropriação pela academia.

A utilização da palavra gênero ocorreu primeiramente dentro dos movimentos feministas, de mulheres, gays e lésbicas, nos anos 1980, através dos debates travados nos encontros dos grupos que buscavam a compreensão do porque da subordinação das mulheres, e fez parte da luta desses grupos por direitos humanos e civis, assim como a luta por igualdade (PEDRO, 2005, p. 78-79). A autora explica a apropriação da palavra gênero dentro dos movimentos feministas:

> E era justamente pelo fato de que as palavras na maioria das línguas têm gênero mas não têm sexo, que os movimentos feministas e de mulheres, nos anos oitenta, passaram a usar esta palavra "gênero" no lugar de "sexo". Buscavam, desta forma, reforçar a idéia de que as diferenças que se

[7] A Playboy também construía trocadilhos entre seu título e a maneira como chamava seus leitores. Num primeiro momento, quando a edição brasileira recebia o nome de A Revista do Homem, dirigia-se ao leitor como "homem", como por exemplo na coluna denominada De Homem para Homem. Num segundo momento, ao incorporar seu título original, referia-se ao leitor como o "playboy", expressão que adotamos ao longo do texto e no plural para nos referirmos à identidade masculina construída pela revista.

> constatavam nos comportamentos de homens e mulheres não eram dependentes do "sexo" como questão biológica, mas sim eram definidos pelo "gênero" e, portanto, ligadas à cultura. (PEDRO, 2005, p. 78).

As feministas americanas empregaram o termo "gênero" para indicar o caráter social das distinções que se baseavam no sexo, desta maneira essa palavra condizia com uma rejeição do determinismo biológico que estava implícito nas palavras e expressões como "sexo" e "diferença sexual" (SCOTT, 1995, p. 72). De acordo com Joan Scott, as feministas começaram a empregar a palavra gênero em um sentido mais literal, pois estavam se referindo à "[...] organização social da relação entre os sexos" (SCOTT, 1995, p. 72).

Bila Sorj, que reflete sobre as afinidades entre as concepções formuladas pelo feminismo e as teorias modernas e as pós-modernas, explica que o movimento feminista pós anos 1960 não tinha a intenção de insistir na existência de uma única identidade coletiva para as mulheres unindo-as sob o mesmo discurso. A reflexão acadêmica que se desenvolveu em proximidade com o movimento feminista teve como motivação reestruturar a tradição das Ciências Sociais e produzir um projeto de emancipação das mulheres (SORJ, 1992, p. 16).

Inicialmente, na história em diálogo com os movimentos feministas, assim como em outras áreas de conhecimento, a categoria utilizada para análise era a categoria mulher, que visava integrar a presença das mulheres na história da humanidade. Quando os pesquisadores passaram a perceber a diferença que existia no interior da categoria mulher, a palavra "mulheres" passou a ser adotada (PEDRO, 2005, p. 83). Entretanto, não se trata de uma evolução, da categoria mulher para mulheres e depois para gênero, pois segundo Pedro:

> [...] o fato de várias historiadoras passarem a usar a categoria "mulheres", não significa que "mulher" não continue sendo usada, seja nas narrativas históricas, seja em movimentos sociais. Vale dizer: quero deixar claro que as categorias que estou historicizando não formam uma evolução na direção da categoria "mais correta" (PEDRO, 2005, p. 84-85).

Desta forma, de acordo com Joan Scott (1995, p. 75), o termo "gênero" tem sido empregado como sinônimo de "mulheres", pois "gênero" possui uma conotação mais objetiva e neutra do que "mulheres" e, portanto, sugere a erudição e se ajusta melhor à terminologia científica das ciências sociais. Abraçamos, então, a definição de gênero enquanto categoria analítica de Joan Scott que afirma que "[...] o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder [...]" (SCOTT, 1995, p. 86). Por conseguinte, Scott propõe quatro elementos para pensarmos o gênero nas relações sociais e institucionais, que se relacionam entre si, o primeiro diz respeito aos símbolos culturais que evocam representações

simbólicas; o segundo tem relação com os conceitos normativos – das doutrinas religiosas, científicas, políticas ou jurídicas – que expressam as interpretações dos significados dos símbolos que limitam as possibilidades metafóricas na oposição binária fixa dos significados de masculino e de feminino; o terceiro é o rompimento dessa noção de fixidez, através de uma análise que inclua uma concepção de política, uma referência às instituições e à organização social; e o quarto aspecto de gênero é a identidade subjetiva, pois os homens e as mulheres não cumprem necessariamente os termos prescritos pela sociedade ou pela própria categoria analítica dos historiadores, mas é necessário analisar como são construídas as identidades "generificadas", relacionando-as com as "[...] representações sociais historicamente específicas [...] (SCOTT, 1995, p. 86-88).

De acordo com Pedro, esta definição de gênero não diz respeito a diferenças consideradas naturais entre homens e mulheres, mas é referente a um conhecimento que articula significados para as diferenças entre os sexos (PEDRO, 2005, p. 86-87). A intenção de Joan Scott, portanto, era, assim como nos movimentos feministas, apontar as desigualdades de poder entre mulheres e homens através de uma análise que abarcasse as hierarquias de gênero. Na segunda parte de sua proposição sobre o conceito de gênero, Scott explica:

> [...]. Estabelecidos como um conjunto objetivo de referências, os conceitos de gênero estruturam a percepção e a organização concreta e simbólica de toda a vida social. Na medida em que essas referências estabelecem distribuições de poder (um controle ou um acesso diferencial aos recursos materiais e simbólicos), o gênero torna-se implicado na concepção e na construção do próprio poder. [...]. (SCOTT, 1995, p. 88).

As mudanças na distribuição de poder entre os gêneros estavam perceptíveis nos discursos das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy, pois elas consideravam que as mulheres de classe média estavam adentrando o mercado de trabalho e conquistando novos espaços no ambiente público, que até pouco tempo eram destinados apenas aos homens, possibilitando-lhes um maior acesso ao poder aquisitivo e simbólico. Por outro lado, as revistas mostravam que a relação masculina com o ambiente privado também estava se modificando, uma vez que, com a mudança nos relacionamentos amorosos, os homens solteiros passavam a morar sozinhos. De acordo com Joan Scott:

> [...] Essas interpretações estão baseadas na idéia de que as linguagens conceituais empregam a diferenciação para estabelecer o significado e que a diferença sexual é uma forma primária de dar significado à diferenciação. O gênero, então, fornece um meio de decodificar o significado e de compreender as complexas conexões entre várias formas de interação humana. [...]. (SCOTT, 1995, p. 89).

Através da perspectiva de gênero de Scott, procuramos perceber nas análises das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy, como seus editores e colaboradores construíram discursos que conferiam significados às práticas de homens e mulheres, como, por exemplo, quando determinavam ou reivindicavam suas funções nos ambientes público e privado, e quando procuravam tratar de assuntos concernentes aos enfretamentos cotidianos de homens e mulheres, como, por exemplo, em relação aos relacionamentos sexuais e amorosos e às carreiras profissionais. Desta maneira, as revistas Nova e Playboy traziam informações para acatar a demanda do público alvo de cada uma das revistas – masculino e feminino –, que diziam respeito a esferas de interesse específicas em cada uma das revistas e condiziam com as regras das relações sociais legitimadas pelos saberes de especialistas das mais diversas áreas científicas.

Os conteúdos das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy dos anos 1970 criavam um mundo de fantasia e idealizações para as suas leitoras e leitores. Mantinham, contudo, um tom realista, pois procuravam sanar as dúvidas e anseios de mulheres e homens em relação ao trabalho e aos seus relacionamentos, através de dicas práticas de comportamento. Procuramos, então, compreender, não a forma como as revistas Nova e Playboy criaram identificações para seus leitores e leitoras, mas como essas revistas posicionaram as identidades de gênero nos seus discursos.

A nossa definição da categoria identidades parte do pensamento de Stuart Hall (2005, p. 10), que postulou três concepções de identidades: a do sujeito do iluminismo, a do sujeito sociológico e a do sujeito pós-moderno. Para Hall (2005, p. 07) as identidades que estabilizavam o mundo social encontravam-se em declínio, tornando um sujeito que tradicionalmente era visto como unificado, em fragmento devido às mudanças nos processos centrais das sociedades modernas, que modificaram a noção de estabilidade do mundo social (HALL, 2005, p. 07). Esse processo de mudança foi denominado pelo autor de "crise da identidade" e foi a partir dela que compreendemos a noção de identidades deslocadas que, por conseguinte, nos ampara na compreensão das mudanças nas identidades representadas nos discursos da Nova Cosmopolitan e da Playboy. A concepção de sujeito pós-moderno de Hall é imprescindível para nossas análises, pois os discursos das revistas investiram sobre os corpos dos sujeitos, e podem ter suscitado identificações nos seus leitores e leitoras.

Segundo Hall (2005, p. 08) as identidades modernas se encontram num processo de deslocamento, estão se fragmentando através das transformações que passaram a modificar as sociedades modernas no final do século XX, abrangendo os setores culturais de classe, raça, etnia, nacionalidade, sexualidade e gênero. Ocorre, assim, uma modificação das identidades

pessoais, ocasionando a perda de um "sentido de si", pois há o questionamento da idéia de "sujeitos integrados" que corresponde ao deslocamento do sujeito (HALL, 2005, p. 09). Esse deslocamento, que ocorre em relação ao lugar dos indivíduos no mundo social e cultural, e em relação a si mesmos, constitui uma "crise de identidade". Por conseguinte, buscamos inferir o processo de deslocamento das identidades masculinas e femininas que estavam em transformação no Brasil, pois as mulheres estavam adentrando o mercado de trabalho e conquistando, através do movimento feminista, seus direitos à igualdade social.

De acordo com Cynthia Sarti (2004, p. 36-37), que discorre sobre o feminismo nos anos 1970 no Brasil, o movimento feminista militante brasileiro surgiu como consequência da resistência e contestação à ordem política instituída desde o golpe militar de 1964, bem como das mudanças na situação das mulheres, que tiveram início com a modernização do país, a partir dos anos 1960, e colocaram em questão a hierarquia de gênero tradicional. Conforme coloca Sarti:

> [...], ressaltar a particularidade da articulação da experiência feminista brasileira com o momento histórico e político no qual se desenvolveu é uma das formas de pensar o legado desse movimento social, que [...] Causou impacto tanto no plano das instituições sociais e políticas, como nos costumes e hábitos cotidianos, ao ampliar definitivamente o espaço de atuação pública da mulher, com repercussões em toda a sociedade brasileira. (SARTI, 2004, p. 36).

Portanto, o cenário político brasileiro dos anos 1970 promovia diversas mudanças no comportamento de mulheres e homens, bem como na maneira como eles percebiam seus lugares na sociedade, e contribuiu para o deslocamento das identidades de gênero, que podemos perceber nos discursos das revistas Nova e Playboy.

As sociedades da modernidade tardia produzem uma grande variedade de identidades para os indivíduos, porque são transpassadas por diversos antagonismos e divisões sociais. Entretanto, as identidades estão sempre abertas, devido à articulação entre os diferentes elementos e identidades das sociedades (HALL., 2005, p. 17). As revistas Nova Cosmopolitan e Playboy faziam parte de um contexto social, político e cultural de mudanças, e eram responsáveis por questionar as identidades tradicionais da família patriarcal, e construir novas identidades, que como o sujeito pós-moderno de Hall, eram deslocadas e contraditórias, para os seus leitores e leitoras. O movimento feminista foi responsável por influenciar essas revistas, pois produzia mudanças em termos de identidades quando discursava sobre os homens e as mulheres solteiros e os relacionamentos que ocorriam fora do casamento e da família nuclear. De acordo com Cynthia Sarti:

> A presença das mulheres na luta armada, no Brasil dos anos 1960 e 1970 implicava não apenas se insurgir contra a ordem política vigente, mas representou uma profunda transgressão ao que era designado à época como próprio das mulheres. Sem uma proposta feminista deliberada, as militantes negavam o lugar tradicionalmente atribuído à mulher ao assumirem um comportamento sexual que punha em questão a virgindade e a instituição do casamento [...]. (SARTI, 2004, p. 37).

As contradições nas identidades das revistas são evidentes nas falas dos seus colaboradores e colaboradoras, que procuravam estabelecer normas de conduta partindo de uma moral mais tradicional e, por outro lado, exploravam o discurso sobre a liberação sexual, para os homens e as mulheres.

No artigo intitulado "O mundo como representação", Chartier (1991, p. 177) propõe que a pesquisa histórica decifre as sociedades através da análise de um acontecimento ou conjunto de práticas específicas que produzem tensões e relações, através do entendimento de que não há prática ou estrutura que não sejam produzidas por representações. Essas representações podem ser contraditórias e entrar em confronto, mas é através delas que os indivíduos dão sentido ao seu mundo.

A noção de representação coletiva de Chartier,

> [...] autoriza a articular [...] três modalidades de relação com o mundo social: de início, o trabalho de classificação e de recorte que produz configurações intelectuais múltiplas pelas quais a realidade é contraditoriamente construída [...]; em seguida, as práticas que visam a fazer reconhecer uma identidade social [...]; enfim, as formas institucionalizadas e objetivadas em virtude das quais "representantes" [...] marcam de modo visível e perpétuo a existência do grupo, da comunidade ou da classe. (CHARTIER, 1991, p. 183).

Em sua obra A história ou a leitura do tempo, Chartier (2009, p. 50) explica que as representações coletivas são incorporadas pelos indivíduos tomando a forma de "esquemas de classificação e juízo", que são as divisões estabelecidas no mundo social. Elas são responsáveis por transmitir as diferentes formas de exibição da identidade social, de acordo com os signos, as condutas e os ritos que as tornam visíveis. A autoridade de um poder, assim como a dominação de um grupo, é definida através do crédito dado às representações simbólicas que esses grupos estabelecem de si mesmos (CHARTIER, 2009, p. 50). Desta maneira, as identidades tomaram forma, tornaram-se visíveis, na Nova e na Playboy por meio das representações coletivas construídas pelo corpo editorial de cada uma das revistas. Neste processo, os(as) seus(suas) jornalistas e colaboradores(as) procuravam dar significado às

próprias experiências, porém levavam em consideração o posicionamento político e os interesses da Editora Abril.

Michel Foucault (1996) em "A ordem do discurso", afirma nas sociedades, a produção do discurso é controlada e organizada por determinados procedimentos que visam evitar ou dominar seus poderes e "perigos". Existem interdições que se cruzam, reforçam-se e se compensam, formando uma grade complexa. Para Foucault as regiões onde essa grade é mais cerrada são as da sexualidade e as da política, e o discurso é um dos lugares onde elas exercem alguns de seus "terríveis" poderes. As interdições do discurso revelam a sua ligação com o desejo e o poder. Assim, entendemos através de Foucault que o discurso é o próprio poder do qual queremos nos apropriar, e não apenas o veículo dos sistemas de dominação e das lutas (FOUCAULT, 1996, p. 09-10).

Eni Orlandi (1983), que estudou a teoria de análise do discurso, estipulou uma tipologia que pode ser aplicada na análise do discurso, pois para ela, toda análise supõe uma tipologia e é tarefa do analista de discurso explicitar de qual tipo é constituído seu objeto de pesquisa, desta maneira, a própria análise pode ser vista como discurso (ORLANDI, 1983, p. 193).

