

ANA TELES DA SILVA

MULHER E DIFERENÇA CULTURAL EM UMA REVISTA
FEMININA POPULAR

PPGAS/ MN/ UFRJ
2004

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MULHER E DIFERENÇA CULTURAL EM UMA REVISTA
FEMININA POPULAR

Ana Teles da Silva

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social
Museu Nacional-UFRJ
Mestrado em Antropologia Social

Orientador: Prof. Luiz Fernando Dias Duarte
Doutor em Antropologia Social

Rio de Janeiro
2004

MULHER E DIFERENÇA CULTURAL EM UMA REVISTA FEMININA POPULAR

Ana Teles da Silva

Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social- Museu Nacional- Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre.

Aprovada por:

Prof. _____ - Orientador
Dr. Luiz Fernando Dias Duarte

Prof. _____
Dr. Gilberto Alves Velho

Prof. _____
Dra. Fabíola Rohden

Rio de Janeiro
2004

Silva, Ana Teles da

Mulher e diferença cultural em uma revista feminina popular / Ana Teles da Silva. Rio de Janeiro: UFRJ/MN/PPGAS, 2004. 98 Pp.

Dissertação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Museu Nacional, PPGAS.

1. Comunicação e cultura 2. Classes populares 3. Gênero 4. Tese (Mestrado - UFRJ/MN/PPGAS). I. Título: Mulher e diferença cultural em uma revista feminina popular.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Luiz Fernando Dias Duarte, pelas idéias preciosas que possibilitaram o iniciar e o continuar deste trabalho.

Aos professores do PPGAS a cujos cursos tive a oportunidade de assistir: Gilberto Velho, Otávio Velho, Lygia Sigaud, Márcio Goldman e José Sergio.

A Sérgio Chamorro e Evangelina Mazur, amigos e colegas do PPGAS, pelas leituras e comentários cuidadosos e por toda a ajuda e o carinho que sempre tiveram para comigo ao longo do curso de mestrado.

Aos amigos Aline Marinho, Liza Uema e Sérgio Martins Pereira por suas leituras e comentários fundamentais, por todo o seu incentivo e amizade e por tudo o que compartilhamos no tempo do IFCS.

À amiga muito querida, Constança Hertz, por todo seu incentivo e carinho.

A Iracy Sá de Souza, por todo o seu apoio.

Ao meu pai, Antonio Fernando, e à minha mãe, Branca, às minhas irmãs e aos meus avós e tios, por seu apoio.

A Kátia Geilling, Carolina Tárrio e Maristela Valladares, por terem-me recebido tão prontamente na redação da revista *VivaMais!* e por terem sido tão solícitas.

A Maria Elisa e Sarah Ellis por, generosamente, terem-me recebido em sua casa em São Paulo.

Às bibliotecárias do PPGAS, Carla Regina Paz de Freitas e Lourdes Cristina Araújo Coimbra, por sua simpatia e paciência.

Aos funcionários da secretária do PPGAS, sempre tão prestativos, Tânia Ferreira, Rosa Maria Gonçalves Pereira e Luiz Claudio Falcão.

À Capes, pela bolsa concedida, sem a qual este trabalho não teria sido possível.

RESUMO

SILVA, Ana Teles da. **Mulher e diferença cultural em uma revista feminina popular..**

Orientador: Luiz Fernando Dias Duarte. Rio de Janeiro: UFRJ/MN/PPGAS, 2004. Diss.

Este trabalho versa sobre a circulação de informação social entre os produtores e as leitoras de uma revista feminina popular. Toma-se, por hipótese, o pertencimento dos primeiros aos segmentos letrados, de camadas médias, e o pertencimento dos segundos aos segmentos populares da sociedade brasileira, buscando-se analisar de que forma coexistem, no universo social da revista, suas distintas visões de mundo. São analisados, para tal propósito, o discurso dos produtores sobre as leitoras e sobre as diversas seções da revista e, do lado “leitor”, são analisadas as cartas das leitoras e o material de entrevistas com algumas leitoras de bairro popular carioca.

ABSTRACT

Silva, Ana Teles da. **Gender and cultural difference in a womens' popular magazine.**

Tutor: Luiz Fernando Dias Duarte. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro/ Museu Nacional/ PPGAS, 2004, Master's thesis

This work is about the circulation of social information between the producers and the readers of a popular womens' magazine. Supposing that the former belong to the learned strata (middle-classes) and the latter belong to the lower-classes in Brazilian society, my intention is to analyse in what way their different worldviews coexist in the social microcosmos of the magazine. The analysis focuses upon the comments of the producers about the readers and the various sections of the magazine, on one hand, and the content of the readers' letters and of interviews made with some women living in lower-class neighborhoods in Rio de Janeiro, on the other.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I - Produtores	6
<u>1.1 A redação</u>	6
<u>1.2 Mediação</u>	11
<u>1.3 A realidade da leitora do ponto de vista dos produtores</u>	15
<u>1.4 Distanciamento entre leitora e produtor</u>	18
<u>1.5 A revista</u>	22
<u>CAPÍTULO II – Conteúdo da revista: uma mediação entre a leitora e o mundo</u>	24
2.1 Diagramação da revista	24
<u>2.2 As seções da revista</u>	25
<u>2.3 Projeto e trabalho</u>	37
<u>2.4 Explicando o mundo</u>	41
<u>2.5 Moralidade e sexualidade</u>	44
2.6 A revista como um modelo reduzido	50
CAPÍTULO III – Interação com a revista: a figura da leitora	54
<u>3.1 As cartas na revista</u>	54
<u>3.2 Características comuns nas diversas seções</u>	63
<u>3.3 Usos e apropriações</u>	76
<u>Considerações Finais</u>	89
<u>Bibliografia</u>	93
Anexos	98

Introdução

Nesta dissertação, procuro investigar a circulação de informação social entre segmentos sociais distintos da sociedade brasileira a partir do estudo de um periódico. Essa publicação é uma revista feminina popular chamada *VivaMais!*, publicada pela editora Abril. Trata-se de uma revista semanal com capa colorida e fotos de vários artistas famosos estampadas. No seu interior, as matérias versam sobre fofocas de artistas televisivos, resumo de novelas, dicas sobre como ganhar dinheiro, beleza, sexo, saúde, relacionamentos afetivos e um folhetim seriado que fica sempre na última página da revista. A revista não tem assinaturas, sendo vendida somente em banca.

