



MULHERES DE TPM: CORPO, CONSUMO E EDUCAÇÃO

Teresa Kazuko Teruya (DTP/UEM).

Samilo Takara (PPE/UEM)

Minicurso

INTRODUÇÃO

Este minicurso analisa os discursos emitidos nos textos selecionados do site da Revista TPM referentes ao manifesto “Você é Livre mesmo?”. Respaldados no eixo axiológico dos Estudos Culturais e nas teorizações foucaultianas e feministas, buscamos os enunciados emitidos por esse veículo de comunicação que desacomodam os estereótipos femininos dispersos pelas mídias.

Oksala (2011, p. 7) apoia-se nas proposições de Michel Foucault ao afirmar que estamos “dispostos a questionar a ordem social firmemente estabelecida, a abrir mão de todas as verdades petrificadas, agarrando-nos ao mesmo tempo a um frágil compromisso com a liberdade”. Esta autora observa que Foucault comparava seus livros como “caixa de ferramentas” em que os pesquisadores poderiam buscar auxílio as interpretações de diferentes discursos. O filósofo se dispunha a discutir o sujeito e as relações de poder em que estes são perpassados. Por criticar as “verdades totalizantes”, o pensador foi importante para muitos movimentos intelectuais e políticos que discutem poder, sexualidade, delinquência e psicopatologias.

Entre o período de publicação do manifesto da Revista TPM, no dia 4 de maio até o dia 12 de julho de 2012 foram disponibilizados 10 textos que discutem questões como maternidade, beleza, casamento e comportamento. Esse minicurso pretende apontar algumas das proposições apresentadas nos discursos da revista TPM e na discussão política que o manifesto “Você é livre mesmo?” oportuniza para as leitoras repensarem suas escolhas, seus comportamentos, suas maneiras de ver, pensar e agir no mundo.

Analizamos os discursos emitidos pela revista TPM como um artefato cultural. Assim como outras publicações, esta Revista mostra determinados padrões e sugerem



comportamentos. Que pedagogias se inserem nos discursos desse manifesto sobre a liberdade da mulher? Analisamos os discursos publicados com o intuito de discutir as questões de gênero como proposto para formação docente e para o uso das mídias na Educação.

DISCURSOS SOBRE AS MULHERES NA MÍDIA

Swain (2001, p. 69-70) é categórica ao afirmar que os artefatos culturais propostos às mulheres “desenham, em sua construção, o perfil de suas receptoras em torno de assuntos relacionados à sua esfera específica: sedução e sexo, família, casamento, maternidade e futilidades”. Vistas como consumidoras pelos discursos da mídia, percebemos que a feminilidade está amparada em adjetivos como “útil e dócil” e que as revistas para elas seria uma instrumentalização de práticas sociais e sugerem modos de ser, pensar e agir.

Fischer (2001) explicita que os posicionamentos do sujeito sugeridos pelas mídias propõem estereótipos condizentes com os discursos que remetem ao consumo ofertado pelos meios de comunicação. Kehl (2004, p. 179) contribui para visualizarmos as amarras de uma estética de corpo “malhado, sarado, siliconado”, em que o discurso da saúde – muito usado como apelo comercial – é contrariado com o intuito de demonstrar uma liberdade de ser, que pode ser perigosa, ao nos depararmos com imagens fixadas que, por vezes, diante dos espelhos nos tornam vazios.

Selecionamos quatro textos publicados na revista TPM que apontam as relações entre corpo, consumo e educação com objetivo de apontar as contribuições para “problematizar as narrativas que dão sentidos à cultura do consumo para atender os interesses da produção capitalista” (TERUYA, 2009, p. 156). Com a possibilidade de evidenciar diferentes discursos e proposições, entendemos que é “preciso desconstruir o discurso midiático e desnaturalizar o óbvio que está na aparência das coisas, com base no conhecimento científico, cultural e filosófico”. (*Ibid.*, p. 162)



Desse modo, selecionamos a revista TPM para discutir as proposições que ela apresenta como “negação do discurso das revistas femininas aqui¹ chamadas de tradicionais” (HOLLENBACH, 2005, p. 114). Suas leitoras não se interessam por romances e livros de autoajuda. Elas gostam de frequentar mostras de arte e viajar. Com o *slogan* “**TPM** – uma revista que não trata a mulher como idiota. Tem público, né?”, o veículo de comunicação explicita às suas leitoras o interesse em ser uma revista que proporciona um leque de possibilidades para a construção de uma identidade da mulher bem-sucedida e que não tenha como principal fundamento a sua vida amorosa e sexual (HOLLENBACH, 2005, p. 114-115).