O discurso é entendido por Orlandi (1983) como "linguagem em interação", ou seja "[...], é aquele em que se considera que a relação estabelecida pelos interlocutores, assim como o contexto, são constitutivos de significação" (ORLANDI, 1983, p. 146). O discurso resulta, então, de um funcionamento discursivo da atividade que ocorre através de um falante ou locutor para um interlocutor, e que se dá com objetivos específicos (ORLANDI, 1983, p. 141). Em Foucault (1996) é desenvolvido o conceito de autor, enquanto Orlandi faz menção ao agentes que desencadeiam o discurso, classificados pela autora como interlocutores, que não são a única fonte da constituição do seu discurso, pois este é formado também pelos discursos prévios a ele. O discurso é considerado como fenômeno social, e são as formações discursivas que determinam o que pode ser dito partindo de uma posição e contexto específicos (ORLANDI, 1983, p. 146). Os agentes que formavam os discursos da Nova Cosmopolitan e da Playboy eram os corpos editoriais, com seus colaboradores, editores, redatores, jornalistas e fotógrafos, assim como os especialistas de diversas áreas do conhecimento científico; e os seus respectivos públicos alvos: mulheres e homens de classe média brasileiros. Podemos numerar, ao longo de nossa análise, diversos objetivos para a criação dos discursos dessas revistas, mas primeiramente ao se lançarem no mercado brasileiro, as revistas procuravam atender a uma demanda de informações sobre

comportamento e sexualidade, para uma sociedade que estava se modificando e transformando as suas identidades de gênero.

Quando Orlandi (1983, p. 140-141) constituiu a sua tipologia para classificar os discursos, levou em consideração alguns fatores os quais a análise tipológica deveria dar conta, como a relação entre linguagem e contexto nos sentidos de instanciação da linguagem e de determinações histórico-sociais. Essa tipologia deveria também voltar o seu olhar para formas e sentidos diferentes, ou seja, ter como características a interação entre os interlocutores e o grau de polissemia que é atribuído a cada tipologia.

A tipologia proposta por Orlandi possui uma função metodológica indispensável para que possamos sistematizar a análise dos discursos das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy, pois nos permite pensar os discursos como interação (ORLANDI, 1983, p. 147). De acordo com Orlandi (1983, p. 209): "[...] as tipologias, elas mesmas, têm uma generalidade relativa e o que conta em seu estabelecimento e sua *aplicação* é o objetivo da análise em relação à natureza do texto". A tipologia proposta por Orlandi classifica os discursos em três tipos através da interação, que diz respeito à maneira como os interlocutores se relacionam, como se levam em conta; e da polissemia, que é a maneira como os interlocutores se relacionam com o objeto do discurso, havendo maior ou menor polissemia; assim temos os discursos lúdico, polêmico e autoritário (ORLANDI, 1983, p.142).

O discurso lúdico é aquele no qual os interlocutores trocam o tempo todo de papel, ou seja, possui reversibilidade e o objeto do discurso é como está apresentado na interlocução, havendo a polissemia aberta, seria o uso da linguagem pelo prazer e o oposto da linguagem voltada para fins práticos, assim sua função poética é mais importante que a função referencial. O discurso polêmico se caracteriza por ser reversível apenas em determinadas condições, pois os seus participantes procuram dar uma direção para o objeto do discurso, a polissemia acaba sendo controlada, sua referencia é respeitada e a verdade é disputada pelos interlocutores. Por fim, o discurso autoritário ocorre quando a reversibilidade não acontece, ou seja, apenas um dos interlocutores detém a palavra, e o objeto do discurso fica oculto pelo dizer, aonde a polissemia é contida, a referência é controlada pelo locutor e a sua verdade é imposta (ORLANDI, 1983, p. 142-143).

A interpretação da tipologia não pode ser considerada como uma forma automática ou auto-evidente, pois ao aplicarmos uma tipologia na análise de um discurso, os seus resultados devem ser relacionados ao contexto sócio-histórico do objeto da análise (ORLANDI, 1983, p. 209). Os tipos são produtos históricos, isso porque eles são a cristalização do processo discursivo, que é sempre dinâmico. Todo discurso deve, ainda, ser relacionado a uma

formação ideológica, pois existe uma relação necessária entre ideologia e discurso (ORLANDI, 1983, p. 199).

Entretanto, os tipos de discurso não existem em uma forma pura, pois há uma mistura de tipos em cada discurso e um jogo de dominância entre eles, de maneira que a noção de tipo para Orlandi (1983, p. 144) não é estagnada ou endurecida categoricamente. Não há tipos de discurso que sejam puros, o que ocorre é uma relação de cruzamentos entre os discursos, que Orlandi (1983, p. 210) chama de "processo de metacomunicação", pois os discursos acabam por se sustentar uns aos outros e compartilham as marcas formais.

Os discursos tendem para uma determinada forma típica, pois existe uma dominância de um de seus fatores em dadas condições de produção (ORLANDI, 1983, p. 211). Ao analisarmos um discurso devemos explicitar a dominância de seus traços e propriedades que definem a configuração de um tipo, que é produto histórico. Orlandi (1983, p. 212) elabora a sua concepção das tipologias como "[...] diferentes formas de considerar, ou de incorporar, as diferentes noções de contexto em suas diversidades".

Assim, ao realizarmos as análises das revistas Playboy e Nova Cosmopolitan, percebemos que seus discursos podem ser classificados como polêmicos, pois seus conteúdos não são impostos, mas resultavam de uma demanda social de informações acerca das práticas de homens e mulheres, e por isso havia em algumas edições analisadas de cada uma das revistas, artigos dedicados a expor e até responder as cartas dos seus leitores e leitoras, e na Nova temos um artigo "escrito" por uma leitora a convite da diretora da redação, Fatima Ali, como veremos no decorrer da pesquisa. Mas os discursos das revistas eram também autoritários, pois a referência constituía uma parte importante na elaboração dos seus conteúdos, com os grandes nomes de especialistas que legitimavam os saberes dos discursos, conferindo-lhes uma veracidade científica.

Para Heloisa Cruz e Maria Peixoto (2007) a imprensa aparece como fonte e também como objeto de pesquisa. Jaques Le Goff (1996, p. 545) explica que todo documento deve ser tomado como monumento, pois somente assim o historiador pode utilizá-lo cientificamente para recuperá-lo: "[...] O documento não é qualquer coisa que fica por conta do passado, é um produto da sociedade que o fabricou segundo as relações de forças que aí detinham o poder [...]". (LE GOFF, 1996, p. 545). Desta maneira, devemos pensar sua inserção histórica enquanto ingrediente desse processo e não apenas como registro dos acontecimentos.

Para tratarmos uma revista como fonte histórica é necessário que haja um tratamento teórico e metodológico para tanto. Desta maneira, compreendermos a imprensa como "linguagem constitutiva do social", pois requer que a analisemos na sua relação com a

sociedade, bem como seus movimentos de instituição do social (CRUZ e PEIXOTO, 2007, p. 260). É importante que superemos a ideologia da objetividade e da neutralidade da imprensa, pois ela é construída historicamente, tecendo relações sociais com o mundo a sua volta. Devemos, em nossa prática de pesquisa levar em conta que a imprensa e a mídia mobilizam opiniões, demarcam temas e espaços, produzindo consensos, a imprensa não somente "[...] assimila interesses e projetos de diferentes forças sociais, mas [...] é, ela mesma, espaço privilegiado da articulação desses projetos" (CRUZ e PEIXOTO, 2007, p. 260-261).

A Playboy foi lançada no Brasil em julho de 1975, como publicação mensal com o título A Revista do Homem, o qual perdurou até 1978. Possivelmente seu título foi modificado pela censura do Regime Militar. O nome original, *Playboy*, faz referência ao termo que surgiu nos Estados Unidos na década de 1950 e dizia respeito a um estilo de vida adotado por homens ricos que mantinham vida social intensa e relacionavam-se com diversas mulheres, o que representava um sinal de *status* social. Portanto, acreditamos que Hugh Hefner criou a revista em 1953 para trazer informações que condiziam com as identidades desses homens de *status*, ou "playboys", e que transformassem os leitores em homens mais interessantes, com facilidade para conquistar as mulheres, representando assim os homens que procuravam o prazer como estilo de vida. A revista Nova Cosmopolitan passou a ser publicada no Brasil em setembro de 1973 e embora a sua versão americana levasse o título *Cosmopolitan*, a editora Abril procurou um nome em português para a publicação, assim, a palavra "Nova" recebeu um destaque muito maior do que "Cosmopolitan".

Selecionamos algumas edições da década de 1970, pois nosso objetivo era desenvolver uma análise qualitativa com uma edição por ano da Playboy e da Nova Cosmopolitan, entretanto, não foi possível encontrarmos uma Nova Cosmopolitan de 1975 e, por outro lado, adquirimos duas Playboys do ano de 1978 e duas Novas Cosmopolitans de 1979. Os exemplares analisados encontram-se relacionados no quadro abaixo:

Ano de Publicação	**Mês de publicação**	**Nova Cosmopolitan**	**Playboy**
1973	Dezembro	n. 03	
1974	Fevereiro	n. 05	
1975	Novembro		n. 04
1976	Março		n. 08
	Junho	n. 33	
1977	Outubro	n. 49	

	Agosto		n. 25
1978	Maio		n. 34
	Novembro		n. 40
	Dezembro	n. 63	
1979	Janeiro	n. 64	
	Março		n. 44
	Julho	n. 70	

QUADRO 1. Relação das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy analisadas

As capas da Nova Cosmopolitan possuíam um padrão constante ao longo da década de 1970. Havia a fotografia de uma mulher em primeiro plano, vista apenas da cintura ou quadril para cima, trazendo maquiagem e cabelos produzidos, roupas e acessórios combinando com a cor de fundo. Isto nos mostra que as edições desta década possuíam um estilo conservador e estável, em relação a sua construção formal. Os modelos masculinos não apareciam em momento algum nas imagens de capa da Nova Cosmopolitan, pois a imagem feminina era a principal ferramenta para a representação das identidades femininas. A revista procurava trazer em suas capas a imagem de mulheres que poderiam ser identificadas como uma amigas confidentes das suas leitoras, inspirando-lhes confiança por apresentar essa imagem sempre da mesma maneira. Os seus sumários também seguiam um padrão, traziam algumas colunas fixas e artigos diversificados.

Por sua vez, as capas da Playboy não seguiam um padrão fixo. A fotografia que ilustrava a capa mudava seu padrão ao longo das publicações, apresentando desde a imagem aproximada e em primeiro plano do rosto de uma mulher até mulheres de corpo inteiro seminuas. A imagem masculina aparecia nas capas de algumas edições sempre acompanhadas da modelo feminina, sendo figuras secundárias, pois as mulheres ocupavam o centro das composições fotográficas. Ao contrário da Nova Cosmopolitan que buscava construir uma figura feminina com a qual as leitoras pudessem se identificar, o objetivo das capas da Playboy eram outros, afinal era o corpo feminino erotizado que possuía destaque, pois era o principal atrativo da revista. Possivelmente a figura masculina em segundo plano tinha a função de criar uma figura com quem o seu público alvo criasse identificação, embora fosse uma figura masculina sempre acompanhada de uma mulher.

As composições dos editoriais fotográficos das mulheres seminuas na Playboy traziam as características e peculiaridades das modelos, representando mulheres idealizadas pelos

editores. Dentre os atributos que essas mulheres recebiam ao posar para as páginas da revista, podemos nomear: personalidades aventureiras, independência, ousadia e o gosto pelo ato sexual.

Os seus sumários em preto e branco mudaram de padrão em 1977, ganhando fotografias e cores e passando a se dividir em categorias, o que não ocorria anteriormente. Percebemos que com a evolução da fotografia e com sua maior acessibilidade, a revista aprimorava seu conteúdo no decorrer da década de 1970, e em especial, suas fotografias, que aumentavam em número na revista e apareciam, com maior freqüência e coloridas.

Nas páginas das revistas havia a presença de imagens fotográficas femininas e masculinas que exploravam a beleza e sensualidade dos corpos. Na revista Nova Cosmopolitan dos anos 1970 foram registradas imagens de mulheres sensuais e algumas vezes, seminuas, assim como homens que apareciam algumas vezes sem camisa. Na Playboy vemos mulheres seminuas e também homens, mas estes estavam geralmente, vestidos ou sem camisa em roupas de ginástica. Esses modelos que apareciam nas páginas das duas revistas enquadravam-se em um padrão estético, que dizia respeito ao corpo magro, jovem e branco e que eram representados, geralmente por modelos e personalidades famosas da época.

Buscamos no meio acadêmico alguns trabalhos que utilizaram como fontes as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy. Um deles é a dissertação de Carolina Becker (2008). Lamounier (2008) que realizou levantamentos à respeito da Revista Nova Cosmopolitan e que traz afirmações de que a revista foi lançada no Brasil em setembro de 1973 pela Editora Abril S.A.. Este periódico apresentava uma demanda social de informação sobre sexo para um publico feminino.

Para Lamounier (2008) a revista exerceu um papel importante na época em que foi lançada no Brasil, por ultrapassar determinados parâmetros sexuais e abordar a questão do sexo de maneira direta. Não há como averiguarmos a veracidade dessa constatação, pois para tanto, necessitaríamos comparar a Nova Cosmopolitan com todas as outras revistas publicadas nos anos 1970. Mas constatamos através das nossas análises que na edição número 64 de janeiro de 1979, a revista faz alusão ao seu sucesso de vendas, Fátima Ali, diretora de redação, afirmou que a revista possuía 540 mil leitoras[8] em média. Na década de 1970 era sempre um texto seu que introduzia a edição da revista, falando sobre o conteúdo daquele número. Um dos temas que muito apareceu nos textos de Fátima Ali, mais do que a temática

[8] No texto Fátima Ali aponta que a Nova Cosmopolitan terminou o ano de 1978 vendendo mais de 200 mil exemplares, e que em média, cada exemplar era lido por 3 leitoras, chegando a um total de 540 mil leitoras.

do sexo, foi a carreira de repórter, especialmente repórteres mulheres e o espaço que estavam ganhando no mercado de trabalho.

Em sua dissertação Iria Baptista (2007) analisou a construção da figura feminina nas capas da Nova Cosmopolitan e da Playboy, no princípio do século XXI, e procurou compreender se a imagem constante nas capas das revistas construíam a identidade feminina e alguns valores culturais para o público brasileiro; nossa pesquisa, por outro lado, propõe fazer uma análise qualitativa das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy da década de 1970 na intenção de compreendermos como as revistas representaram identidades masculinas e femininas que estavam se modificando através das conquistas do movimento feminista.

Baptista (2007) nos diz que a revista Nova Cosmopolitan integra o Núcleo Comportamento da Editora Abril e é voltada para o público feminino, solteiro, com idade entre 20 e 35 anos[9]. Apesar de na edição número 63 de dezembro de 1978 a própria diretora da revista, Fátima Ali apontar que as artistas em evidência no país possuíam de 30 a 40 anos, as modelos que estampavam as suas páginas eram geralmente jovens na faixa dos 20 e 30 anos. Percebemos que a Nova Cosmopolitan dos anos 1970 trazia informações para mulheres tanto casadas como solteiras, ambas com carreiras profissionais, entre 20 e 40 anos. Possivelmente a revista considerava que a maioria das mulheres acima desta faixa etária deveriam ser casadas e, portanto, possíveis donas de casa com hábitos mais arraigados na tradicional família patriarcal, na qual o marido era o único provedor responsável pelo lar, ou seja, mulheres que não necessitavam arriscar-se no mercado de trabalho, desta maneira elas deixavam de ser consideradas como público promissor pela revista. Há que se levar em conta também o fator biológico, pois as concepções da beleza jovem apropriadas nas páginas da Nova naquele momento condiziam com o momento mais fértil das mulheres, no qual elas possuíam uma vida sexual ativa e se deparavam com situações e dilemas próprios de mulheres mais jovens, vivenciando seus relacionamentos amorosos e a construção das suas carreiras.