Os leitores da revista podem ser considerados como pertencentes a segmentos mais populares. Segundo o *site* de publicidade da revista, 6% dos leitores pertencem à classe A, 33% à classe B e 45% à classe C. Embora, como bem aponta Nehring, tais classificações mercadológicas possam ser bastante vagas em termos de realmente definir um segmento social¹, podemos afirmar que é uma publicação voltada para segmentos de renda mais baixa. Além destas classificações mercadológicas do público, temos como indícios o preço como de um público (ao menos visado) e a proveniência² das cartas dos leitores. O preço da revista corresponde a aproximadamente um quarto do que custam outras revistas femininas da mesma editora.

Quanto ao gênero, 82% dos leitores são do sexo feminino e 18% são do sexo masculino³. Quanto à idade dos leitores 29% pertence à faixa dos 10-17 anos, 20% à

¹ Nehring aponta para a precariedade do critério definidor de classes sócio-econômicas utilizadas pelos anunciantes. “E o critério dominante é dado pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), que estabelece a classificação sócio-econômica dos entrevistados segundo uma escala de pontos dados: (a) à escolaridade do chefe da casa (o primário valendo 1 ponto e o superior completo 8 pontos) e (b) a itens de conforto familiar (televisão, carro, etc) (...) A aquisição ou não de um aparelho de TV pode levar o entrevistado que dormiu na classe B a acordar na A e vice-versa. Sem se dizer que as pesquisas realizadas pela Marplan cobrem exclusivamente as sete principais capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador e Recife). O Brasil-Leitor, nesta medida, termina por ser deduzido da “composição sócio-econômica das 7 principais capitais brasileiras” (Nehring, 1981:114)

² De fato, grande número de cartas provêm de regiões periféricas dos grandes centros como, por exemplo, a Baixada Fluminense e São Gonçalo no estado do Rio de Janeiro.

³ Em algumas passagens deste trabalho, refiro-me a leitores, considerando o fato de que a revista não é lida apenas por mulheres; no entanto, em outras, refiro-me a leitoras; isto se dá quando se trata de falar

faixa dos 18 a 24 anos, 32% à faixa dos 25 a 39 anos, 11% à faixa dos 40 a 49 anos e 8% a faixa de 50 anos ou mais. A venda por região do país é de 3% no Norte, 4% no Centro-Oeste, 15% no Sul, 14% no Nordeste e 60% no Sudeste. As vendas eram em média de 435.300 exemplares no primeiro semestre de 2000; já no primeiro semestre de 2002, estas correspondiam a 263 000. Esta queda nas vendas foi explicada por sua editora chefe como sendo decorrente de um aumento de 50% no valor do preço da revista. Quanto à venda por região, a Região Sudeste corresponde à maior vendagem, o que, segundo um gerente de publicidade da Ed. Abril entrevistado, é bastante comum para as publicações da Abril. A *VivaMais!* teria o que ele chamou de uma ‘identidade carioca’, pelo fato de 20% da sua vendagem corresponder ao mercado do Rio de Janeiro, enquanto que, geralmente, este mercado responde apenas a 10% das vendas.

A revista foi lançada em outubro de 1999, no contexto de um aumento de publicações de preço baixo destinadas a um público de menor poder aquisitivo.⁴ Segundo reportagens do jornal *Gazeta Mercantil*, a partir do Plano Real implantado em 1994, houve um crescimento do mercado de publicações populares. À época do seu lançamento, o jornal *Gazeta Mercantil* fez uma série de reportagens sobre o crescimento do setor de revistas populares no Brasil. Numa das reportagens, é dito que o investimento em revistas populares correspondia a uma decisão de um dos diretores da Abril de abrir mão do investimento em tecnologia – TV a Cabo, etc – e investir mais no “coração da Abril” – as revistas – e, conseqüentemente, no setor de informação. Segundo a reportagem, a meta era investir em um setor do mercado que, tradicionalmente,⁵ teria sido ignorado pelas editoras – as mulheres da classe C. Em uma

sobre representações de gênero no interior da revista, ou quando se trata de analisar o discurso dos produtores, que se referiam a “leitoras” e não “leitores”.

⁴ Como mostra reportagem do jornal *Gazeta Mercantil*: “Nos últimos dez meses, o segmento de revistas populares, que tem preço de capa entre R\$ 1,40 e R\$1,90, cresceu 70% em circulação e responde atualmente por uma receita de quase R\$3 milhões mensais. (...) Hoje cinco editoras, com 13 títulos, disputam o público classe “c”, que consome 1,7 milhão de exemplares por mês – até agosto do ano passado, apenas a Abril e a Alto Astral exploravam este mercado, somando cinco títulos publicados. Com a entrada da Ediouro, Símbolo e Escala, o segmento popular deve fechar uma venda de 21 milhões de exemplares em 1999, e uma receita aproximada de R\$35 milhões em circulação.” (Jornal *Gazeta Mercantil*, 22/07/1999)

⁵ Embora tanto os produtores quanto a reportagem da *Gazeta Mercantil* tenham enfatizado a novidade de uma publicação dirigida às mulheres de baixa renda, este dado merece ser relativizado. Em sua tese sobre revistas femininas e feminismo, Nehring fala das revistas de fotonovelas como revistas feitas para e consumidas por mulheres das classes populares. A primeira revista de fotonovela no Brasil foi publicada em 1947, de forma que se pode dizer que as publicações dirigidas às classes mais populares não

pesquisa sobre leitores, a editora Abril constatou que 50% das leitoras de *Ana Maria* – revista que abrange um público similar a *VivaMais!* – não tinha antes o hábito de ler revistas.

Tendo em vista que a revista é enunciada como uma tentativa de abranger um público novo, popular, procuro refletir, então, sobre as estratégias de alcance deste novo leitor. Quais são os mecanismos que permitem o alcance de um “público novo”, tal como é colocado no discurso da editora?

Quem são, então, estes indivíduos que produzem para um público com o qual não se costumava comunicar antes através de meios escritos? Como se dá a adaptação destes produtores a uma linguagem passível de ser apreendida e apreciada por leitores das chamadas “classes populares”?

Duarte e Velho, entre outros, têm trabalhado com a hipótese de que a cultura das classes populares seria holista ou hierárquica, em oposição à ideologia do “individualismo” dos segmentos letrados da sociedade.