Trabalhando com diferentes marcas discursivas, a TPM não se apresenta como uma revista de “mulherzinha”. Sua proposição é apresentar mulheres que “não seguem padrões e que não são sempre as mesmas, permitindo-se ter variações de humor” (HOLLENBACH, 2005, p. 115). A pesquisadora caracteriza a revista como uma mídia que transmite a ideia de “falar de si” e explicita a confissão, como ressalta Foucault. Lançada em 2001, a TPM “nasce para fazer um contraponto às revistas tradicionais, acusadas de ofender a inteligência e auto-estima das mulheres” (HOLLENBACH, 2005, p. 64).

Para Foucault (2009), o discurso traz consigo o falso e o verdadeiro em sua constituição. Ao constituir um sistema de “vontade de verdade”, o pesquisador explicita que esta ação pode ser reconduzida para vangloriar o saber como uma preciosidade. Marcada essa vontade, percebemos os movimentos internos nos discursos quando estes estão classificando, ordenando, distribuindo e assim, colaborando para pensarmos nas dimensões dos discursos que lhe proporcionam o *status* de verdade.

DISCURSOS: LIBERDADE OU PADRÃO?

“Você é livre mesmo?” é um manifesto desenvolvido pela Revista TPM da Editora TRIP e tem a colaboração política e profissional de Carol Sganzerla com o apoio de Paulo Lima, Ciça Pinheiro, Nina Lemos, Rafaela Ranzani, Ana Paula Wheba e Denise Gallo. Essa

¹ Nessa localização apontada pela autora, a referência do “aqui” seria a referência a sua dissertação de Mestrado “HOLLENBACH, Gabriela Boemler. **Sexualidade em revista**: as posições de sujeito em Nova e TPM. UFRS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2005. (Dissertação de Mestrado)”.



mídia está inscrita na pedagogia cultural ao fornecer às suas leitoras alguns discursos sobre o que é “ser mulher”. Ao perguntar sobre a liberdade de ser, a TPM também questiona os modos de pensar e agir de suas leitoras.

A proposição do manifesto é discutir e problematizar – no viés possível para um veículo de comunicação que possui patrocinadores, anunciantes e assinantes – discussões que quebrem “os novos clichês femininos e os velhos estereótipos, que cismam em reinventar desde o tempo de nossas avós”².

Verificamos uma busca por “autonomia” para que as mulheres não sejam oprimidas em suas decisões e escolhas sobre seus corpos. Esse manifesto tem o intuito de desconstruir os estereótipos de corpo, comportamentos e ideais que estão arraigados em nossa cultura e condena algumas posturas que são valorizadas em nossa sociedade.

Finalizando a redação do Manifesto, a frase de destaque nos permite possibilidades de discutir o que propõe politicamente esse movimento encabeçado pela revista TPM “Se liberdade é ser a mulher que você quer ser, diz aí: você é livre?”.

Para discutir tal liberdade, o manifesto apresenta quinze pontos que estão em circulação nas revistas femininas brasileiras. A ressalva feita pelos/as redatores/as desse manifesto é que se algum/a leitor/a acreditar que um desses pontos é possível pode procurar ajuda profissional.