Dolores Galindo (2009) analisou vinte e quatro exemplares da revista Nova Cosmopolitan publicados no período de comemoração de 25 anos do periódico no país entre 1997 e 1998, e constatou que as edições da *Cosmopolitan* publicadas em diversos países, procuravam seguir um padrão, pois as suas matérias conservavam o estilo associado às idéias de modernidade e emancipação feminina.

Embora a autora defenda que a Nova é uma revista de comportamento que contém novidades que dizem respeito principalmente ao aumento do prazer sexual, constatamos,

[9] Especula-se que na década de 1970 a destinação da revista fosse para uma faixa etária diferenciada com relação aos dias atuais.

através de nossa análise dos exemplares da década de 1970 no Brasil, que a revista era composta sim, principalmente de artigos sobre comportamentos, mas a intencionalidade da revista naquele momento não era falar sobre o aumento do prazer sexual das mulheres, mas sim desmistificar tabus sexuais e estabelecer parâmetros de normalidade para o comportamento sexual destas mulheres através do suporte científico de especialistas no assunto, como médicos, psiquiatras e psicólogos (GALINDO 2009).

Sobre a revista *Playboy* Baptista (2007), através da sua pesquisa, nos diz que foi criada em 1953 por Hugh Hefner, com a atriz Mariliyn Monroe na capa da primeira edição norte-americana. Possui como alvo o público masculino e tem como diferencial o fato de publicar fotos de mulheres totalmente nuas, além de entrevistas e reportagens de interesse do "mundo masculino". Notamos, entretanto, que na Playboy brasileira da década de 1970 a nudez não era tão evidente, pois a revista não mostrava a genitália das modelos nesse período, e os ensaios fotográficos com as mulheres nuas ocupavam um pequeno espaço dentro do seu conteúdo. Constatamos que no Brasil, nos anos 1970 o seu diferencial não era, necessariamente, as mulheres nuas, mas todo o seu conteúdo diversificado voltado para os homens.

De acordo com Baptista (2007), a revista Playboy pertence ao Núcleo Homem da editora Abril e é voltada para o público masculino adulto, solteiro ou casado, com idade entre 18 e 50 anos. Não podemos discordar da constatação da autora, porém acreditamos que a Playboy dos anos 1970 era voltada para uma faixa etária bastante abrangente em comparação com a Nova, pois o seu conteúdo era direcionado tanto para homens jovens e solteiros, como para homens casados e mais velhos, por considerar que estes homens em diferentes momentos da vida pudessem encontrar os mesmo interesses em suas páginas, em especial as mulheres jovens que posavam seminuas.

O trabalho de Raquel Miguel (2008), traz discussões metodológicas de análise das fontes relevantes para a nossa pesquisa. A autora investiga em sua tese de doutorado, através da revista Capricho dos anos 1950 e 1960 e das entrevistas com três leitoras da época, a mudança de hábitos e costumes, bem como a subjetividade das mulheres que viveram no período. Para tanto analisou as fotonovelas, e a possibilidade que a publicidade abre para a análise das identidades sociais que foram assumidas por homens e mulheres dos anos 50 e 60.

Miguel (2008) fez suas análises baseada nos depoimentos de três leitoras da Capricho dos anos 50 e 60, e nas revistas em si, analisando-as em três momentos: nas fotonovelas, nas imagens que ilustram os anúncios publicitários e nas capas dos exemplares de que ela dispunha. Nossa pesquisa, entretanto, baseia a análise das fontes somente nas revistas Playboy

e Nova Cosmopolitan da década de 1970, mas a maneira como Miguel (2008) realizou seu trabalho metodológico para a análise da revista Capricho ajudou-nos a pensar nas questões metodológicas para o trato de nossas fontes. Assim sendo, analisamos as revistas Nova e Playboy da seguinte maneira: primeiramente as capas e primeiras páginas foram analisadas, para percebermos como as revistas organizaram seus conteúdos e quais eram suas intenções gerais, ou seja, que assuntos elas pretendiam trazer para o seu público alvo. Num segundo momento analisamos algum artigos de ambas as revistas que evidenciam a construção das identidades masculinas e femininas por elas e os anúncios publicitários deram-nos subsídios para entendermos como os homens e mulheres eram representados em anúncios de produtos similares e da mesma empresa.

Levando-se em conta as análises que nos propomos realizar ao longo do presente texto, organizamos a nossa dissertação em três momentos e cada um deles diz respeito a um capítulo. No primeiro procuramos perceber quem eram os sujeitos sociais para os quais as revistas construíam identidades masculinas e femininas, bem como o contexto social em que estavam inseridos. Foi realizada também a análise das capas de ambas as revistas, pois elas não apenas revelavam partes de seus conteúdos, mas apresentavam figuras erotizadas que estabeleciam um padrão de beleza determinado para os corpos femininos e masculinos.

No segundo capítulo apresentamos os sumários de todas as edições que escolhemos como fonte para nossa análise, para percebermos a maneira como as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy organizavam seu conteúdo e quais os assuntos predominavam nas suas seções. Foram analisadas dois artigos que construíam os discursos sobre sexualidade através dos saberes especializados que legitimavam os discursos e procuravam determinar um padrão de normalidade em relação aos comportamentos dos homens e das mulheres. A Nova Cosmopolitan trazia para as "mulheres modernas"[10], colunas com manuais de comportamento sexual. Esses assuntos eram tratados também como diagnósticos de desvios que receitavam as condutas mais adequadas e os especialistas mais indicados para tratarem as anormalidades. A Playboy também apresentava informações sobre comportamento sexual desmistificando os tabus sexuais, ensinado os homens como eles poderiam atingir um maior prazer sexual, e eliminarem através dos especialistas suas inseguranças e medos em relação ao sexo. Por fim, analisamos um anúncio publicitário de cada uma das revistas, da mesma marca, Lycra, sobre produtos similares, roupas de banho.

[10] A Nova Cosmopolitan da década de 1970 referia-se às suas leitoras como "mulheres direitas" ou "mulheres modernas". Quando acontecia o diálogo com as suas leitoras através das colunas e matérias, a revista se referia a cada uma delas no singular, chamando-as de "mulher moderna" ou "direita".

No terceiro capítulo mostramos que as lutas do movimento feminista influenciaram a Nova e a Playboy na representação de novas identidades de gênero descentralizadas. Procuramos evidenciar que os lugares das mulheres e dos homens de acordo com as revistas, estavam se modificando perante a sociedade conforme ocorria uma transformação na relação entre o público e o privado na vida desses indivíduos.

CAPÍTULO 1 – BELEZA E SENSUALIDADE: CORPOS FEMININOS E MASCULINOS NAS CAPAS DA NOVA E DA PLAYBOY

1.1 OS HOMENS E AS MULHERES DOS ANOS 1970

Segundo Chartier (1991, p. 186) os dispositivos formais textuais ou materiais se organizam de acordo com uma representação da diferenciação social, pois inscrevem na suas estruturas as expectativas do público alvo visado, como no caso da nossa análise das revistas Nova Cosmpolitan e Playboy, as quais apresentavam não apenas informações que poderiam interessar seus leitores, mas também buscavam sanar as dúvidas e questionamentos que os homens e as mulheres tinham acerca das suas identidades, em relação às suas práticas sociais. As séries de discurso devem ser compreendidas, então, como inscritas em seus lugares e conforme seus meios de produção, bem como suas condições de possibilidade. Portanto, o primeiro capítulo deste trabalho se detém nas análises que abarcam o mundo social em que estavam inseridas as revistas.

Sabemos que a década de 1970 no Brasil foi marcada pela ditadura militar, com governos autoritários com uma visão conservadora a respeito da organização social das identidades de gênero. De acordo com Mariana Joffily, esses governos defendiam a família tradicional como núcleo forte da sociedade, com relações hierarquizadas entre os membros. Cabia às mulheres as tarefas relacionadas à casa, à educação moral dos filhos e providenciar conforto ao marido (JOFFILY, 2009, p. 78). Entretanto, a abertura política iniciada em 1974 permitiu um gradual afrouxamento da censura sobre as publicações nacionais, e as revistas Nova Cosmpolitan e Playboy procuraram evidenciar nas suas capas e nas suas colunas que seus discursos condiziam com as mudanças que avançavam em direção à liberalização da sexualidade e às mudanças nas relações afetivas.

No período de ditadura militar dos anos 1970, várias mulheres recusaram a identidade que as obrigavam a permanecer no ambiente privado, e ingressaram nas organizações políticas de esquerda, nos movimentos de mulheres, e nos movimentos feministas, de maneira que a repressão política abateu-se sobre elas sem meio termo. Ao lutar ao lado de homens elas tentavam afirmar seu potencial de reflexão e ação política (JOFFILY, 2009, p. 79).

Nesse cenário de mudanças políticas e sociais é que as revistas Nova e Playboy foram importadas para o Brasil e passaram a ser publicadas pela Editora Abril S.A. As revistas construíam seus conteúdos para homens e mulheres que acompanhavam essas mudanças, ou

seja, mulheres que trabalhavam fora de casa e conquistavam sua independência financeira e homens que estivessem em busca de aperfeiçoamento pessoal, em termos financeiros e de sucesso profissional, mas principalmente nos seus relacionamentos.

Cynthia Sarti e Maria de Moraes em 1980, em artigo denominado "Aí a porca torce o rabo", analisaram três revistas femininas publicadas no Brasil: Cláudia, Carícia e Nova Cosmopolitan (SARTI e MORAES, 1980, p. 19). As autoras procuraram enfatizar como essas três revistas posicionavam os lugares dos sujeitos sociais que faziam parte do seu público alvo, e como ocorriam as construções de identidade de gênero em cada uma, desta maneira, no decorrer da análise, as autoras faziam a comparação entre as revistas em questão.

Sarti e Moraes (1980, p. 19) afirmavam que a imprensa que editava as revistas partia da necessidade de se especializar voltando-se para um público especifico – masculino e feminino – e por apresentarem preços quase equivalentes, eram "[...] consumidas por um público semelhante em termos de suas origens de classe". Mas embora as revistas Nova e Playboy fossem oriundas da mesma editora, Abril S.A. seus conteúdos divergiam muito.

As revistas masculinas e femininas eram, de acordo com Sarti e Moraes, cada uma, uma forma de expressão, que manifestava esferas de interesses muito diferentes entre si (1980, p. 19). Afinal, o que diferia e separava os assuntos voltados para as mulheres de classe média dos anos 1970, daqueles voltados para os homens de mesma classe? De acordo com as autoras, as revistas femininas mostravam apenas "coisas de mulher" e matérias alienantes que visavam distrair as mulheres das "misérias do sistema" com futilidades.

Entretanto, acreditamos que, ao passo em que a revista Nova, por exemplo, podia sim, manipular e sugerir interesses considerados "naturalmente femininos" como a beleza, ela trazia também informações para orientar as mulheres que adentravam o mercado de trabalho e exerciam sua sexualidade livremente. Como destacam Sarti e Moraes (1980, p. 20): "[...]. A persuasão coloca exigências precisas e a mais fundamental é a de responder, de alguma maneira, às necessidades daquele que deve ser persuadido". E as necessidades das mulheres e dos homens nos anos 1970 estavam se modificando, não apenas com os avanços tecnológicos do período e com as transformações políticas e culturais, mas também com o deslocamento das identidades de gênero.

Entretanto, para Baptista (2007), o modelo de mulher estampado pela revista é o da mulher liberal, ousada, e aberta para novas aprendizagens sobre sexo. A Nova mostrou que nos anos 1970 as identidades das mulheres estavam se modificando, pois a revista procurava incentivar suas leitoras a se tornarem e ousadas e liberais, embora o sexo fosse considerado

como um meio de melhorar os relacionamentos das mulheres. Ao mesmo tempo, elas deviam perseguir carreiras profissionais de sucesso, como sinônimo de realização feminina.

Apesar de estampar em suas páginas conteúdos voltados principalmente para relacionamentos e comportamento, e de muito falar sobre os cuidados com a beleza do corpo feminino como uma maneira de atrair e "prender" os homens, a Nova Cosmopolitan dos anos 1970 estava empenhada em trazer informações que serviam para enriquecer o repertório das "mulheres modernas", procurava então, incitar-lhes a construir carreira, viajar e estudar no exterior e experimentar vivências que estavam além do casamento e da família patriarcal. Afinal, a Nova projetava para suas leitoras os relacionamentos amorosos que já não diziam respeito necessariamente ao casamento e à família nuclear, pois falava sobre namorados e companheiros – embora citasse os problemas conjugais do casamento vez ou outra –, e dos relacionamentos sexuais como uma maneira de romper os tabus oriundos da "repressão sexual".

A Nova Cosmopolitan tentava, então, assim como as demais revistas femininas, responder sobre as dúvidas e angústias que cercavam a vida das mulheres trabalhadoras dos anos 1970. Concordamos com a consideração de Sarti e Moraes sobre as revistas femininas, que se aplica à Nova:

> [...]: limitadas por uma perspectiva conciliadora em relação aos valores socialmente dominantes, mas obrigadas a levar em conta – ou a tomar como ponto de partida – o nível de expectativa e aspiração de suas leitoras. Não tratam de levantar problemas, muito menos propõem soluções radicais. Afinal, são mercadorias – produtos de uma sociedade que aprisiona corpos (e as cabeças que os compõem) à lógica e à ideologia do capital. Mas não podem ser consideradas como criações "perversas", porque como mercadorias capitalistas são, ao mesmo tempo, valor de uso e valor de troca, encontro que se fixa na expectativa de lucro dos proprietários das editoras e na expectativa de prazer dos leitores. (SARTI e MORAES, 1980, p. 20).

A Nova Cosmopolitan e a Playboy, buscavam estruturar seus discursos com base nos acontecimentos da vida social que, por sua vez, influenciavam o conteúdo e a linguagem dessas revistas. Sarti e Moraes procuraram apontar o público ao qual as revistas de classe média se voltavam, e especialmente quando falavam da revista Cláudia, se referiam ao "lar burguês", repleto de condições materiais que a maioria dos brasileiros não tinha acesso, argumentando que se tratava do lugar aonde as mulheres poderiam desempenhar as tarefas de dona de casa, cuidando do marido e dos filhos. Mas este era espaço privilegiado também dos homens, como pudemos observar na Playboy, que procurou mostrar o lar apropriado aos

homens solteiros, como a reportagem “Sérgio Bernardes bolou o apartamento do homem”, presente na edição número 08 de março de 1976 da Revista do Homem.

Os estudiosos Mirian Goldenberg e Alexandre Werneck (2010) analisaram em seu artigo “O nu em evidência: as formas de legitimação de ‘o corpo’ como capital”, a operação de construção da imagem do corpo feminino na revista Playboy, comparando a *Playboy* francesa após sua mudança editorial e o formato atual da Playboy brasileira. Para Goldenberg e Werneck (2010, p. 130) a revista Playoby contém o índice de um determinado estilo de vida que é propagado nas suas páginas, o qual abarca um “[...] modelo de masculinidade centrado na busca pelo prazer, da negação do princípio puritano de que gozo e sucesso estejam dissociados, seja esse prazer traduzido em uma vida de aventura, de consumo classe A ou de erotismo mais ou menos elegante”. Entretanto, no decorrer de nossa análise, constatamos que não apenas um modelo de masculinidade que foi construído pela Playboy, mas também um modelo de feminilidade, que também buscava o prazer. Porém, a revista não tratava somente da busca pelo prazer, mas também o ofertava, fosse em forma de propagandas de produtos de consumo, ou nas colunas que direcionavam os leitores aos comportamentos sexuais mais adequados ao padrão criado pela revista.