Como lembra Duarte (2002), para Louis Dumont, o holismo seria uma propriedade estruturante de todas as sociedades “na medida em que têm que pressupor um agenciamento de sentido, uma cosmologia, a priori, e que têm que se fundar em algum tipo de ordem relacional nas suas formas societárias efetivas.” (Duarte, 2002:10). A ideologia do individualismo se constitui numa tentativa de negação deste esquema; no entanto, apenas a análise empírica pode determinar com qual intensidade e de que forma isto ocorre.

Para Duarte (1986), é uma tarefa sociológica importante perceber a distribuição ou presença da ideologia individualista no interior das sociedades modernas. Não é possível, nesse sentido, substantivar uma cultura individualista em determinada sociedade ou segmento social. É apenas face a uma cultura tendencialmente mais

constituem tanta novidade assim. (Nehring, 1981:93-5). Também já existiam há algum tempo as revistas de fofocas de artistas mais dirigidas às classes populares. (Mira, 2001:204). De qualquer forma, talvez mais importante do que discutir a veracidade ou não do fato das publicações populares constituírem uma novidade, seja perceber por que em tal momento se faz presente, por parte dos produtores e da editora, tal representação.

hierárquica e holista das classes populares que os segmentos letrados podem ser vistos como portadores privilegiados da ideologia individualista.

Nesta dissertação, pretende-se perceber de que forma se confrontam no universo social de uma revista dois grupos portadores de visões de mundo diferenciadas: os leitores, por um lado, os produtores, por outro. Buscaremos, sobretudo, entender como os produtores, jornalistas, identificados com os segmentos letrados da sociedade, se comunicam com leitores de classes populares.

Perceber a relação que se estabelece entre produtores e leitores significará:

1) entender de que maneira os produtores percebem os leitores e que tipo de relação é estabelecida com estes por meio da revista.

2) entender que tipo de imagem feminina é projetada na revista, tendo em vista os temas presentes na mesma, quais sejam: o do trabalho, o do mundo extradoméstico o dos relacionamentos e o da sexualidade.

3) entender que tipo de apropriação os leitores fazem da revista e de que forma estes aparecem no espaço da revista

No capítulo 1 procuro investigar as representações que os produtores têm acerca dos leitores. De que maneira eles falam sobre o seu público e o que os motiva a escrever para este público de determinada forma? Para tal, serão utilizadas entrevistas feitas com os produtores.

No capítulo 2, pretendo investigar a co-presença, na revista, de elementos da cultura popular com elementos da visão de mundo dos segmentos letrados. Para tal, serão analisadas as diferentes seções da revista, com ênfase naquelas que dizem respeito ao trabalho, ao mundo extradoméstico e à sexualidade.

No capítulo 3, serão investigadas as apropriações feitas pelos leitores da revista. As cartas dos leitores (eventualmente publicadas pela revista) serão analisadas de forma a se depreender o tipo de interação que é estabelecido entre o leitor e a revista e a forma

como o leitor aparece na revista. Serão analisadas também entrevistas com leitoras, de forma a investigar que tipo de apropriação é feita no processo da leitura da revista.

O período da revista que será analisado é o que vai de janeiro a outubro de 2002; foram escolhidos aleatoriamente dois exemplares de cada mês. Tal período foi escolhido por corresponder ao tempo em que se encontrava a mesma composição de membros da redação que foram entrevistados em minha ida à redação em julho de 2002.

Capítulo I – Produtores

Neste capítulo, procuro fazer uma descrição do espaço da redação, do processo de feitura da revista e dos jornalistas integrantes da redação. Objetiva-se compreender de que maneira os integrantes da redação referem-se aos leitores da revista.

1.1. A Redação

A composição da redação

No período da revista que será analisado a redação da revista era composta pelos seguintes cargos: Diretora de redação, Redatora-chefe, Editores, Repórteres, Chefe de Arte, Diagramador, Coordenador de fotografia, Atendimento ao leitor. A composição, em termos das pessoas que trabalham na redação, é bastante flutuante. A revista foi lançada em outubro de 1999. Em fevereiro de 2003, já não havia mais nenhuma pessoa da redação original ainda trabalhando⁶. Ao olhar os expedientes da revista ao longo dos últimos três anos, pude perceber que as pessoas permanecem em média por dois anos na redação de *VivaMais!*. Além dos membros fixos da redação, existem também os *free-lancers* que contribuem para a revista. Os *free-lancers* são pessoas que estão em outras cidades (Belo Horizonte, Salvador e Rio de Janeiro) e mandam matérias. No Rio de Janeiro, fica uma *free-lancer* fixa, que trabalha em uma sala onde funcionam outras sucursais de revistas da Abril. O fato de a maior parte dos artistas televisivos

⁶ A alta rotatividade no meio jornalístico é algo comum a vários veículos, como sugere Lins da Silva, ao afirmar que a taxa de rotatividade nas redações é maior do que em qualquer outro negócio. (Lins da Silva *apud* Vidal e Souza, 2003:64)

concentrarem-se no Rio de Janeiro justificaria a necessidade de haver uma *free-lancer* fixa.⁷

Tais pessoas não foram entrevistadas, em parte pelo fato de estarem em outras cidades e em parte pelo fato de que elas não fariam tanto parte da redação como as outras. Estas vivem em outros Estados, e não participam da redação. Uma das responsáveis pelo atendimento ao leitor foi entrevistada, pois, embora não participe diretamente da elaboração da revista, constitui de certa forma uma ponte entre o leitor e a revista, trazendo para os jornalistas da redação que tipo de matérias os leitores gostariam de ver publicadas.

A redação é composta por pessoas jovens (ninguém me pareceu ter mais de 35 anos) que se vestem de maneira bem informal – calça *jeans*, camiseta e tênis. Muitas vezes, colocavam música *techno* ou eletrônica para tocar na redação. Uma das entrevistadas falou-me que o horário de trabalho, em geral, é de 10 horas da manhã às 8 horas da noite. Segundo ela, este horário não era considerado pesado pelos colegas que trabalham em outras redações. O único dia considerado mais pesado é a segunda-feira, quando há o fechamento da revista.

Os membros da redação

Carolina⁸ – Diretora de redação. Formou-se em jornalismo na Unicamp. Permaneceu na revista no período de dezembro de 1999 até o final de 2000. Antes de trabalhar na *VivaMais!*, trabalhou na revista *Contigo!*, revista de fofocas sobre a vida de *famosos*, também da editora Abril.