1) ficar jovem para sempre, 2) botar silicone sem risco, 3) barriga zerada com aulas de 8 minutos, 4) ser linda, poderosa e feliz, aos 20, 30 e 40 anos, 5) *looks* certos para ter sucesso no trabalho, 6) pílulas que vão deixar cabelo, pele e corpos perfeitos, 7) feitiço do tempo: tudo para adiar (e muito) sua plástica, 8) ler nas cartas como despertar sua força interior, 9) ter qualquer homem, um superemprego, todo o tempo do mundo, 10) alcançar sucesso, dinheiro, glamour... e todos os homens aos seus pés, 11) fazer qualquer homem se comprometer, 12) a plástica *light*, 13) desvendar 100 dilemas amorosos, 14) superar a ex [esposa, namorada] dele na cama, 15) etc. etc. etc. (Manifesto “Você é livre?” – site da Revista TPM, 4 de maio de 2012, s/p).

Esses quinze tópicos foram retirados de capas de revistas femininas – concorrentes da revista TPM – assinalando o que o manifesto caracteriza como “desatinos”. Criticando

² O texto completo do Manifesto “Você é livre?” está disponível no site da revista <http://revistatpm.uol.com.br/manifesto>.



algumas das proposições midiáticas, culturais, políticas e sociais que marcam os comportamentos de mulheres e homens, o manifesto aponta questões para discutir como as intervenções midiáticas em espaços como embalagens de produtos e as questões de equiparação salarial entre mulheres e homens que exercem a mesma função ainda são percalços encontrados no dia-a-dia das mulheres. Outra discussão que o manifesto marca como pertinente é a constante aparição de “tanta mulher meio pelada fazendo papel de cenário em programas de TV”.

CONSIDERAÇÕES

As mídias transmitem diversos estereótipos que representam diversos sujeitos que consomem as informações, as imagens, os discursos e as experiências. Com a proposição de discutir a liberdade da mulher, a revista TPM apresenta uma leitura diferenciada das outras publicações especializadas femininas. A construção dos discursos e a apresentação de diversas histórias abrem possibilidades para que os modelos gerem identificações com as leitoras, oportunizando outros modos de ser emitidos pela revista.

Ao oportunizar o questionamento das normas vigentes, as mídias favorecem uma formação crítica para os sujeitos. As diferentes formas de visualizar as identidades femininas podem possibilitar, em um contexto pedagógico, em que alunos e alunas, professores e professoras possam questionar as padronizações e estereotipagens que ocorrem em nossa sociedade. Outro ponto positivo para a Educação é a contestação das “promessas milagrosas” que são incorporadas as capas das revistas para torná-las atrativas.

Encontramos nos textos do veículo, algumas possibilidades de repensar os modos de ser, pensar e agir como mulher. Desse modo, a igualdade de gênero e a proposição de diferentes caminhos favorecem a compreensão dos padrões estipulados que não garantem respeito às meninas da tão prometida felicidade dos contos de fadas. Questionar os discursos vigentes e desenvolver uma análise política e crítica sobre os discursos midiáticos também favorece a construção de uma leitura crítica e a formação de sujeitos que respeitem às diferenças e questionem as imposições que perpassam os discursos das mídias.



REFERÊNCIAS

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e Educação da mulher: Uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV. In: **Estudos Feministas**. 2/2001. Acesso em: 24 de abril de 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8642.pdf>. (586-599).

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 19. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

HOLLENBACH, Gabriela Boemler. **Sexualidade em revista**: as posições de sujeito em Nova e TPM. UFRS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2005. (Dissertação de Mestrado).

KEHL, Maria Rita. Com que corpo eu vou? In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004. (174-179).

OKSALA, Johanna. **Como ler Foucault**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SWAIN, Tania Navarro. Feminismo e recortes do tempo presente. In: **São Paulo em Perspectiva**. v. 15. n. 3, 2001. (67-81).

TERUYA, Teresa Kazuko. Sobre Mídia, Educação e Estudos Culturais. In: MACIEL, Lizete Shizue Bomura; MORI, Nerli Nonato Ribeiro (Org). **Pesquisa em Educação**: múltiplos olhares. Maringá: Eduem, 2009.

FONTE

LUNA, Fernando. **Você é livre mesmo?** Manifesto: Revista TPM. Editora TRIP. Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/manifesto>. Acesso em: 10 de jul. de 2012.