Ao realizarmos a nossa análise pudemos perceber que a Playboy dos anos 1970 possuía colunas que falavam sobre um estilo de vida baseado no prazer. A revista continha diversos assuntos que se relacionavam com os interesses de várias áreas da vida dos seus leitores, como política, futebol, moda, indicação de livros, filmes, músicas e contos; todos os assuntos que eram publicados pela Playboy, exploravam a busca do prazer pessoal nas mais variadas atividades cotidianas, não se tratava assim, somente do prazer sexual.

Dentre as chamadas de capa, havia a referência ao apartamento ideal para os homens que estavam solteiros, evidenciando um estilo de vida que incluía o consumo de bens que proporcionariam o conforto do “lar burguês”. A revista procurava projetar para os seus leitores dicas que os ajudassem a desempenhar tarefas simples da vida doméstica que lhes permitissem desfrutar da vida de solteiros fazendo uso principalmente de produtos e tecnologias inovadoras no mercado, como o novo “apartamento do homem”.

FIGURA 1. Ilustração de Hélio Mário Noguchi

Fonte: A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Abril, março, 1976 -. Mensal

A dicotomia entre público/privado é abordada quando a Revista do Homem entrevista o arquiteto Sérgio Bernardes sobre o projeto do "apartamento do homem" o qual foi inspirado em um "retorno ao útero":

> Por que um retorno ao útero? Ora, porque esse é o ambiente de nossa segurança inicial, onde somos preparados, de dentro para fora, para suportar as pressões de fora para dentro. E no útero, como se sabe, o nosso amortecedor de choques é a água. Transpondo esse conceito para o apartamento, procuramos criar para o homem agredido diariamente pelas leis, pela cidade e pela gravata – uma área de máxima segurança e totalmente aberta para o sonho. [...]. (BERNARDES, 1976, p. 93)

O apartamento projetado por Sérgio Bernardes para a Revista do Homem remetia ao útero, ao feminino, ou seja, tinha a intenção de buscar o conforto do lar e a fuga das pressões cotidianas, representadas na fala do arquiteto pela gravata que fazia alusão às regras da vida pública que aprisionavam os homens, ou seja, limitavam seu espaço de ação. De acordo com Sarti e Moraes (1980, p. 22):

> [...]. A dicotomia do público / privado corta toda a vida social, alimentando nos indivíduos a ilusão de que, apesar do pouco poder de decisão que têm, de fato, o lar é o seu reino. Como se existisse a possibilidade de viver *privadamente* em contraposição às regras do jogo da vida pública; ilusão que ajuda os homens a viverem seus sonhos de onipotência, compensando a subordinação das hierarquias de trabalho com a prática de super-homens dentro de casa, como canta Gilberto Gil.

O apartamento idealizado para os homens permitia que eles vivessem os seus "sonhos de onipotência", principalmente porque era uma idealização que adotava tecnologias e materiais de custo elevado. Os homens solteiros podiam então sonhar com o apartamento ideal, cujo projeto era inspirado em um retorno ao útero. As características femininas que inspiraram o projeto remetiam ao conforto e à segurança da maternidade, através da associação das características que envolviam o sexo feminino com o privado, ou seja, um apartamento que lembrasse um retorno à casa da mãe, ao abrigo do ventre. Ainda que os homens da Playboy fossem solteiros e vivessem sozinhos, podiam encontrar abrigo e segurança em qualidades femininas.

Sarti e Moraes nos dizem que os principais temas das revistas femininas diziam respeito ao "eixo" que englobava o universo feminino, como por exemplo, beleza, sexo, casamento, maternidade, homens, trabalho doméstico e carreira, enquanto os temas ligados aos problemas sociais, como custo de vida e alimentação, política, transporte, violência, dentre outros, estavam praticamente ausentes ou apareciam, como no caso da política, em termos de curiosidade, ou seja, continham informações que visavam apenas acrescentar o repertório das leitoras (1980, p. 24). Apesar de que na Nova Cosmopolitan os temas que abrangiam o casamento, a maternidade e a vida doméstica apareciam em número reduzido nas publicações analisadas em nossa dissertação, pois seus objetivos eram mostrar que as identidades das mulheres estavam se modificando.

Sarti e Moraes, no ano de 1980, falavam da "modernização dos costumes", ou seja, referiam-se ao fato de que as mulheres estavam se incorporando à população ativa economicamente, tornando-se chefes de família e adentrando as universidades (1980, p. 23). Entretanto, esse processo já estava ocorrendo na década de 1970, pois a Nova Cosmopolitan trazia referências que incentivavam as mulheres a se atualizarem, estudarem, viajarem e constituírem carreiras profissionais. Os avanços científicos também contribuíram nas mudanças, principalmente em relação ao casamento e aos relacionamentos amorosos.

O advento dos anticoncepcionais e a questão do divórcio eram assuntos abordados em um momento ou outro pelas revistas Nova e Playboy, e criavam condições para que as identidades de gênero se modificassem junto com a quebra da estrutura da família nuclear. Na

Playboy número 04 de novembro de 1975 temos a reportagem “A nova vasectomia” do médico Euclydes Marques, a qual explica como a cirurgia de vasectomia permitia que os homens também participassem do controle de natalidade – responsabilidade que até então era quase exclusivamente das mulheres de acordo com a reportagem – sem muitas preocupações, pois a cirurgia era agora reversível, permitindo que os homens operados voltassem a ser férteis caso desejassem. Euclydes Marques afirmou na coluna:

> [...]. O exercício da função sexual passou a ser feito com uma tal intensidade e freqüência que acabou transformando em problema a própria procriação. Mais que isso, hoje em dia, apesar do entusiasmo crescente dos casais, a procriação chegou a se tornar indesejada. A maioria dos casais modernos considera válido e necessário um planejamento familiar baseado no controle da natalidade. [...] (MARQUES, 1975, p. 95).

Ainda de acordo com Marques (1975, p. 96-97):

> Quanto ao aspecto moral, a vasectomia é condenada pelas religiões. E os códigos de ética médica só admitem a esterilização do homem ou da mulher nos casos em que haja uma indicação terapêutica. Mas, pessoalmente, considero difícil que se mantenham por muito tempo essas posições. Já houve quem dissesse que a moral é uma questão de história e geografia. E estamos vivendo uma situação de hora e local que vai exigir modificações da ética e dos códigos de ética médica.

A coluna mostrava que a postura das pessoas frente à atividade sexual estava se modificando, deixando de ter relevância com base na moral religiosa que defendia o sexo com a finalidade reprodutiva. Os “casais modernos” diziam respeito àqueles que estavam preocupados com o planejamento familiar, e que podiam usar a vasectomia como uma maneira de controlar o número de filhos. Desta maneira, a Playboy procurava falar sobre as mudanças nas identidades masculinas e femininas, pois o sexo era incentivado pela revista – e também pela Nova Cosmopolitan – o que demonstrava que as revistas acreditavam que as relações entre homens e mulheres estavam se modificando. Assim, a coluna atribuía a responsabilidade pelo controle de natalidade, que até então era principalmente das mulheres, aos homens. Ao questionar os valores morais difundidos pelo código de ética médica dos anos 1970, criava-se uma abertura para que os homens repensassem as suas identidades a partir das mudanças nas suas responsabilidades e funções dentro dos relacionamentos afetivos.

A edição número 44 da Playboy de março de 1979, trazia o artigo “Para que o divórcio seja uma boa”, com autoria de Arthur Xexéo e Maria Lucília Santos, que mostrava alguns aspectos da lei do divórcio sancionada em 26 de dezembro de 1977, e discutia seus prós e contras, bem como as mudanças que “deveriam” ocorrer na lei brasileira, através da opinião

de vários especialistas, como estudantes de direito, juízes, advogados e políticos – senadores e deputados divorcistas. Ao citarem os aspectos da lei brasileira, Xexéo e Santos apontavam que, desde a sua implantação, havia pouca procura – perto do que havia sido estimado quando da sua criação – por parte dos brasileiros (1979, p. 132):

> [...]. O homem brasileiro é muito egoísta. Acostumado a viver sem compromisso na situação do concubinato, acomodou-se a esta situação e prefere não procurar um segundo casamento legalizado. No Brasil, ao contrário do que acontece na Itália, quando o divórcio chegou, já existia toda uma legislação amparando a mulher. Então, ela também não está sentindo necessidade de legalizar a família.

O artigo procurava mostrar que apesar de necessária, a lei de divórcio precisava ser reestruturada, pois geralmente não beneficiava os casais de classe média, que preferiam continuar seus relacionamentos extraconjugais na clandestinidade a apelar para que um juiz realizasse o divórcio, também por questões burocráticas ou de tempo de espera, que consistia em cinco anos após a separação do casal. A coluna era favorável à realização do divórcio e procurava mostrar os aspectos legais dos seus tramites por meio do conhecimento dos especialistas de direito. Entretanto, Xexéo e Santos apontavam para os relacionamentos que ocorriam no "concubinato", e que rompiam com a tradição do casamento e da família nuclear.

Da mesma maneira que a Playboy sugeria novas formas de relacionamentos, a Nova também se preocupava em mostrar às mulheres que sua esfera de interesse não precisava mais residir no âmbito privado, pois agora as elas estavam construindo suas carreiras e mantendo relacionamentos que não eram atados ao casamento. Como relataram Sarti e Moraes (1980, p. 26):

> [...]. *Nova* dirige-se muito mais à mulher que trabalha – e que pode ser solteira, separada, ou recém-casada – do que à dona de casa/mãe/esposa. O que equivale a dizer que a família deixa de ser o centro exclusivo do universo feminino. A publicação assume, assim, um caráter informativo, com grande quantidade de textos sobre comportamento.

Percebemos que as identidades dos homens e mulheres brasileiros nas revistas Nova e Playboy dos anos 1970 estavam sendo questionadas, bem como suas posições e funções na sociedade, pois as mudanças que ocorriam política e socialmente no cenário brasileiro não passavam despercebidas pelas duas revistas, que se empenhavam em mostrar aos seus leitores que as identidades estavam se tornando fluídas e descentralizadas.

1.2 CORPO, BELEZA E SENSUALIDADE

As capas que ilustram as revistas Nova Cosmopolitan e Playboy dos anos 1970 trazem-nos pistas sobre a intencionalidade e o conteúdo de cada uma delas. Ao analisarmos detalhadamente cada uma das capas dos exemplares escolhidos para a realização da nossa pesquisa, procuramos voltar nosso olhar para a composição da fotografia conjuntamente com os demais elementos que a constituem: título, chamadas de capa, informações de preço, editora, número e ano.

O trabalho com imagens fotográficas na pesquisa histórica exige um conhecimento teórico e metodológico que lhe sirva de suporte, para que possamos pensar as imagens construídas pelas revistas Nova e Playboy, não como autônomas, mas como parte do contexto sociocultural em que estavam inseridas. Uma das categorias do material visual utilizado pelo historiador como fonte, de acordo com Ivan Gaskell (1992, p. 241), é a fotografia, que possui um espectro de significação cultural importante e é considerada como um meio transparente de transmissão da informação.

A fotografia traz em si uma relação material e causal com seu sujeito, pois ela é o meio visual no qual os acontecimentos passados são tornados mais acessíveis pela resposta emocional do momento (GASKELL, 1992, p. 265). As fotografias que ilustram as capas das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy foram construídas com o intuito de chamar a atenção dos seus leitores e leitoras através de figuras de corpos masculinos e femininos com os quais seu público pudesse criar uma identificação. Por outro lado, na tentativa de atrair seus leitores e leitoras, as revistas procuravam representar em suas capas as suas preferências.

De acordo com Sant'Anna (2009, p. 02) os pesquisadores devem considerar que a imagem analisada historicamente possui um contexto de aparição e apreensão pelos leitores e leitoras, o que produz um processo de geração de sentidos. Para compreendermos uma imagem, portanto, apenas sua análise não é suficiente, é necessário compreendermos também o seu contexto, ou seja, o seu entorno e as informações que circulam junto dela.

Martine Joly desenvolve concepções teórico-metodológicas importantes para a análise das imagens de capa das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy. A autora considera a imagem como uma mensagem visual, pois está compreendida entre a expressão e a comunicação (JOLY, 2007, p. 77). Desta maneira, é necessário levarmos em consideração a função da "mensagem" de cada uma das imagens de capa das revistas, bem como seu horizonte de expectativas e o seu contexto. Tanto quanto a imagem, a própria análise está inscrita entre a expressão e a comunicação. Por outro lado, devemos propor os objetivos da análise, pois é

através deles se estabelecem os instrumentos metodológicos, que vêem a determinar o objeto de análise, bem como suas conclusões e nos permitem compor séries de imagens, que são objetais e instrumentais, ajudando a representar as abordagens escolhidas. (JOLY, 2007, p. 54). Nosso objetivo, portanto, foi perceber como as revistas se apropriaram dos corpos masculinos e femininos para representar as identidades de gênero nas suas capas.

O método proposto por Joly (2007, p. 55) ocorre a partir dos significados para que possamos encontrar os significantes e, consequentemente, os signos que compõem a imagem. As imagens são compostas por tipos de signos diversificados, tais como os lingüísticos, os icônicos e os plásticos, que analisados conjuntamente, constroem seu significado global. Portanto, as imagens das capas das revistas Nova e Playboy compreendem a análise desses três tipos de signos.

É possível fazer uma classificação das imagens através do conhecimento das suas funções comunicativas (JOLY, 2007, p. 64). Desta maneira, as imagens de capa da Nova e da Playboy podem ser classificadas entre a "função expressiva", que está centrada no emissor da mensagem e portanto a torna mais subjetiva, desta maneira diz respeito à sensibilidade e estilo dos fotógrafos; a função poética, que compreende os parâmetros utilizados para a construção da fotografia, como pose dos modelos e iluminação; e a função conativa que diz respeito às imagens que procuram manifestar a implicação do destinatário do discurso, ou seja, é a implicação dos leitores e leitoras na construção das capas das revistas. Já a função linguística ou comunicativa da imagem distingue a função explícita da implícita através do seu "papel" sociocultural (JOLY, 2007, p. 65-66).

O artigo "A fotografia como documento – Robert Capa e o miliciano abatido na Espanha: sugestões para um estudo histórico", de Ulpiano de Meneses (2002, p. 132), analisa a insuficiência das linhas de tratamento deste tipo de documento e sugere maneiras de superar esses problemas, através da percepção dos traços morfológicos da imagem, que dizem respeito à sua informação imediata, que podemos apontar através da descrição minuciosa da fotografia.

Ao estudarmos as imagens nas capas da Playboy e da Nova Cosmopolitan, a descrição compõe a primeira etapa de análise, e sua importância reside nos processos de escolha que fazemos ao interpretarmos as imagens a partir dos objetivos de nossa análise. Assim, ocorre uma "transcodificação" das percepções dos elementos visuais para a linguagem verbal (JOLY, 2007, p. 82-83).

Uma imagem tem a possibilidade de ser infinitamente descrita, porém, ao fragmentarmos o seu todo em elementos ou unidades nomeáveis, remetemos ao nosso modo

de percepção, através do qual fragmentamos o "real" em unidades culturais. A nossa percepção dos elementos da imagem é cultural e ocorre por analogia perceptiva. Assim, decodificamos a imagem como a nosso próprio mundo (JOLY, 2007, p. 83).

A descrição verbal das imagens de capa das revistas, permite que utilizemos o conceito de denotação, ou mensagem literal, e o de conotação, mensagem simbólica que tem relação com um saber pré-existente aos(às) editores(as) e leitores(as) e que constituiram as imagens como sistemas de signos; a descrição dos objetos que compõem a noção de signo icônico; a interpretação social e cultural dos signos plásticos; e a distinção da mensagem lingüística como integrante da imagem (JOLY, 2007, p. 84-85). Sant'Anna (2009, p. 05) explica que a conotação diz respeito a condição que as imagens possuem de produzir uma significação outra, a partir da sua significação primeira, e que no conjunto formam um signo pleno. Essa segunda mensagem possível é a conotada, e os seus sentidos dependem da cultura em que foi produzida a imagem.