Claudia – Editora–chefe. Formou-se em Jornalismo na PUC de São Paulo. Permaneceu na *VivaMais!* entre Setembro de 2000 até o final de 2002. Antes de

⁷ Pelo que pude aferir a partir da entrevista com a repórter *free-lancer* do Rio de Janeiro, por *free-lancer* fixa se entende a pessoa que recebe um salário fixo (aproximadamente um terço do que ganham os contratados da redação), sem nenhuma contratação formal.

⁸ Os nomes dos produtores a que me refiro nesta dissertação não foram alterados. Isto porque não haveria sentido em proteger suas identidades, já que seus nomes aparecem no expediente de cada uma das edições da revista, sendo, portanto, uma informação de domínio público.

trabalhar na *VivaMais!*, trabalhou na *Veja*, revista de informação semanal, e na revista *Claudia*, revista feminina, ambas revistas da editora Abril.

Kátia G. – Editora. Formou-se em jornalismo na PUC. Antes de trabalhar na *VivaMais!*, trabalhou como *free-lancer* em uma revista de saúde da editora Abril. Entrou na *VivaMais!* no final de 2001.

Maristela – Repórter da sucursal do Rio de Janeiro. É *free-lancer* contratada pela editora. Cursa jornalismo na Faculdade da Cidade, no Rio de Janeiro.

Lilian – Repórter. Formou-se em jornalismo na Unesp de Bauru. Antes de trabalhar na *VivaMais!* trabalhou em jornais de São Paulo. Permaneceu na *VivaMais!* de maio de 2000 até março de 2003.

Mauro – Editor. Formou-se na Faculdade Cásper Líbero em São Paulo. Trabalhou em programas de rádio. Antes de trabalhar na *VivaMais!*, trabalhou na *Contigo!* e fez um curso de filosofia e mídia em Londres. Permaneceu na revista durante o período que vai de fevereiro de 2001 até o final de 2002.

Kátia S. – Atendimento ao leitor. Cursa publicidade na Faculdade Anhembimorumbi em São Paulo. Antes de trabalhar na *VivaMais!*, trabalhava na loja de seu pai. Permaneceu na *VivaMais!* de setembro de 2000 até o final de 2002.

O espaço da redação

A produção da revista se dá no interior de uma sala no 5º andar de um prédio da Editora Abril em São Paulo. Neste mesmo andar, ficam as redações das outras revistas do núcleo de Alto-Consumo.⁹ Na entrada da sala fica a secretária da redação e, a seu lado, as duas moças que trabalham na sessão de atendimento ao leitor. Ao lado do

⁹ Ao núcleo de Alto-Consumo pertencem as revistas *Ana Maria*, *Contigo!*, *VivaMais!*, *Manequim* e *Minha Novela*. Todas têm por característica serem revistas semanais e que são dirigidas às mulheres das “classes populares”, como vem escrito no encarte, feito para atrair novos anunciantes, do setor comercial da Abril. Tais revistas pertenciam antes ao núcleo de revistas femininas da Abril. Segundo uma das editoras entrevistada, o núcleo de Alto Consumo foi criado em 2002 com o objetivo de juntar as revistas que teriam tiragens maiores.

atendimento ao leitor fica a editora de fotografia e, do lado desta, a editora chefe numa semidivisória. Diante de cinco computadores, no meio da sala, ficam as duas repórteres e os dois editores; o terceiro repórter estava de férias quando da minha ida. Num outro canto, ficam as quatro pessoas que trabalham na seção de arte e diagramação. No canto oposto a esse, fica uma mesa com vários jornais e revistas e uma televisão ao lado. A redatora-chefe fica ao lado dessa mesa. Em uma das paredes ficam as várias edições da revista com o número de vendas estampado. Ao lado dessas revistas fica um mural.

Conteúdo do mural:

1 – Tabela com os resultados dos jogos da Copa de 2002.

2- Seis fotos impúblicas enviadas pelos leitores – sendo estas: uma foto de uma mulher tomando banho de sol ao lado de um rio e trajando um biquíni fio dental, duas fotos de mulheres de lingerie deitadas em uma cama, duas fotos de homens de cueca em uma cama, uma foto de uma menina de aproximadamente uns sete anos de idade grelhando uma cabeça de porco.

3 – “Pérolas” da concorrência, como me disse a editora chefe Carolina T.: duas manchetes de outras revistas. Uma dizia: “craques voltam rumo ao exterior” e a outra dizia: “quem ama com inteligência sabe o que é fundamental”. Quanto a esta segunda manchete, a editora chefe comentou que não queria dizer nada, era vazia de sentido.

4- Lista dos mandamentos que devem ser seguidos antes da publicação de algum texto.

5- Lista dos nomes mais exóticos, como me disse a editora Kátia G., dos leitores. A lista foi elaborada pela pessoa responsável pelo atendimento ao leitor e se compõe de nomes de leitores que se corresponderam com a revista.

Alguns nomes que estão na lista: Jeminiana, Nikilanda Fernanda, Serápia, Ginaldo Amiguinho, Byanka Kharolyna, Gemima, Nauta, Zandra, Jutécia, Zipora, Wescley, Francisco Diavis, Emerenciana, Hiandra, Nande Rafael, Francinery.

A produção da revista

A revista sai nas bancas às terças-feiras. Na segunda-feira, há o fechamento da mesma e a reunião de pauta. Em geral, cada um dos integrantes da redação é responsável por uma ou mais seções. Algumas seções são “nômades”, nos termos de uma editora, ou seja, não há uma pessoa fixa designada para fazê-la. As matérias, depois de escritas, são enviadas para a redatora-chefe ou para a editora de redação e, uma vez aprovadas, são mandadas para o revisor, que depois as reenvia para a editora de redação. Os espaços destinados aos anúncios já vêm fixados pelo setor comercial e a redação deve posicionar as matérias de acordo com esses espaços já pré-fixados. Além das matérias que são escritas na própria redação, existem as matérias que são escritas por *free-lancers* e que devem passar pela aprovação da redatora-chefe ou da editora de redação. Muitas das matérias são feitas com reaproveitamento de material de outras revistas da Abril. O reaproveitamento de matérias se dá com a ida de integrantes da redação ao Dedoc, centro de documentação da editora, onde se encontram todas as edições passadas de suas publicações. Segundo me informou um dos editores da revista, pode-se reaproveitar matérias de revistas que tenham saído das bancas há apenas uma semana.