As imagens das capas das revistas Nova e Playboy são constituídas por dois grupos de signos que procuramos apontar em nossa análise: os signos icônicos são também chamados de figurativos, pois dizem respeito a elementos que possuem uma semelhança com a realidade através da analogia perceptiva; e os signos plásticos que dizem respeito aos elementos plásticos que constituem uma imagem como, por exemplo, as cores, as texturas, a composição, as formas, a moldura e o suporte. Os signos icônicos e os plásticos na análise são complementares (JOLY, 2007, p. 86).

A mensagem linguística é compreendida pelo tipo de relação que ela tece com a imagem, pois orienta a sua leitura. Para Gaskell (1992) muitas vezes um significado legível das fotografias é gerado pela combinação com uma legenda, sendo que diferentes legendas numa mesma fotografia podem produzir significados distintos ou, até mesmo, contraditórios. Nas análises das capas da Playboy e da Nova Cosmopolitan consideramos as chamadas de capa, juntamente com o título das revistas, como sendo constituídoras de significados que estão vinculados à composição geral das capas. A informação escrita que a fotografia fornece pode ser de uso relevante para a análise de um acontecimento passado, mas também podem ser reveladas novas linhas de curiosidade sobre esse passado.

As funções do texto na imagem são duas: pode servir de âncora ou legenda da imagem, pois procura limitar a sua polissemia, indicando que deve ser privilegiado na percepção da imagem, dentre outras interpretações possíveis; e a outra função é a de substituição, que ocorre quando a mensagem lingüística complementa as possíveis carências

expressivas da imagem, podendo ser uma substituta[11], neste caso, a mensagem que ela pretende transmitir precisa da ajuda da mensagem lingüística, pois ainda há intencionalidades que ela não consegue transmitir sem o apoio verbal (JOLY, 2007, p. 127-128). Muitas vezes o que ocorre é um complemento da imagem pelas palavras, uma compensação pela língua da incapacidade da imagem fixa de exprimir relações temporais e causais, como ocorre nas capas das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy, aonde as legendas, alem de indicarem seus títulos e fornecedores, complementam a imagem para mostrar o que os leitores e leitoras encontrariam a partir da leitura de seu conteúdo interno.

É através do estudo das três mensagens que compõem uma imagem visual, a mensagem plástica, a icônica e a linguística e a sua interação que nos permite descobrir a denotação ou mensagem implícita das fotografias que analisamos no presente capítulo de nossa dissertação (JOLY, 2007, p. 104).

A passagem de uma semiótica sígnica para uma semiótica da significação é um dos caminhos para introduzir a fotografia como código histórico-cultural no seio da vida social (Meneses, 2002, p. 145). Considerar os estudos das imagens através de suas implicações ideológicas pode abrir perspectivas enriquecedoras se pensarmos a ideologia enquanto prática, na vista da interação social efetiva (Meneses, 2002, p. 148).

Meneses propõe que devemos pensar a imagem como um objeto material e não como um emissor semiótico abstrato. Devemos entender as imagens como práticas materiais, pois a proposta e os dados colhidos da imagem nada explicam historicamente quando a imagem é tomada com um sentido puro, quase imanente. “Os sentidos jamais se encontram nas imagens, nelas próprias” (*Ibid.*, 2002, p. 142).

Portanto procuramos compreender o contexto no qual foram produzidas as imagens das capas das revistas Nova Cosmopolitan e Playboy para inferirmos a intencionalidade dos editores e fotógrafos ao produzirem a imagem que é o chamariz do seu produto: a capa. Analisamos a contribuição das suas chamadas, títulos e fotografias para a representação das identidades de gênero e da construção de um padrão de beleza que condizia com corpos sensualizados. De acordo com Joan Scott (1995) o termo gênero é utilizado para:

> [...] designar as relações sociais entre os sexos. Seu uso rejeita explicitamente explicações biológicas, [...]. Em vez disso, o termo “gênero” torna-se uma forma de indicar “construções culturais” – a criação totalmente social de idéias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres. Trata-se de uma forma de se refletir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e de mulheres. “Gênero” é,

[11] Entretanto, as possibilidades expressivas de uma imagem visual são infinitas.

> segundo esta definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado. [...]. (SCOTT, 1995, p. 75).

Para Scott "[...], O uso de "gênero" enfatiza todo um sistema de relações que pode incluir o sexo, mas não é diretamente determinado pelo sexo, nem determina diretamente a sexualidade" (SCOTT, 1995, p. 76). Ao pesquisarmos sobre as relações de gênero nas capas das revistas Nova e Playboy, devemos voltar, então, nossa atenção aos sistemas de significados que as sociedades utilizam para representar o gênero e através dele estabelecer as regras das relações sociais e "[...] construir o significado da experiência. [...]" (SCOTT, 1995, p. 82).

A edição número 03 da Nova Cosmopolitan, datando de dezembro de 1973, trazia na capa a fotografia de Denise Hopkins, que podemos visualizar na figura 2. A revista possuía o preço de Cr$5,00[12] e informava o mês e o ano em que foi publicada. A modelo da capa, Denise Hopkins estava centralizada e em primeiro plano sobre um fundo verde escuro, sugerindo que a mulher se encontra em um ambiente interno, ao mesmo tempo em que pode remeter a introspecção, tanto pelo espaço fechado por detrás dela, quanto pela cor verde e escura dessa área. Seu corpo aparece do quadril para cima, ela tem os braços cruzados no peito e esboça um sorriso que não chega a se concretizar.

Todos os aspectos da modelo insinuavam sensualidade, desde o gesto de cruzar os braços, até a roupa decotada, sua maquiagem, dentre outros. Essa imagem dialoga diretamente com o título da revista, em branco e grande na parte superior da capa, invadindo um pedaço da cabeça da modelo, a palavra "Nova" contrasta com o fundo escuro bem como a pele clara da figura. A composição da fotografia é construída em torno do decote da figura feminina, em formato de V, que é acentuado por se encontrar no centro da composição, pelo grande contraste de cor entre a roupa escura e os cabelos vermelhos escuros da mulher com sua pele clara, e pela textura que compõe a sua blusa, de *paetês* com o fundo liso e a pele lisa e sem imperfeições. Desta maneira, o grande destaque desta capa se encontra nos seios da modelo, transmitindo a sua importância enquanto elemento feminino por excelência e um instrumento poderoso de sedução. Mesmo os braços cruzados da figura, que remetem, geralmente a uma posição de desconforto ou proteção, tem a função, por outro lado, de emoldurar o decote. As chamadas de capa, por sua vez, também em letras brancas, emolduram o rosto e a silhueta da modelo. De maneira discreta, com as mãos posicionadas sobre os braços, o dedo indicador da mão esquerda da modelo, aponta para o título na parte superior da imagem, especificamente para a palavra "Cosmopolitan", que sugere que a mulher se identifica com a revista.

[12] O valor da revista correspondia, em dezembro de 1973, a 1,6% de um salário mínimo brasileiro.

Quando percebidas conjuntamente, figura feminina e título, levam-nos a pensar na constituição de uma identificação para as leitoras, que de acordo com a imagem, condiz com uma figura feminina jovem, bela, magra, maquiada, vestida elegantemente e ao mesmo tempo de maneira moderna, remetendo a um certo *glamour*, pois além de trajar roupas de "festa", a modelo portava jóias que demonstravam seu *status* financeiro. Ao olhar diretamente para a câmera, a modelo ao mesmo tempo lhe lança um desafio e tece uma relação estreita, podemos até dizer de amizade, com as leitoras. Parece-nos que o seu desejo era apontar o caminho, para que as mulheres pudessem se tornassem "novas" e/ou "modernas", como ela e que o seu olhar, assim como as páginas da revista, guardava o segredo do sucesso e da felicidade.

FIGURA 2. Capa da Nova Cosmopolitan n. 03
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, dezembro, 1973 -. Mensal

Através das chamadas da capa, percebemos as direções que a revista toma para com seu público alvo, e de quem se trata o público alvo. São matérias voltadas para a vida das mulheres que possuíam ou desejavam conseguir um companheiro fixo, pois tratavam do tema sexo, mitos, relacionamentos com o parceiro e sua mãe, dicas de beleza (inclusive sobre como

alcançar ou manter o corpo magro), mas também falam de como as mulheres podiam administrar as finanças. Na capa dessa edição percebemos a preocupação em instituir um padrão de beleza perceptível desde a fotografia da capa, com sua modelo magra, jovem, bem produzida, até as chamadas que evidenciavam as dicas de moda que remetiam ao consumo como garantia de conferir um poder importante sobre os homens: a sedução.

A próxima edição, de número 05 da Nova Cosmopolitan é de fevereiro de 1974, e traz na capa Márcia Brito. A revista apresentava o preço de Cr$5,00[13]. Como na edição analisada acima, possui 114 páginas, possivelmente para seguir um padrão estável no que concerne ao formato do seu conteúdo. A capa desta edição possui as mesmas características da anterior: a modelo sobre o fundo de uma cor só, neste caso lilás, possuindo uma estrutura formal similar com as chamadas e o título em branco emoldurando a figura. O conjunto de cores desta capa produzem um efeito de leveza, calor, felicidade, pois não há melancolia nos tons coloridos e vivos de lilás.

Com uma aparência mais despojada que a modelo da edição anterior, esta imagem nos mostra ainda a preocupação com a beleza e elegância da modelo jovem, porém com uma pitada de descontração pela posição da modelo, com os braços ao longo do corpo. Sua beleza remete a uma sensualidade ingênua de uma menina-mulher, evidenciando o aspecto jovem como padrão de beleza. Seu decote em V é novamente o grande destaque da imagem através de um apelo sensual pelo desnudar sutil que mostrava parte dos seios. Tanto o estilo do decote quanto a roupa com brilho remetem a um estilo de vida glamuroso, são características que apontamos na análise da capa anterior, ou seja, essas têm relação com a sensualidade e o status, pois eram aspectos importantes na construção da imagem das mulheres pela Nova. O padrão de beleza se mantém o mesmo, mas existem algumas diferenças sutis em relação à modelo de nossa análise anterior, pois nesta edição a mulher que posa para a capa da Nova apresenta uma expressão facial que remete à sensualidade, com os lábios entreabertos e os dentes à mostra, e os olhos levemente semicerrados. Além destas imagens, ao longo das nossas análises percebemos um número significativo de chamadas de capa voltadas para os seios femininos como atrativo para os olhos masculinos.

[13] Esta edição da revista também era vendida a um valor correspondente a 1,6 % de um salário mínimo.

FIGURA 3. Capa da Nova Cosmopolitan n. 05
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, fevereiro, 1974 -. Mensal

As chamadas de capa têm como objetivo, não somente adequar as mulheres ao padrão de beleza da Nova, através de dicas sobre como manter o corpo magro, quais as roupas e produtos da moda, mas também estabelecem padrões comportamentais. Existe uma promessa

que está explícita nas chamadas de capa, de que ao atingirem esse padrão de beleza as mulheres teriam o poder de conquistar ou atrair sexualmente qualquer homem.

Márcia Brito aparece novamente na edição número 33 da Nova Cosmopolitan de junho de 1976. A revista vem com preço de Cr$10,00[14] na capa. Embora a mesma modelo pose para as capas da Nova, há uma grande diferença entre este número e o que analisamos anteriormente, pois enquanto na edição anterior a imagem remetia à beleza e ingenuidade da menina-mulher, nesta capa Márcia aparenta ser mais velha, mais experiente e com uma sensualidade ousada, o destaque aqui está no "ser mulher". Sua roupa é constituída por uma blusa rosa escura, de manga comprida, com zíperes dourados nos bolsos e no decote em Y, que se encontra aberto até abaixo da altura dos seios, sem deixá-los à mostra. Entretanto, ainda que sua pele não apareça por debaixo da blusa quase toda fechada, as auréolas dos seios ficam marcadas ao desenharem sombras sutis que lhes dão visualidade: novamente os seios, não podem deixar de estar presentes! E aqui causam mais impacto do que o decote de Márcia Brito na edição analisada anteriormente, pois embora seja uma roupa mais fechada, o apelo sexual é maior ao ressaltar as auréolas da modelo sem realmente desnudá-las, sugerindo que ela não está usando *soutien* por baixo da roupa.

A mão pousada na cintura remete a um desafio, à espera, mas principalmente a uma posição de autoconfiança. Assim como cabelo bagunçado e moderno e a roupa mais descontraída, a maquiagem "carregada" nos olhos, passam a idéia de que se trata de uma mulher mais descontraída, ousada e moderna, de acordo com as tendências de moda e maquiagem. A beleza e a sensualidade podem ocorrer, então, em situações menos formais do que em festas, esta capa se relaciona mais com o dia-a-dia e ao quebrar os limites de uma composição centralizada e, portanto mais tradicional, transmite uma certa dinamicidade como característica da própria revista.

[14] O valor correspondia a 1,3% de um salário mínimo. O valor deste número da Nova Cosmopolitan possui o percentual mais baixo dentre as revistas analisadas em relação ao salário mínimo.

FIGURA 4. Capa da Nova Cosmopolitan n. 33
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, junho, 1976 -. Mensal

As chamadas voltadas à beleza feminina criavam uma contradição em relação ao discurso da revista, pois uma delas afirma que o corpo feminino não precisa ser magro para poder seduzir, enquanto que a própria capa estampa a fotografia de uma modelo jovem e magra, seguindo o padrão de beleza das demais edições analisadas. Esta chamada também

possui um aspecto de auto-conhecimento, o que mostra que esta edição contém um guia comportamental. Se as mulheres que não se enquadrassem no padrão de beleza, agissem de acordo com os parâmetros comportamentais estabelecidos pela revista, poderiam obter sensualidade, que não só atrairia os homens, mas era também uma maneira de obter o controle sobre eles através de atributos "naturalmente" femininos, como os seios.

As chamadas também indicavam que as mulheres poderiam flertar sem que houvesse algum problema, incentivando-as a se tornarem as protagonistas na relação com os homens. A revista questiona "Afinal, por que a mulher não pode?" e em seguida coloca a frase "(pode sim!)" entre parênteses, como uma expressão adicionada a *posteriori,* na intenção de evidenciar a dúvida que existia em relação ao que as mulheres podiam fazer em termos comportamentais.

Na edição número 49 da Nova Cosmopolitan de outubro de 1977 temos na capa a fotografia de Mônica Koster. A revista vem com preço de Cr$20,00[15]. O cabelo da modelo recebe um movimento, como se fosse espalhado por uma rajada de vento, esse recurso na montagem da fotografia permitia passar a sensação de movimentação, ainda que a modelo estivesse parada, também a posição dos seus ombros, um mais alto do que o outro, formam uma assimetria que desestabiliza a imobilidade da figura e que condiz com a expressão radiante da modelo. Sua pele bronzeada e as roupas leves e de cor clara reflete as tendências da estação em que foi publicada a edição: primavera/verão, em conjunto com as demais cores da composição, passa a sensação de calor, de empatia e de leveza. Nas chamadas de capa temos a alusão às cores escolhidas para compor essa imagem: "você fica linda de cor-de-rosa!", ou seja, a beleza da capa é construída por esta cor que melhor representa a feminilidade, um dos atributos apontados pela Nova como imprescindível para atrair os homens, bem como entrar em "forma", ou seja, conseguir através de atividades físicas o corpo magro.

Desta vez, diferentemente das capas que analisamos até aqui não há decote que destaque os seios da modelo, pois ela usa uma regata rosa de malha, sugerindo um momento de descontração e desprendimento, aproximando-se mais das leitoras da Nova, das mulheres "comuns", pois a sua simplicidade remete às situações do dia-a-dia das mulheres. Com uma blusa que não marca as curvas do seu corpo ou seios, temos uma mudança em relação às demais capas das revistas Nova que analisamos, pois essa se apresenta mais recatada e

[15] O preço atribuído a edição equivalia a 1,8 % do valor de um salário mínimo.

simples. A dinâmica que a fotografia passa, tornava essa mulher um sujeito de ação e mudanças: era uma "mulher moderna".

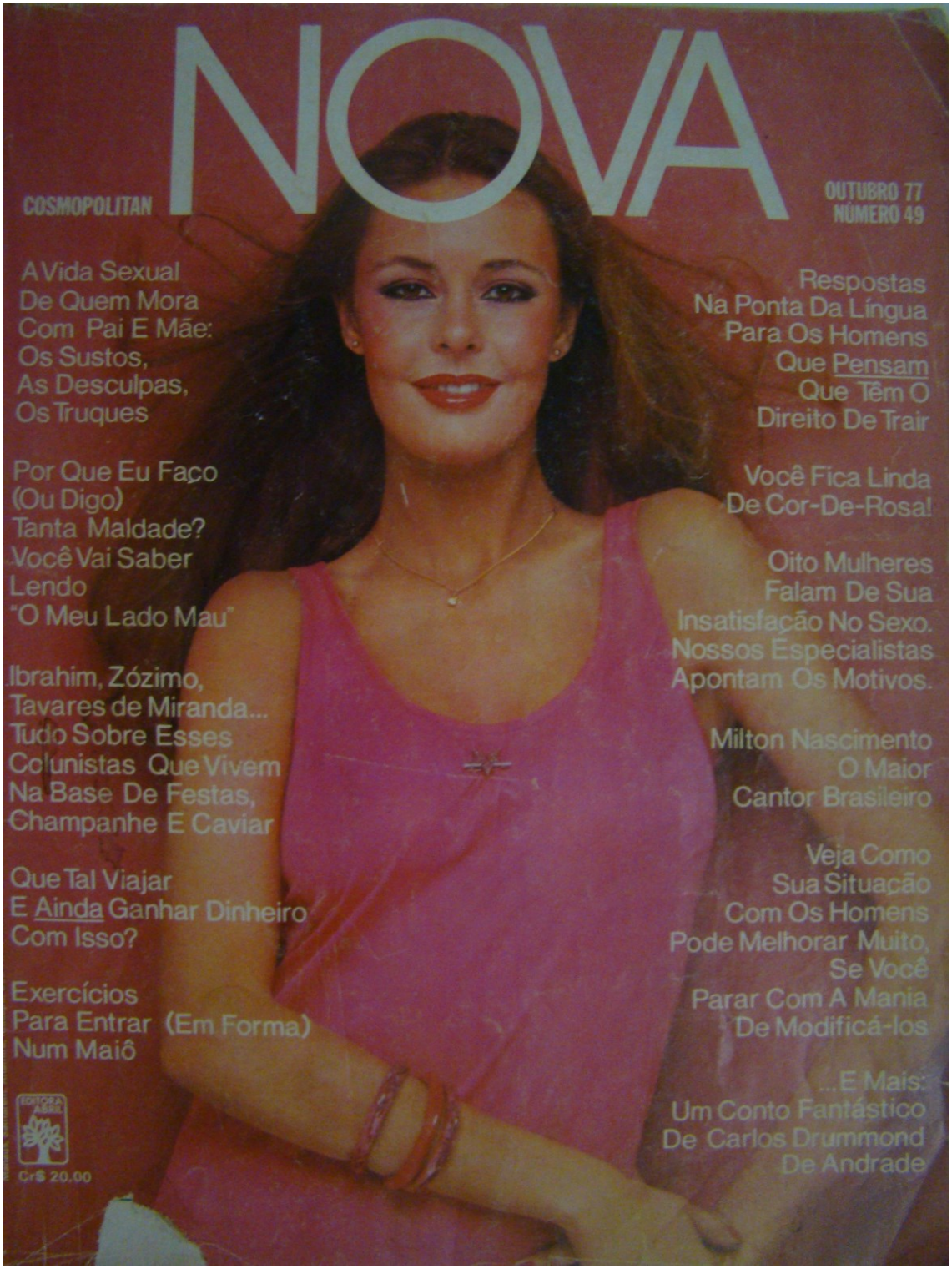

FIGURA 5. Capa da Nova Cosmopolitan n. 49
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, outubro, 1977 -. Mensal

A edição número 63 da Nova Cosmopolitan é de dezembro de 1978 e vem com preço de Cr$30,00[16]. Na capa temos a fotografia de Bitten e, diferentemente das edições analisadas até agora de 114 páginas, esta apresenta 130. Apesar de haverem algumas mudanças, elas são muito sutis e não alteram a composição geral da capa, que permanece a mesma durante toda a década de 1970. Um dos padrões mais evidentes que se mantém são as cores, exceto na primeira capa que analisamos na edição número 3, todas as demais fotografias possuíam um padrão com as mesmas cores no fundo e na roupa das modelos. Embora tivessem tonalidades sutilmente diferentes, esse recurso podia estar ligado a uma necessidade de enfatizar as cores da moda, de acordo com as estações em que as modelos se encontravam: cores mais escuras e fechadas para o outono/inverno, quentes e coloridas para a primavera/verão; por outro lado era também uma maneira de ressaltar o estado de espírito das mulheres que posavam para suas capas.

A figura está séria e olha fixamente para a câmera, de maneira sedutora. O sensualismo está presente tanto na posição do corpo, reclinado e levemente de perfil, levando a mão esquerda à cintura; quanto no decote do vestido de cetim vermelho, que deixa à mostra parte dos seios, os ombros, os braços e o decote. A imagem está carregada de sensualismo, principalmente devido ao decote na lateral, que evidencia os seios através das curvas mostradas e do tecido de cetim, cuja textura remete ao erotismo, e também porque a modelo não usa *soutien* que deixa sua auréola evidente sob o tecido do vestido. A cor vermelha em destaque faz alusão ao amor, sensualidade, erotismo, paixão e ira, mas também remete ao tema do natal e às festividades de final de ano, por se tratar de uma publicação que ocorreu no mês de dezembro. Essas cores quentes das vestimentas da modelo e do plano de fundo também possuem relação com a estação que se inicia no mês de dezembro, relacionando o calor do verão às cores vivas da composição da imagem de capa.

[16] Este valor equivalia a 1,9 % de um salário mínimo.

FIGURA 6. Capa da Nova Cosmopolitan n. 63
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, dezembro, 1978 -. Mensal

As chamadas são compostas por guias de auto-conhecimento, que procuram apontar os defeitos e atitudes "erradas" das mulheres e eram constituídas, como já vimos nas nossas análises anteriores, por guias que ajudavam a padronizar seus comportamentos, ou seja, a

revista era detentora do saber sobre as mulheres, pois falava o que elas sentiam, faziam e o que deveriam fazer.

As chamadas falam também sobre a atração masculina pelas mulheres e procuravam esclarecer os "segredos" do mundo masculino. Vemos aqui uma chamada que aponta para o poder dos seios femininos, que eram considerados pela revista como uma fraqueza masculina e instrumento de sedução feminina ao mesmo tempo. As mulheres de 30 anos foram consagradas como as que "têm mais cartaz entre os homens", entretanto a fotografia da modelo revela que a sua beleza dizia respeito a uma idade mais jovem, o que condizia com o padrão beleza proposto pela Nova: as mulheres deveriam manter a aparência jovem para os homens.

A edição número 64 da Nova Cosmopolitan é de janeiro de 1979, na capa temos a fotografia de Susan Purdy. A revista vem também com preço de Cr$30,00[17]. As cores da composição da imagem de capa são frias, mas ao mesmo tempo vibrantes, suaves e alegres, e portanto remetem a um dia de tranquilidade e céu aberto. Uma pequena área da parte de baixo dos seios está à mostra, assim como todo o colo, ombros, braços e barriga, pois sua roupa aparenta ser de banho e remete, também pela ausência de jóias e à cor azul suave a uma situação de lazer, como um passeio na praia ou piscina. Seu corpo é magro e possui pouco volume nos seios apresentando uma forma mais "arrapazada", ou seja, sem curvas. Mesmo com seios pequenos, eles recebem destaque, pois uma pequena parte deles é visível sob o *top*. O grande apelo sensual está nas partes do corpo que são mostradas. Esta capa possui grandes mudanças em relação às analisadas anteriormente, pois sua modelo não porta roupas sofisticadas e elitizadas, mas usa vestimentas simples, minimalistas como uma tentativa de apelo sexual.

[17] O preço correspondia, como na edição analisada anteriormente, a 1,9% de um salário mínimo.

FIGURA 7. Capa da Nova Cosmopolitan n. 64
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, janeiro, 1979 -. Mensal

As chamadas de capa apresentavam uma preocupação em destacar os cuidados com a aparência, e com dicas "geniais" prometia transformar as mulheres, conferindo-lhes a beleza padrão da revista. Entretanto, o diferencial nas chamadas dessa capa é a atenção dirigida para as fotografias coloridas dos "homens mais fascinantes do mundo". Ao falar dos ídolos da

televisão, não só conferiam *status* para a revista, mas também traziam para as leitoras as figuras dos galãs, homens idealizados pela revista para as leitoras, e formavam também um ideal de beleza masculino para ser admirado, embora a figura masculina nunca aparecesse nas capas da década de 1970.

A edição número 70 da Nova Cosmopolitan é de julho de 1979, a garota da capa se chama Lívia. A revista vem com preço de Cr$40,00[18]. Esta edição possui 130 páginas. Surgia nas últimas revistas aqui analisadas, que foram publicadas no final da década de 1970, um novo padrão de beleza feminino no qual predominam modelos mais magras e pele bronzeada, remetendo a situações nas quais o cuidado com o corpo incluía tomar banho de sol, embora esta edição tivesse sido publicada no inverno, evidente também nas cores mais fechadas e escuras e na roupa de tricô da modelo.

A modelo usa uma blusa de tricô verde escura que se abre no peito em um grande decote em V que termina um pouco abaixo dos seios, que não se encontram aparentes apesar da grande fenda na blusa. Desta maneira notamos que existia a tentativa de dar destaque ao decote, mas com modelos a cada edição mais magras nas capas da Nova, o volume dos seios diminuíam e ficavam cada vez menos aparentes. O decote da modelo desta edição causa impacto e estranhamento, por ser exagerado, aberto em uma grande fenda, e nada revelar, trazendo a beleza exótica das modelos magras de passarela para as capas da Nova.

[18] Este preço equivalia a 1,7% do valor de um salário mínimo.

FIGURA 8. Capa da Nova Cosmopolitan n. 70
Fonte: NOVA COSMOPOLITAN. São Paulo: Abril, julho, 1979 -. Mensal

Uma das chamadas de capa aponta os benefícios da cirurgia plástica de seios femininos, o que não diz respeito somente a uma questão de padrão estético, mas também enfatiza que as mulheres podiam se enquadrar no padrão de beleza da Nova, como uma maneira de obter o corpo ideal para terem o poder de sedução, ou seja, através de seios

maiores. Embora, em todas as edições da Nova que analisamos, percebemos a alusão aos seios femininos como o maior símbolo de feminilidade e instrumento de sedução das mulheres, há uma contradição em relação às imagens das modelos dos dois últimos exemplares que analisamos, que aparentavam ser cada vez mais magras e com menos volume nos seios. Por mais que a revista continuasse trazendo destaque para essa região do corpo, tanto nas suas chamadas de capa, quanto na composição das imagens e no decote das mulheres; a relação entre beleza e magreza tornava-se mais intrincada nas publicações da Nova conforme a década de 1970 avançava.

A seguir mostraremos as imagens das capas dos exemplares da Playboy que propomos analisar em nossa pesquisa, para percebermos como essa revista construía a sua concepção de beleza e de sensualidade. A grande diferenciação em relação à Nova Cosmopolitan era a presença de homens conjuntamente com as figuras femininas nas composições criadas pela Playboy.

A edição número 04 da Playboy, datando de novembro de 1975, traz o título A Revista do Homem. Na capa temos Lizete e Hugo com fotografia de Roger Bester. A revista traz o preço de Cr$12,00[19]. Ao contrário da revista Nova, que sempre apresentava suas modelos olhando diretamente para a câmera, e portanto estabelecendo uma ligação com as leitoras, nesta fotografia de capa da Playboy os modelos se voltam um para o outro, como se ignorassem a existência da câmera, criando uma situação de intimidade entre eles.

Os estudiosos Mirian Goldenberg e Alexandre Werneck (2010) dizem que em quase todos os países em que é publicada, a *Playboy* possui um mesmo formato, com algumas adaptações nacionais, mas sem muitas variações. Portanto. acreditamos que as capas da Playboy, eram produzidas nos Estados Unidos, país aonde ela foi lançada primeiramente, e importadas para a editora Abril imprimi-las nas edições brasileiras.

Esta mulher traz uma maquiagem bem forte e marcada, além de um esboço de sorriso enquanto "morde" o rosto do homem, sugerindo-nos sensualidade e ousadia por usar cores tão fortes e pelo seu gesto. Percebemos que a mulher é o agente principal nesta composição, pois seu rosto está muito mais em evidencia, assim como sua atitude, é ela que toma a atitude de conquistar o homem. Também a nudez do pescoço dele nos sugere que ambos, provavelmente, estão simulando um momento de intimidade. A aproximação exagerada do rosto dos personagens remete a uma situação de intimidade e tensão, embora nada mostre dos seus corpos.

[19] O preço da revista equivalia a 2,2% de um salário mínimo em setembro de 1975.

Enquanto a palavra “Homem” ocupa toda a parte superior da imagem, o rosto do modelo está saindo dos limites da fotografia, seu rosto inclinado, passa a sensação de que está se retirando da cena para deixar o destaque para a figura feminina. Da mesma maneira, ao longo da década de 1970, eram as mulheres que possuíam visibilidade nas capas da Playboy.

FIGURA 9. Capa da Revista do Homem n. 04
Fonte: A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Abril, setembro, 1975 -. Mensal

As chamadas estão sobre a fotografia dos modelos, em letras brancas e maiúsculas, que se aglomeram nas margem direita e na parte inferior da margem esquerda, fazendo com que sejam contrastantes com a imagem escura. As chamadas de capa citavam os nomes de diversos colaboradores para a edição, com o intuito de chamar a atenção dos leitores para

nomes famosos ou importantes da época. Desta maneira procurava através de grandes nomes, como por exemplo Carlos Drummond de Andrade, ressaltar que seu conteúdo era escrito por personalidades que possuíam status no mundo cultural e literário. Ainda que houvesse colaboradores menos conhecidos nessa lista, o fato de os seus nomes aparecerem conjuntamente com as personalidades mais consagradas e famosas lhes conferia um certo grau de prestígio. Como um dos maiores atrativos da revista eram as fotografias de mulheres seminuas, as chamadas de capa destacavam seus nomes, que podiam ser de mulheres famosas.