A primeira pessoa que entrevistei foi a diretora de redação. A entrevista foi conduzida dentro de um espaço delimitado por uma divisória onde fica a sua mesa. As outras entrevistas foram realizadas na sala da redação – a única divisória nesta sala é a da diretora de redação – de forma que as outras pessoas presentes muitas vezes ouviam o que estava sendo dito, havendo inclusive interferências, no sentido de complementar as respostas, por parte da diretora de redação. Apenas uma entrevista foi conduzida fora

da redação por escolha da própria entrevistada - num saguão ao lado de uma cantina no prédio da Abril. Além disso, a repórter da sucursal do Rio foi entrevistada na sala na qual trabalha no Rio de Janeiro, onde, embora houvesse outras pessoas presentes, nenhuma delas trabalhava para a revista *VivaMais!*.

Ainda que as entrevistas tenham sido na sua maioria conduzidas dentro da redação, percebeu-se falas diferentes por parte de cada um dos entrevistados acerca da revista e dos leitores. Essas diferenças podem-se dar em função dos diferentes cargos ocupados por cada uma das pessoas entrevistadas e, nos dois casos em que a entrevista não foi feita dentro da redação, também pelo fato de ter havido uma maior privacidade. No que tange aos diferentes cargos, percebi, por parte da diretora de redação, uma preocupação em me apresentar à revista. Toda a minha entrada no espaço da redação foi feita por seu intermédio. Quando telefonei para a redação pela primeira vez, explicando o meu trabalho e manifestando minha intenção de entrevistá-los, responderam-me que a diretora de redação estava viajando e que eu teria de falar com ela. Uma vez lá, só pude conversar com as outras pessoas depois de ter falado com ela e de ter sido apresentada por ela aos outros. Uma das repórteres, inclusive, pediu a sua permissão para me mostrar cartas de leitores.

Além da diretora de redação, também precisei pedir permissão à redatora chefe para ir lá. A repórter que quis ser entrevistada em separado comentou comigo que achava que as outras pessoas na redação falavam comigo de uma maneira muito formal, parecendo ter bastante cuidado com o que diziam. Percebi, na entrevista com a responsável pelo atendimento ao leitor, uma disponibilidade maior em termos de tempo dispendido na entrevista, se comparada aos outros entrevistados. Talvez esta maior disponibilidade esteja relacionada à natureza diferente do seu trabalho na redação, não tendo ela prazos rigorosos a cumprir, pois não escreve na revista. Quanto ao local da entrevista, pareceu-me que a situação de estar fora da redação (como nos casos da repórter da sucursal do Rio de Janeiro e da repórter que não foi entrevistada dentro da redação) permitiu uma maior flexibilidade na fala sobre a própria revista.

1.2 Mediação

A diretora de redação, Carolina, apresenta a intenção de criar na revista um espaço de mediação entre o leitor e as notícias veiculadas em outros meios de comunicação. A publicação de certas notícias é pautada pela preocupação em apresentar à leitora informações que lhe sejam úteis e explicadas numa linguagem mais acessível. A revista é um negócio - afirma Carolina - não se pode esquecer disso, mas há a preocupação em ajudar a leitora. Desta forma, não deixará de informar a leitora de uma nova lei do governo, se isso for útil para ela, só porque esse assunto possa não ser “interessante”.

Uma das formas de alcançar o leitor, então, é através da “tradução”. As notícias que são veiculadas em outros meios e são úteis para a leitora, são “decupadas” em forma de pequenas notinhas na sessão *A Semana*:

Aí a gente foi tratando de um assunto da semana, tentando explicar e tal; e agora é um resumo de alguns fatos da semana que a gente acha ou que a gente pode dar uma “decupada” pra essa leitora entender um pouco mais, tentar entender o que está acontecendo; ou, de repente, de coisas que ela não viu na televisão e que são curiosas, ou são úteis e que podem servir pro dia-a-dia dela. (Carolina, diretora da redação)

Entre os dez mandamentos - produzidos em reuniões de pauta, sobre o que deve ser levado em conta na escrita de um artigo - que ficam num mural da redação, estão os seguintes, que também demonstram uma preocupação de se fazer com que a revista exerça o papel de “tradutora” para a leitora:

1) *Foi usado algum termo estranho, tipo Morumbi-Fashion, America's Cup ou Prêmio Shell? Eles foram devidamente explicados?*

2) *As siglas tipo FGTS, PIS, PASEP, foram devidamente traduzidas?*

A “decupagem” de notícias e palavras pode ser entendida enquanto uma mediação exercida pela revista entre outros veículos jornalísticos e a leitora,

“decupagem” esta que tem como preocupação trazer notícias ou termos que possam ser úteis e entendidos pela leitora.

A temática da mediação foi muito trabalhada pela antropologia em situações onde estão presentes relações entre categorias sociais distintas. Em algumas situações, a atuação do mediador pode estar diretamente relacionada à *coexistência de múltiplos níveis de cultura*. Nestas situações, o mediador pode atuar como *intérprete* entre diferentes níveis culturais (Velho e Kuschnir, 1996:100). Uma destas situações pode ser a de sociedades complexas em que o individualismo e o holismo aparecem em combinações híbridas, onde o mediador “por todas as suas características, expressa dramaticamente as tensões e conflitos entre essas visões de mundo.” (Velho e Kuschnir, 1996: 106)

Além da revista exercer uma mediação que poderia ser pensada como tendo um caráter mais didático, na medida em que há uma preocupação em explicar aquilo que é visto como sendo importante para a leitora e de que ela não poderia se apropriar sozinha, segundo a opinião dos produtores, há também uma mediação menos didática, que pode ser relacionada à situação, referida por Velho e Kuschnir, em que se confrontam visões de mundo individualistas com visões de mundo holistas. É neste sentido que podemos entender como a revista pode, em alguma medida, difundir valores típicos de uma visão de mundo identificada com o individualismo e relacionada com a psicanálise. Um destes valores é a preocupação que tanto o editor Mauro, quanto a diretora de redação Carolina expressaram: a de não criar na revista a figura da mulher submissa ao homem, ou que não possa ser feliz sem um homem ao lado:

A gente tem uma preocupação de quando fala, falar com a mulher. Eu acho que obviamente ela quer agradar ao seu homem, a intenção é ‘quero ter uma relação melhor com o meu homem’; a linguagem que a gente usa aqui é falar com ela, pra ela, e não pro marido. Às vezes, a gente faz uma matéria de uma massagem e a gente sempre fala ‘faça nele e depois peça para ele fazer em você depois’; a gente até pode estar sendo mal interpretado, a gente nunca sabe como as pessoas recebem o que a gente faz; mas, em nenhum momento, a idéia é de transformar a mulher em submissa, nem em gueixa,

nada nesse estilo. A gente está tentando dar dicas de como ela pode melhorar o relacionamento dela com o marido, ou de como ter um relacionamento legal, nunca o foco é ‘agrada a seu homem’; sempre que a gente faz uma matéria, o foco é ‘o que que agrada a você? Tente se conhecer mais, tente falar mais de suas preferências, tente buscar as coisas que agradam a você’.

(Carolina, diretora de redação)

Ora, tais valores de busca da autonomia e não submissão da mulher em relação ao homem em muito podem estar relacionados a difusão generalizada da psicanálise.¹⁰ Santos (1987), analisando a difusão da psicanálise, observa a mudança que sofreu a coluna de aconselhamento da revista feminina *Claudia* publicada pela editora Abril. A autora compara as diferenças de aconselhamento entre a primeira consultora – leiga - e a segunda – psicanalista - que substituiu a primeira em 1963:

Se D. Letícia, consultora leiga, apoiada solidamente no conhecimento da tradição que sua experiência e sabedoria lhe conferem, exorta, aconselha e propõe soluções para as dificuldades de suas leitoras, Carmem da Silva, psicanalista, ancorada no conhecimento e na experiência profissional, será veículo de novos valores que equiparam o homem e a mulher, evitando, porém, tanto quanto possível, o recurso ao aconselhamento direto. (Santos, 1987:87)

¹⁰ Como sugerem Franchetto et aliii, o surgimento do feminismo está ligado às ideologias individualistas e à psicologização acarretada pela difusão da psicanálise, na medida em que “combina na mesma luta política a substantivação da cidadania das mulheres. Ora, ocorre que essa dupla direção encaminha uma *individualização* da mulher de certo modo similar à do sexo masculino, já constituída.” (1981:39) O ideário de igualdade entre homem e mulher deriva também, então, dos ideais iluministas de cidadanização. Entretanto, tanto a psicanálise quanto o ideário feminista de igualdade dos gêneros são derivações da ideologia individualista. A diferença pode estar no primeiro caso num individualismo romântico, e, no segundo caso, num individualismo iluminista, que tem como ideal o autocultivo. Nos termos de Simmel, individualismo quantitativo e individualismo qualitativo. (Simmel, 1971:224)

Santos, se debruça, então, sobre a mudança de valores que é engendrada no interior desta coluna de aconselhamento. No primeiro momento, o aconselhamento é baseado em uma idéia de moralidade, na qual as soluções para os problemas conjugais são aquelas que têm em vista a estabilização do casamento. Já no segundo momento, o aconselhamento se baseia em um questionamento e problematização das situações; há um estímulo para que a leitora baseie suas escolhas em desígnios e situações individuais e não em costumes e tradições. A ênfase é, desta forma, na autonomia e independência da mulher.

1.3. A realidade da leitora do ponto de vista dos produtores

A diretora de redação, Carolina, acentua que a revista deve estar próxima à leitora, dar conselhos e orientações que sejam possíveis de serem seguidos por ela e ser uma instância em que ela possa se reconhecer:

Provavelmente, para uma pessoa como a nossa leitora, eu acho que não faz o menor sentido ela ... se ela vê numa matéria de beleza, um produto caríssimo, uma modelo loira, linda e magra que não tem nada a ver com ela, eu acho que fica uma coisa totalmente inatingível, quer dizer, pra gente também fica, sei lá... Eu leio a *Nova* ou a *Claudia* e eu também não me reconheço... Eu não sou aquela mulher... Então, a gente tenta falar com ela, a idéia é um pouco essa, estar próxima e falar com ela da realidade dela, dentro do que é possível, do universo dela e não mostrar uma miragem ou um ideal aonde ela deveria chegar; muitas revistas funcionam um pouco assim, mostram um universo ideal ao qual você aspira. A gente procura fazer uma coisa mais lado a lado, mais de companhia, não tem nenhuma receita milagrosa pra mostrar pra ela, ela que faz... as soluções vêm muito delas

mesmas, os eventos vêm delas mesmas, ou delas ou de pessoas que são como elas, que estão ali inseridas na mesma realidade que elas.

Ela fala também do esforço inicial feito na revista para conhecer e se adaptar à linguagem da leitora:

Então, nesse começo em que chegou muita carta, muita coisa, todo mundo ficou lendo e tentando entender que linguagem que elas usam, que termos, se a gente estava usando os termos adequados, se era difícil, como é que era a compreensão e também vendo um pouquinho o que que elas queriam, qual que era o jeito dessa leitora, como é que era a família dela e tal; e aí, conforme a gente foi experimentando, a gente foi adaptando.

Podemos ver também na fala do editor Mauro e da repórter Lilian a preocupação em apresentar uma proximidade com a “realidade” da leitora. O editor Mauro comentou ter feito mudanças na sessão de Moda. Antes, na sessão de Moda, apresentavam-se fotos de artistas famosas e teciam-se comentários sobre as suas roupas. Agora, a sessão de Moda apresenta fotos de mulheres comuns andando na rua; ao lado dessas fotos, aparecem tarjas com os dizeres “*Certo*” ou “*Errado*” e comentários sobre as roupas que estão usando. Falou que achou melhor mudar a sessão, mostrando roupas que pudessem ser mais “usáveis” pelas leitoras. Quando insere foto de alguma artista famosa, estas estão usando roupas mais baratas, que podem ser copiadas pela leitora.

Ao falar sobre o folhetim seriado que escreve na última página da revista, inspirado em cartas de leitoras, o editor Mauro menciona que procura se adequar à realidade das leitoras usando cenários e expressões que lhes sejam familiares. Comenta a respeito dos “galãs” desses folhetins: “é o carteiro, mas ela gosta dele”. A repórter Lilian falou do cuidado que tem, ao tratar de matérias de saúde e beleza, em não falar sobre tratamentos dentários - que poderiam ser muito caros para as leitoras de

VivaMais!. Sempre que pode, fala de algum chá ou produto barato que ajude a prevenir as cáries.