A edição número 08 da Playboy, datando de março de 1976, traz a fotografia de um homem e uma mulher, porém não encontramos, nesta edição os créditos do fotógrafo ou quem são os modelos. A revista passou a custar Cr$15,00[20]. A Capa desta edição é formada pela fotografia de um casal sobre fundo vermelho, vistos das pernas para cima, e o destaque fica para a mulher, que está em primeiro plano. Ambos possuem os corpos bronzeados e molhados, ou simplesmente, suados, criando uma textura brilhosa em contraposição com o fundo todo vermelho, sem cenário ou paisagem. O homem esconde-se por detrás da modelo ficando menos aparente, pois a mulher seminua é o grande destaque desta imagem, e o homem possui apenas a função de esconder, com seus braços, os seios femininos, ainda que deixasse entrever uma pequena área da auréola direita da mulher. O apelo sensual está na estampa de seu biquíni amarelo, que é composta por três flexas destacadas na cor vermelha, que apontam para o órgão genital da modelo de maneira indicativa. A centralidade da fotografia reside, então, na sexualidade da figura feminina. Seu corpo não é tão magro como nas modelos das capas da Nova Cosmopolitan, enquanto o homem é magro, mas possui os braços largos e musculosos. Ambos aparentam ser jovens e atléticos. Ele possui a pele avermelhada, podendo-nos sugerir que estava desempenhando atividade física, atividade sexual ou que estava exposto ao sol.

[20] O valor desta edição da revista correspondia a 2,8 % de um salário mínimo.

FIGURA 10. Capa da Revista do Homem n. 08

Fonte: A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Abril, março, 1976 -. Mensal

O restante dos elementos da capa desta edição mantém o mesmo padrão da revista analisada anteriormente. As chamadas estão em letras brancas e amarelas, que se aglomeram nas margens direita e esquerda da capa, criando uma composição de cores quentes, passando a

impressão de calor e verão, em conjunto com os dois modelos em roupas de banho e molhados.

Na edição 25 da Playboy, datando de agosto de 1977, temos a fotografia de Ann Pennington e Deborah Borkman, tirada pelo fotógrafo Philip Dixton. O seu nome estrangeiro nos indica que essa capa pode ter sido feita no exterior e importada para a Playboy brasileira, trazendo assim um modelo de beleza importado dos Estados Unidos para os leitores brasileiros. A revista traz o preço de Cr$30,00[21]. A capa desta edição apresenta a fotografia de duas modelos em *lingerie*, ambas vistas de corpo inteiro sobre um letreiro luminoso com o coelho do *slogan* da Playboy sobre fundo preto. Enquanto o letreiro possui as cores branco e vermelho, as modelos usam *lingerie* em tons claros e brilhantes que reluzem tanto quanto o letreiro, como se fizessem parte de um show. O símbolo da Playboy na parte de trás da imagem, lembra um letreiro de um clube noturno. As lingeries que as duas mulheres usam, sobre este letreiro luminoso, remetem ao "poder" de sedução do corpo feminino. O tema da imagem da capa remete à fantasia masculina de "ter" duas mulheres conjuntamente em roupas íntimas e em poses sensuais.

[21] O valor correspondia a 2,7% de um salário mínimo.

FIGURA 11. Capa da Revista do Homem n. 25
Fonte: A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Abril, agosto, 1977 -. Mensal

Dentre as chamadas de capa temos o destaque às quinze mulheres que posaram seminuas em ensaios fotográficos para esta edição da Revista do Homem. A expressão "fora de série" foi utilizada para caracterizar mulheres que se adequavam ao padrão de beleza da revista. Enquanto as edições analisadas anteriormente as capas da Revista do Homem eram

ilustradas por duas figuras, uma masculina mais oculta e uma feminina, em evidência; na imagem desta capa as duas figuras são femininas. Essa diferença diz respeito à construção do fetiche pela revista, que trazia essas imagens fotográficas como "presentes" para os seus leitores.

A edição número 34 da Playboy, de maio de 1978, traz ainda o nome A Revista do Homem, porém com os dizeres logo acima do título: "Com o melhor de Playboy", com a finalidade de incorporar o nome original da publicação a despeito da proibição da censura. Também o símbolo do coelho da Playboy aparece nesta edição. Na capa temos a imagem de Denise Motta, fotografada por Paulo Rocha. O fotógrafo brasileiro e a temática da copa do mundo com as cores da bandeira do Brasil são indicadores de que, ao contrário das demais capas analisadas, que parecem ter sido produzidas no exterior, a capa desta edição era uma produção brasileira, justamente pela necessidade de portar um tema nacionalista, como o futebol brasileiro. O preço da revista é de Cr$30,00[22]. Na imagem da capa a modelo encontrava-se em um vestiário, pois o plano de fundo é composto por armários que remetem tanto ao futebol, quanto à um regresso à escola. As cores que representam a bandeira brasileira, verde, amarelo, azul e branco, fazem parte da composição da capa, e juntamente com a bola de futebol sobre a qual a modelo estava inclinada, constroem a temática do futebol. Essa temática demonstra que a intencionalidade da Playboy era aproveitar o ano em que ocorreria a Copa Mundial de Futebol para relacioná-lo com as mulheres, ou seja, trazia o imaginário masculino que unia o gosto pelo esporte com o gosto pela imagem feminina erotizada.

O conjunto da sua posição e feições sugere sensualidade e erotismo, ao mesmo tempo em que seu figurino e cenário lembram uma estudante colegial. Esse contraponto diz respeito a criação de uma fantasia masculina, em relação à mulheres mais jovens, ou adolescentes que ainda se encontravam na escola, ainda que a modelo não aparentasse ser tão jovem.

[22] O preço desta edição correspondia a 1,9 % de um salário mínimo.

FIGURA 12. Capa da Revista do Homem n. 34
Fonte: A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Abril, maio, 1978 -. Mensal

Eis que esta é a primeira edição por nós analisada na qual podemos ver, finalmente, o título original da publicação, que vem acompanhado pelo coelho engravatado que é seu símbolo. A edição número 40 da Playboy, de novembro de 1978, traz agora o título Playboy em grandes letras brancas. Na capa temos a fotografia de Cida Ventura pelas mãos de Paulo

Rocha. Tratava-se, assim, também de uma capa brasileira. A revista traz o preço de Cr$35,00[23]. A posição na qual a modelo se encontra, sugere que a sensualidade do corpo feminino residia, principalmente, nas nádegas e nas pernas. Ao contrário das capas da Nova, que posicionava suas modelos de frente para a câmera e dava destaque para os seios como principal atrativo feminino na conquista dos homens, as capas da Playboy davam mais destaque ao corpo feminino em sua totalidade. Em cada uma das edições que analisamos, as fotografias se utilizavam da valorização de alguma parte do corpo ou do corpo inteiro, e não somente dos seios, como fazia a Nova. Entretanto, ambas as capas da Nova e da Playboy, se preocupavam em construir seus padrões de beleza sobre o corpo feminino magro. O salto alto é um elemento bastante presente nas capas da Playboy, acreditamos que era para a revista um objeto fetiche, pois conferia esteticamente uma certa valorização para as pernas das modelos. As cores remetem a sol, calor, verão, praia e lazer, criando um clima de descontração.

[23] O preço desta edição correspondia a 2,2% de um salário mínimo.

FIGURA 13. Capa da Playboy n. 40
Fonte: PLAYBOY. São Paulo: Abril, novembro, 1978 -. Mensal

As chamadas desta capa traziam as dicas de como os leitores podiam manter a forma no verão, bem como apresentavam um roteiro sobre a dieta e os exercícios necessários. Nesta chamada percebemos a preocupação da Playboy em relação ao padrão de beleza do corpo masculino, que também deveria se manter magro e em "forma" para que pudesse conquistar

ou atrair as mulheres. Acreditamos que o aumento no número de chamadas que evidenciavam a presença das mulheres na revista se deve ao fato de que a Playboy procurava incorporar como um dos interesses principais dos homens, justamente o desejo pela imagem do corpo feminino erotizado

O número 44 da Playboy, de março de 1979, não revela quem é a garota da capa, assim como seu rosto não é visível. A revista traz o preço de Cr$40,00[24]. Ao fazer menção de tirar a blusa, a modelo deixa entrever uma pequena área da aureola do seu seio esquerdo. Seu abdômen nu, assim como seus ombros e braços estavam molhados, sugerindo que ela poderia estar transpirando. O corpo seminu e molhado remete a situações eróticas, cumprindo sua função no imaginário masculino criado pela revista.

As cores da pele da modelo, terrosas e douradas dialogam com o fundo azul, o título em amarelo e as chamadas em letras brancas, remetem à temperaturas quentes, verão, e a um dia ensolarado. Conjuntamente com a textura de gotículas de água sobre o corpo da modelo, pode nos lembrar de lugares como praia e piscina, unindo esses temas ao erotismo, como desejos masculinos em comum.

[24] O preço equivalia a 2,5% de um salário mínimo em março de 1979.

FIGURA 14. Capa da Playboy n. 44
Fonte: PLAYBOY. São Paulo: Abril, março, 1979 -. Mensal

A partir das edições de abril de 1977, a revista passou a incorporar acima do título A Revista do Homem os dizeres: “Com o melhor de Playboy”. Isto ocorreu provavelmente para relacionar a revista brasileira com a *Playboy* americana – que fazia sucesso naquele momento – mas sem que houvesse o destaque para a palavra Playboy, escrita em letras muito menores

que as do título da revista. Ao lado desta frase estava o símbolo que representa a revista, o de um coelho portando uma gravata borboleta. A partir de 1978 a versão brasileira da revista passou a adotar seu título original, acompanhado de fotografias cada vez mais insinuantes.

Ao realizar as análises das capas notamos que o espaço dedicado à presença das chamadas, estava em grande parte ocupado com os nomes de colaboradores importantes que tinham colunas dentro do conteúdo das revistas. Esses nomes eram, na maioria das vezes, de pessoas famosas no cenário artístico, cultural e político dos anos 1970 e que ganhavam destaque nas capas das edições para chamar a atenção dos leitores para o seu conteúdo escrito por grandes nomes do período.

A revista Nova Cosmopolitan assumiu a palavra Nova como título predominante das edições brasileiras, desde o seu primeiro número, publicado em de setembro de 1973, Nova recebeu um destaque muito maior que a palavra Cosmopolitan, encabeçando a revista em grandes letras brancas. Cosmopolitan[25] a precede e foi escrita em tamanho muito menor. Entendemos que o título original da revista dizia respeito à intencionalidade em se voltar para leitoras familiarizadas com diversas esferas de interesse e conhecimento de mundo, que estendiam suas aptidões para muito além do ambiente familiar. Ao analisarmos o nome da revista, percebemos que a Nova Cosmopolitan se voltava principalmente para mulheres que estavam vivenciando as mudanças em relação às suas identidades através das conquistas do movimento feminista, suas relações com o ambiente publico e privado estavam se modificando, pois elas ganhavam cada vez mais espaço no mercado de trabalho e assim, passavam a adquirir independência financeira.

Baptista (2007) constatou em sua pesquisa que no Brasil a palavra Cosmopolitan não foi incorporada à identidade da revista. Cremos que isso já era uma intencionalidade da redação da revista, que desde o lançamento do seu primeiro número já utilizava a palavra Nova, com um destaque muito maior, com letras grandes e maiúsculas, maiores que as da palavra Cosmopolitan, que a precedia. O titulo Nova diz respeito às leitoras, que possivelmente eram mulheres com novos ideais e concepções principalmente sobre trabalho e comportamento sexual.

Lia Machado (1998) em seu artigo "Gênero, um novo paradigma?" se propôs a discutir sobre a construção de novos paradigmas metodológicos nas análises de gênero. Esses paradigmas foram responsáveis por criticar a dicotomia entre natureza e cultura do

[25] A palavra *Cosmopolitan* é de origem inglesa e sua tradução para o português, cosmopolita significa, de acordo com o Minidicionário da língua portuguesa de Silveira Bueno (1996, p. 169), "pessoa que se julga cidadão do mundo inteiro; o que considera sua pátria o mundo; cidade -: em que vivem pessoas de quase todas as partes do mundo". No inglês seu significado também se volta para pessoa sofisticada que viaja por diversos países.

pensamento ocidental, que por muito tempo se repetiu nos estudos de gênero. De acordo com Machado: "[...]. Qualquer noção de feminino e de masculino se tornou contestável [...] (1998, p. 110). Isto porque as dicotomias do pensamento ocidental tendiam a ser "[...] unidirecionadas em termos de hierarquia de valor [...]" (MACHADO, 1998, p. 111). Desta maneira, o masculino era associado com termos que correspondessem a um posicionamento superior como, por exemplo, a cultura em relação ao masculino se opõe à natureza em relação ao feminino. Entretanto, com a crítica dos paradigmas construídos pelos estudos de gênero, essas construções simbólicas passaram a ser desconstruídas (MACHADO, 1998, p. 111).

Através da crítica paradigmática que pretende desconstruir a naturalização do gênero e eliminar as dicotomias natureza/cultura e sua ligação com a dicotomização masculino/feminino procuramos definir, através das análises dos elementos constituintes das capas da Nova Cosmopolitan e da Playboy, os significados que eles teceram ao atribuir os sentidos não só masculinos e femininos, mas múltiplos, e muitas vezes contraditórios das identidades representadas pelas imagens de capa das revistas.

Lia Machado reitera que os estudos de gênero pretendem valorizar a diferença, apontar os poderes das mulheres, ainda que sejam "menores" e não "[...] sobreenfatizar o poder masculino [...]" (MACHADO, 1992, p. 24). Desta maneira, devemos pensar a diferença entre homens e mulheres tanto no plural quanto no singular, levando em consideração universalidade e particularidade (*Ibid*, 1992, p. 31). Portanto, nossas análises levam em conta tanto as chamadas das revistas Nova e Playboy que traziam construções generalizadas e estigmatizantes acerca de normas de conduta e do padrão de beleza dos copos masculino e feminino, como os textos que apresentavam as dúvidas e questionamentos a respeito desses padrões estabelecidos pelos saberes especializados.

A Playboy criava para as suas capas composições diversificadas que, através das fotografias sensuais de mulheres conjuntamente com as chamadas, tinham apelo sexual sem expor as genitálias das suas modelos. De acordo com Souza, que pesquisou sobre os desdobramentos sócio-culturais gerados pela representação pictórica na Playboy brasileira, a revista se preocupava em mostrar as mulheres de maneira diferenciada das demais revistas pornográficas publicadas nos anos 1970 (2009, p. 40):

> A mulher da *Playboy* não é imoral. Ela é "séria, profissional e de confiança". Não é vulgar. É "elegante e de bom gosto". [...] Ao contrário de outras revistas voltadas para o público masculino, que retratam a mulher apenas de maneira pornográfica, a mulher da *Playboy* é retratada de modo "artístico", em poses mais comportadas. Enquanto outras revistas

> representariam a "amante", a mulher da *Playboy* representa a "namorada". Isto vale em especial para a "Capa da *Playboy"*.

A Playboy buscava construir o conceito de fantasia masculina por meio dos ensaios fotográficos que eram anunciados na capa pelos nomes das modelos famosas. As mulheres tinham um lugar de destaque nas chamadas e nas fotografias das capas. As construções fotográficas possuíam uma composição estética artística moderada, mas que brincava com o jogo de velar e despir. Desta maneira, as fotografias possuíam forte apelo sexual, ao mesmo tempo em que pouco revelavam do corpo feminino, a sensualidade e o erotismo habitavam as posições e expressões das modelos. Isto porque as edições brasileiras seguiam um padrão que demonstrava a intencionalidade de seu fundador Hugh Hefner, que prometia suprir as fantasias masculinas através de páginas de mulheres seminuas e trazer um conteúdo diversificado e interessante para os homens.