Podemos perguntar se, ao querer criar uma proximidade com a leitora, uma revista que mostre aquilo que é possível de ser seguido por ela, os produtores não estariam de alguma forma refletindo um certo “gosto da necessidade”. Bourdieu (1985:441) fala do “gosto da necessidade” como aquelas escolhas coerentes com o “habitus”, que se formam a partir de determinadas necessidades econômicas, mas que não são explicadas unicamente por elas, visto que tais escolhas podem sobreviver a situações em que a necessidade econômica não está mais presente:

Ainsi, bien qu’elles puissent sembler se déduire directement des conditions objectives puiqu’elles assurent une économie d’argent, de temps e d’efforts en tous cas peu rentables, les pratiques populaires ont pour principe le choix du nécessaire (“ce n’est pas pour nous”), au sens à la fois de ce qui est techniquement nécessaire, “pratique” (ou, dans un autre langage, fonctionnel), c’est-à-dire nécessaire pour être “comme il faut, sans plus”, et de ce qui est imposé par une nécessité économique et sociale condamnant les gens “simples” et “modestes” à des goûts “simples” et “modestes”.

O “gosto da necessidade” se refere, para Bourdieu, a um gosto presente nas classes populares. Será que esta afirmação de alguns dos produtores de que se deve apresentar indicações possíveis de serem seguidas pela leitora pode ser relacionado a uma sensibilidade a um “gosto das classes populares”, ou a uma representação do que possam ser os gostos e escolhas de uma outra classe?

Hoggart (1973:123) descreve as classes trabalhadores inglesas do início do século XX como sendo interessadas principalmente em fatos e informações que são bastante concretos.

O problema da relação com “Eles” (sejam “Eles” quem forem) integra-se, em última análise, na relação mais geral com tudo o que não faz direta e

intimamente parte do nosso universo local. Esta divisão do mundo em “Nós” e “Eles”, tal a praticam os membros das classes proletárias, constitui pois sintoma da dificuldade que sentem em compreender problemas abstratos ou gerais.

É interessante comparar estes apontamentos com os seis primeiros mandamentos da lista dos 12 mandamentos a serem seguidos.

- 3) *A matéria é útil para a nossa leitora?*
- 4) *Se não é útil, ela é notícia?*
- 5) *Você pode dar um serviço com endereços e telefones?*
- 6) *Todas as fotos têm legenda? Em caso negativo, peça uma!*
- 7) *Os personagens da matéria estão identificados?*
- 8) *Os personagens têm “nacionalidade”, isto é : paraibano, alagoano, mexicano, americano...e profissão?*

Nos primeiros dois mandamentos está presente um questionamento a respeito da utilidade que alguma determinada matéria teria para a leitora. Parece estar aí a convicção de que aos leitores só interessaria aquilo que poderia estar estreitamente ligado às suas necessidades ou algo que seja imprescindível que saibam.

1.4. Distanciamento entre leitora e produtor

Por um lado, observa-se a tentativa de criar uma revista que seja próxima e útil ao leitor; mas, como os produtores se colocam com relação ao leitor, que relação de proximidade ou distância é construída com relação a este?

Na fala de todos os produtores está presente, em alguma medida, o distanciamento com relação aos leitores ou à revista. A construção de uma distância com relação ao leitor pontua a fala de Kátia S., responsável pelo atendimento ao leitor. A posição que ela ocupa na redação é de intermediadora entre os leitores e a redação. Seu horário de trabalho é das 9 horas da manhã às 6 horas da tarde, sendo diferente dos outros membros da redação, que geralmente entram às 10 horas da manhã e saem às 8 da noite. Seu horário de almoço também é diferente, almoçando mais cedo que os outros. Suas tarefas de atendimento consistem em responder a cartas – todas as cartas de leitores são respondidas, a maioria através de respostas padrão - e atender a telefonemas de leitores. Recebe também *e-mails*, embora em menor proporção que as cartas. Seleciona as cartas por seção da revista e entrega-as às pessoas da redação correspondentes a cada uma das sessões. Participa também das reuniões de pauta, especificando pedidos de matérias que estão sendo recorrentemente solicitadas pelos leitores.

Num trecho de sua fala, Kátia menciona a sua diferença com relação às outras pessoas da redação que não têm contato com os leitores, ao mesmo tempo em que acentua a sua diferença também em relação aos leitores:

Eles (**a redação**) não têm contato direto com a leitora, eles lêem as cartas e tal, mas não falam com elas; eles nunca levaram uma bronca de leitor; eu não estou falando com a minha mãe ou com uma amiga, eu tô falando com uma pessoa (**se referindo ao leitor**)... uma pessoa que já não entende o que tá escrito, eu falando ela vai entender alguma coisa? não vai...então, às vezes elas ligam com um nome diferente, eu pergunto só uma vez...por mais estranho que seja o nome ...sabe, é muito diferente do que a gente tá acostumado, você não ligaria para uma revista para perguntar por que que...? Sei lá, num sei, não me ocorre nenhuma dúvida... eu nunca liguei para uma revista, nunca mandei carta, jamais faria isto, sei lá, posso conversar com a minha mãe...

Em alguns momentos, o discurso sobre a distância com relação ao leitor tomou a forma de uma “exotização”. Assim, a responsável pelo atendimento ao leitor, Kátia S. coloca no mural uma lista dos nomes mais “exóticos” dos leitores como me descreveu a editora Kátia G., depois de uma certa hesitação, ao me ver olhando a lista no mural. De fato, a lista contém 60 nomes que a Katia S., a responsável pelo atendimento ao leitor, considerou pouco comuns; muitas vezes são nomes com ortografias diferentes da ortografia portuguesa, dando a impressão de terem sido tentativas de imitação de nomes presentes em seriados americanos.