A Nova Cosmopolitan, por outro lado, possuía um conteúdo repleto de informações para as mulheres que estavam adentrando o mercado de trabalho. As chamadas de capa versavam sobre carreira, finanças, estudos e viagens, mas também sobre relacionamentos, e eram construídas nas capas de maneira a fazer parecer que a revista continha os segredos que poderiam melhorar a vida amorosa e sexual das suas leitoras. Eis algumas chamadas que anunciavam os grandes segredos dos especialistas de Nova: "Se os seus namoros não dão certo, leia Nova e o analista", na edição 70 de julho de 1979; e "Quanto tempo ele pode se manter sexualmente atraído por você? Você vai se surpreender!" no número 63, de dezembro de 1978.

As chamadas que mais se destacavam na Nova eram aquelas que tratavam de relacionamentos e comportamentos, direcionando as suas leitoras a seguirem o padrão de normatividade definido pela revista e atestado pelos especialistas, que também incentivava as mulheres a terem um parceiro fixo, e cujas matérias serão analisadas no segundo capítulo desse trabalho. Ao mesmo tempo em que a Nova impelia as mulheres a adentrarem o mercado de trabalho, viajarem, e tornarem-se independentes, aprisionavam-nas nas concepções dos especialistas que as responsabilizavam pelo sucesso dos seus relacionamentos. Também os especialistas eram os responsáveis por defenderem o padrão de beleza do corpo magro, que podia ser obtido através de atividades e dietas indicadas nas colunas.

As chamadas de capa apresentavam algumas contradições, pois ao mesmo tempo em que se referiam às mulheres como dissimuladas e neuróticas, mostrando que as suas ações e escolhas poderiam mudar para que elas se tornassem as "mulheres direitas da Nova"; e defendiam as preferências e ações masculinas como naturalizadas; as chamadas também

apontavam o esforço da redação da Nova, para trazer para as suas leitoras conteúdos que expandiam seus horizontes para além do ambiente privado. Os outros homens que tinham destaque nas páginas da Nova Cosmopolitan eram os ídolos, geralmente atores conhecidos das telenovelas, cantores e jogadores de futebol famosos, os quais recebiam os atributos idealizados de galãs e sedutores.

A história do corpo feminino revelou as inúmeras construções estigmatizantes sobre a constituição física da mulher pelo poder médico e pela sociedade, que a consideravam fisicamente inapta para entrar no mundo dos negócios e da política. De acordo com Margareth Rago, esse questionamento, das mitologias científicas sobre sua natureza biológica, foi também fundamental para as transformações libertadoras em andamento (RAGO, 1998, p. 35). Desta maneira, procuramos analisar os discursos da Nova e da Playboy construídos nas capas das revistas que traziam chamadas sobre comportamento e relacionamentos, mas que traziam questionamentos em relação aos mitos sobre o corpo masculino e o feminino, e aos padrões de beleza jovem e magra.

Não só a Playboy trazia nas capas imagens que erotizavam as mulheres, mas a Nova Cosmopolitan também atribuía padrões de beleza e regras comportamentais às suas leitoras, juntamente com a promessa de felicidade e realização. O corpo feminino (e o masculino no caso da Playboy) era exposto de maneira diferenciada nas capas das duas revistas, ainda assim, os corpos das modelos eram erotizados e normatizados através de uma estética que os aprisionava em padrões rígidos de juventude e magreza como sinônimos de beleza, saúde e principalmente, corpos capazes de atrair os homens sexualmente. Assim, a figura feminina ganhava destaque nas capas da Nova Cosmopolitan, pois as modelos – produzidas e bem vestidas – expressavam a imagem das "mulheres modernas" nas quais as leitoras poderiam se espelhar; e nas capas da Playboy pois as fotografias erotizadas das mulheres eram o principal atrativo que os "playboys" poderiam desejar.

Sarti e Moraes descrevem a "mulher moderna[26]" representada nas capas da Nova:

> [...]. A mulher moderna, segundo essa concepção, é a sedutora, de olhar penetrante, cabelos esvoaçantes e longos decotes que deixam entrever os seios: Farrah Fawcett. Contrapõe-se, portanto, à tradicional mãe de família representada por *Cláudia*. É a mulher agressivamente feminina; o objeto sexual *assumido*, a imagem de mulher mais próxima da existente nas revistas masculinas (1980, p. 27).

Entretanto, Pedro (2005, p. 87) nos diz que:

[26] As autoras utilizam a expressão "mulher moderna" no singular, referindo-se à singularidade com a qual a revista referenciava a cada uma das suas leitoras.

> [...]. Para quem quer escrever esta história, trata-se de observar os significados "variáveis e contraditórios" que são atribuídos à diferença sexual. Além disso, é preciso perceber em quais contextos políticos os significados da diferença sexual são criados e/ou criticados e, então, verificar como, por exemplo, o "verdadeiro homem" ou a "verdadeira mulher" são diferentes em cada período do passado, procurando sempre se diferenciar um do outro, e ao mesmo tempo nunca coincidindo com as pessoas de "carne e osso" (PEDRO, 2005, p. 87).

Ou seja, a imagem das mulheres (e dos homens) representadas(os) nas capas da Nova e da Playboy não coincidiam com pessoas reais, nem mesmo com aqueles que posaram para as fotografias, pois se tratavam de modelos de homens e mulheres idealizados e inseridos no contexto das publicações através das concepções de seus fotógrafos e corpo editorial.

Temos nas revistas Nova e Playboy, a caracterização de identidades de gênero contraditórias e descentralizadas, pois seus discursos eram permeados por fragmentação, ruptura e descontinuidade. As identidades mudam conforme o sujeito é representado, desta maneira as revistas jogavam o que Stuart Hall denominou de "jogo das identidades", ou seja, por não se tratarem de identidades fixas, mas múltiplas identidades, era possível que os leitores e leitoras se identificassem com umas ou outras (HALL, 2005, p. 18-21). A identificação se tornou, assim, politizada, pois esse processo de mudança da identidade conforme a representação do sujeito pode ser descrito como a mudança de uma política de identidade para uma "política de diferença" (HALL, 2005, p. 21).

Concordamos que a Nova procurava trazer em suas páginas uma nova concepção do que era ser mulher nos anos 1970 com suas dúvidas e reivindicações, concepção que as classificava como "modernas" ou "direitas". Mas era através de matérias e chamadas sobre comportamento sexual, que afirmavam que elas podiam exercer sua sexualidade fora do casamento – ainda que através de normas de condutas legitimadas pelos saberes que determinavam como deveriam ocorrer essas práticas –, que a Nova não estava, propriamente, incentivando-as a se tornarem "o objeto sexual assumido", mas a exigirem que os homens valorizassem-nas e assumissem um compromisso sério. Existia, entretanto, uma multiplicidade na representação das identidades das mulheres pela revista, pois, embora, os discursos das colunas sobre sexualidade possuíssem um cunho moralista através da noção do "certo e errado" das práticas, eles propunham a liberalização sexual ao incentivarem as práticas sexuais que fossem convenientes ao desejo das mulheres.

A Playboy estabelecia um padrão de beleza feminina nas suas capas, pois suas fotografias traziam a figura feminina adorada e desejada, e por isso mesmo suas modelos se

encontravam em poses e roupas sensuais. Havia, entretanto, um contraponto entre as imagens erotizadas das mulheres que posaram seminuas nas suas capas e a maneira como essas mulheres eram caracterizadas: modernas e independentes. Como podemos ver no pôster de Neide da Revista do Homem número 4 de novembro de 1975:

> Pragmática e responsável, como está na moda, Neide pode ser vista como uma moça simplesmente ambiciosa. Ou apenas realista. De qualquer forma, para ela, o desenvolvimento econômico antecede ao afetivo. (A Revista do Homem, 1975, p. 61)

E a matéria continua a descrevê-la:

> Por isso, não aceita a possibilidade de que um simples caso de amor venha a interromper sua carreira profissional, suas conquistas pessoais.
> – Já tenho um apartamento e um carro, comprados com o fruto do meu trabalho. Mas quero mais, muito mais: quero um apartamento de cobertura e uma casa na praia. (A Revista do Homem, 1975, p. 65).

A Nova Cosmopolitan, por sua vez, trazia nas imagens de capas a sensualidade feminina como atributo necessário às mulheres modernas como instrumento para seduzir e, consequentemente, "prender" os homens em relacionamentos duradouros, pois, de acordo com a revista, era da "natureza masculina" a falta de interesse nos relacionamentos sérios, e por isso as colunas insinuavam que os homens preferiam se "divertir" com as mulheres, como na coluna "Por que (sniff...) ele não telefonou?" de Sônia Beatriz na Nova número 3, de dezembro de 1973:

> Carlos confessou que é um Don Juan. Adora sair cada dia com uma garota nova, sem se fixar em nenhuma. "Sou muito moço para casar", foi a desculpa que deu.
> – E se a garota se envolve emocionalmente, se ela fica procurando você, daí o que você faz?
> Carlos diz que age como a maioria. Promete que vai telefonar (às vezes telefona mesmo... quando não tem programa nenhum) e desaparece por uns tempos logo depois. (BEATRIZ, 1973, p. 51)

A Nova Cosmopolitan informava às suas leitoras que elas podiam viver novos relacionamentos e possuir independência financeira, por outro lado, a revista criou nas suas capas um padrão de beleza magra e jovem e defendia a sensualidade feminina como uma característica naturalizada das mulheres e uma maneira de nivelar as discrepâncias nas relações entre os gêneros, como podemos ver na coluna "O Nosso Novo Mundo" que

introduzia a edição para as leitoras, da autoria da diretora da redação da revista, Fátima Ali[27]. Ao se referir ao texto "A garota feia", Fátima relatou a história de como a sua vizinha, uma pessoa comum, escrevera um artigo para a Nova. A diretora conta que Ângela morava no mesmo prédio que ela, e chamava sua atenção pelo fato de que não era bonita, mas "charmosa". Um dia Ângela apareceu na redação da Nova e pediu para colaborar com a revista, então, Fátima tomou coragem e a convidou para escrever sobre "Como uma garota feia consegue ser considerada bonita" (ALI, 1974, p. 04). A seguir a autora traz entre aspas a opinião de Ângela a respeito:

> Ângela acha que "as beldades representam a estrita minoria. O grande número, o bolo maior, é formado por mulheres comuns, sem nada de especial. É com essas mulheres que os homens casam, têm filhos, dividem a vida. Portanto, nada de se lamentar. O negócio é tomar providências." [...] (ALI, 1974, p. 04).

Quando Ângela se ofereceu para escrever a coluna para a Nova, a diretora viu a possibilidade de trazer dicas comportamentais para que as "mulheres comuns" se tornassem "charmosas". Desta maneira, para a revista as mulheres deveriam se enquadrar no seu padrão de beleza, e quando isso não fosse possível elas deveriam condicionar seus comportamentos, que eram consideradas pela Nova muitas vezes como "errados". O próprio texto afirmava que as mulheres "comuns" eram maioria e era com elas que os homens casavam e tinham filhos. Desta maneira apenas as mulheres deveriam modificar suas atitudes para que se tornassem mais adequadas pra os homens, enquanto que, por outro lado, essa responsabilidade não era conferida a eles.

Entretanto algumas colaboradoras da Nova Cosmopolitan estavam questionando suas funções na sociedade, o seu poder de escolha e decisão, tanto na vida pública, quanto na privada como podemos ver no trecho da coluna "Você teria coragem de cantar um homem?" de Márcia Lobo, na Nova número 33, de junho de 1976:

> [...]. O simples fato de tomar a iniciativa do romance, do contato físico, não tem, em si, nada de tão horrível, capaz de enlamear para sempre a honra de uma mulher honesta. Pelo contrário, se todas nós encarássemos com naturalidade o dar o primeiro passo, tudo seria muito mais simples, menos sofrido, nada traumatizante. Já imaginou que experiência libertadora

[27] Fátima Ali era a "fundadora" e diretora da revista Nova Cosmopolitan no Brasil, foi também vice-presidente do grupo Abril. Também na década de 1970 criou e fundou a revista Setenta, que foi a primeira revisa brasileira a publicar um editorial de moda apenas com modelos negros. Foi também a diretora e a responsável por implementar o canal MTV no Brasil. (Disponível em: <http://www.livrariacultura.com.br/scripts/resenha/resenha.asp?nitem=11031163>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

> podermos agir de acordo com nossos impulsos repentinos, como os homens fazem? (LOBO, 1976, p. 56).

E questionavam também o famoso padrão estético que diz respeito ao corpo magro, como vemos na coluna do número 33, edição de junho de 1976, de Nilcéa Nogueira "Uma mulher (gorda) à procura da sensualidade":

> Nunca soube. Não sei até hoje. Não sei nem porque considero a gordura imoral: se é pela exuberância ou por ser mesmo antiestética. Sei apenas que não gostava do meu corpo... porque ele não era bonito – era gordo. E levou muito tempo para que eu começasse a esquecer essa maldita palavra – GORDO – e descobrisse que aquele "invólucro mal-acabado" fazia parte de mim. Era o *meu* corpo e eu precisava assumi-lo. Precisava gostar dele, para gostar de mim. E precisava gostar de mim para amar e ser amada. Não como uma menina, mas como uma mulher. Inteira. (NOGUEIRA, 1976, p. 48).

Quando um certo padrão de beleza das mulheres era representado pela Nova Cosmopolitan, através das suas capas, anúncios publicitários e matérias específicas sobre o assunto, uma das características mais enfatizadas, de acordo com as nossas análises, era a sensualidade das mulheres. Ou seja, o corpo feminino não era visto através de um olhar mais conservador, os atributos femininos como os seios e os lábios cheios recebiam destaque com roupas decotadas, cabelos esvoaçantes e maquiagens que avermelhavam os lábios e enrubesciam a face.

Dentre as revistas que Sarti e Moraes analisaram; Carícia, Cláudia e Nova Cosmopolitan; a Nova possuía a imagem feminina que mais se "aproximava" daquela das revistas masculinas. Entretanto, em nossa análise da Nova e da Playboy, percebemos que a construção das figuras femininas nas suas fotografias em muito diferiam, embora houvesse o atributo da "sensualidade" como fator comum entre elas. Ou seja, as imagens femininas da Playboy e as da Nova eram constituídas por mulheres com apelo sensual ou sexual, embora esse apelo ocorresse de maneira mais sutil na Nova.

A Playboy através da seminudez das suas modelos, e das composições que as fotografavam muito aproximadamente ou de corpo inteiro, utilizava o jogo do velar e despir como uma maneira de sensualizar as mulheres. Desta maneira as suas capas apresentam as mulheres em um contexto de intimidade sexual, no qual elas se encontravam submissas aos desejos dos homens, eram representadas como fetiches sexuais. Na Nova Cosmopolitan as modelos eram representadas em um contexto diferenciado, pois a simplicidade da composição da figura feminina bem produzida sobre um fundo colorido, remetia às situações festivas, de *glamour* e elegância, o que sugere que as mulheres que posavam para a Nova eram

representadas como bem resolvidas, independes, participavam de eventos sociais e festas, e sabiam ser sensuais.

Miguel (2008) constatou a transformação nas capas da Capricho, nas quais a fotografia das mulheres que a estampam foram ficando mais naturais, seus rostos ganhando prioridade, devido a diversos fatores como, por exemplo, o desenvolvimento tecnológico da fotografia. Da mesma maneira, as fotografias nas capas da Nova e Playboy sofreram mudanças ao longo da década de 1970, mas também permanências, como é o caso das fotografias femininas na Nova Cosmopolitan, que criam a possibilidade de identificação por parte das leitoras. Percebemos que essas modelos possuíam algumas características em comum: eram sempre brancas, jovens e magras, geralmente bem vestidas e produzidas, mas especialmente possuíam como principal atributo a sensualidade. Já na Playboy as fotografias de rosto, mais aproximadas iam perdendo espaço com o passar do tempo, para a figura de corpo inteiro, que ganhava destaque na revista.