Além disso, Kátia S., ressalta, ao longo da sua entrevista, ao contar sobre as diversas características dos leitores, que ela percebe, através das cartas, que eles teriam o que ela denominou “uma lógica diferente da nossa [referindo-se a ela e à pesquisadora]”. Esta “lógica diferente” se refletiria na confusão entre anúncio e matéria, a colocação de Ceps “inventados”, a não distinção entre a Rede Globo, o SBT – emissoras televisivas - e a revista:

Elas perguntam pra gente se o Netinho (cantor que apresenta um programa de televisão chamado “Um Dia de Princesa”, no qual ele busca realizar o sonho de alguma espectadora, em geral pobre ou de um bairro da periferia) só faz o programa “Um dia de Princesa” em São Paulo. Eu respondo que, infelizmente, eu não sei, eu não trabalho com ele, eu trabalho na editora Abril . Quem me ouve falando isso, acha que é brincadeira (...) são coisas assim... que nunca passou pela sua cabeça e não deixa de ter lógica uma pessoa que não tem noção, que mora numa cidade que tem pouquíssimos habitantes (...) de identificar e de não identificar. Eu gosto quando elas falam: eu lembro que eu vi tal coisa na revista, assim, assim, assim. Tem coisas que elas não viram na revista, mas elas acham que viram, a gente não tem muito como ajudar... Eu falo pra elas: eu não acho, não acho, eu não sei. Outra coisa, elas não têm noção da diferença de anúncio, de matéria, de classificado; se, num determinado supermercado, ela tiver o anúncio da coloração, o cara não quiser trocar, ela vai ligar para cá e vai reclamar com a gente; se o cara não quiser trocar, sabe-se lá por quê, na farmácia “Pague

Menos”, se o cara não quiser trocar porque não tá a fim, ela vai ligar aqui para reclamar com a gente...

Discurso semelhante encontramos na fala da repórter Maristela, ao comentar o fato de que os leitores teriam uma expectativa equivocada com relação à revista.

São cartas que os leitores mandam, a *VivaMais!* recebe muitas cartas. Carta de gente querendo saber assim: ‘Ah o meu maior sonho é conhecer o Gugu, o Gugu tem que ser o meu padrinho, vocês têm que intermediar’. A revista não tá ali para intermediar nada, ela tá ali para passar informações.

Vê-se também, por outro lado, um encantamento com o leitor. O editor Mauro fala da *VivaMais!* como a revista da Abril que tem a maior comunicação com os leitores; admira-se da confiança que as leitoras depositam na revista expondo detalhes de suas vidas. Mauro fala também sobre o fato de ficar espantado ao ver fotos das leitoras, ao afirmar que “nas fotos, elas aparecem naquelas casinhas pequenas ... que mal dá um fogão e uma geladeira, mas elas tão lá com o marido e você vê que elas são felizes.”

A responsável pelo atendimento ao leitor, Kátia S., fala sobre a sua “descoberta” dos leitores no início do seu trabalho na redação:

Quando eu comecei a trabalhar aqui, nossa... era muito legal; hoje também, mas hoje não é novidade mais; mas antes, cada *e-mail* que eu abria, cada carta que eu pegava, cada telefonema....antes eu voltava do trabalho cada dia mais maravilhada, tem umas coisas que são tão absurdas, que são fora da minha realidade...

É importante enfatizar que a própria idéia de que os leitores seriam diferentes dos produtores e de alguma forma mais desprovidos não é consensual como se pode ver na opinião da repórter Lilian:

Acho que está tendo um nivelamento por baixo da leitora. É sempre essa idéia de que é uma leitora ‘pobrinha’. Há uma subestimação da leitora da *VivaMais!*, essa idéia de que a leitora da *VivaMais!* não tem *e-mail*...

Duarte (1986) afirma que a cultura das classes trabalhadoras é vista sempre em contraponto à cultura moderno-individualista. São os portadores da ideologia individualista que interrogam e analisam esta outra cultura, a das classes trabalhadoras. Duarte investiga alguma destas versões sobre as classes trabalhadoras. Uma das versões é aquela que atribui a razão da posição subordinada dessas classes à sua “ignorância” ou “falta de cultura”. O que se enfatiza neste caso é a *carência* ou *privação* nessas classes. Essa versão se baseia na ideologia liberal de que a sociedade proporciona liberdade e igualdade a todos os homens e, portanto, as desigualdades são de responsabilidade individual. As versões positivas derivam da versão “igualitária” ou “quantitativa” da ideologia do individualismo. Estas enfatizariam a pureza das classes trabalhadoras, como coloca Duarte (1986:134):

De uma maneira geral, valem-se do núcleo “romântico” da “naturalidade” ou “primordialidade” que será justamente alocado às classes trabalhadoras por estarem mais distantes da “artificialidade” (e serem nesse sentido mais “inocentes”) da vida moderna, civilizada, alienada.”

Na fala dos produtores da revista, pode-se observar uma oscilação entre uma versão negativa e uma versão positiva. Por um lado, a responsável pelo atendimento ao leitor, Kátia S., menciona o que para ela seria uma lógica diferente do leitor, na medida em que estes não entenderiam certos aspectos da relação com a revista que, para ela,

seriam evidentes. Por outro lado, tanto ela quanto o editor Mauro manifestam um certo interesse e fascínio exatamente por esta diferença que eles enxergam nos leitores.

1.5. A revista

Há uma certa ênfase no fato de que esta não seria uma revista lida pelos produtores. No entanto, o elogio à mesma apareceu na fala de todos os produtores com exceção de uma.

Lilian, repórter, ao descermos as escadas em direção ao saguão onde a entrevista iria ser realizada, disse que esta não seria o tipo de revista que ela compraria na banca. Ao mesmo tempo, ela enfatizou o entusiasmo inicial que tivera em relação à revista; era “militante” da revista - nas suas palavras. Quando começou a trabalhar na redação, mostrava-a para todos os amigos. Sua atual decepção com a revista, que ela manifestou na entrevista, se daria mais pela discórdia com relação às mudanças que a revista vem sofrendo – na sua opinião a diretora de redação e um dos editores estariam dando menos ênfase a matérias que estimulam e ensinam a leitora a ganhar dinheiro e mais ênfase às fofocas sobre artistas – de que a própria idéia de uma revista popular em si. Mauro comenta que “temos uma arvorezinha para defender” ao falar do seu trabalho na revista, referindo-se ao símbolo da editora Abril, uma árvore. A redatora-chefe, Carolina, compara a revista *VivaMais!* com similares de outras editoras e afirma a superioridade da *VivaMais!* :

Sei lá, a gente olha pra concorrência toda semana, a gente recebe as revistas da concorrência e tem... sei lá... desde erro de português grave até visualmente uma confusão. Então, eu acho que tem uma certa inadequação na concorrência, não olhar para o público com que ele tá falando...Eu acho que elas têm um cuidado, tanto gráfico, quanto editorial bem menor do que o que a *VivaMais!* tem...eu vejo que visualmente tem um monte de fotos que elas usam que, às vezes, a foto não casa com a matéria.

A repórter Maristela comentou comigo, no dia em que a entrevistei, que estava pedindo demissão da revista e explicou, desligando o gravador neste momento, que a revista não era muito a “sua praia”. Neste mesmo dia, quando fomos almoçar, a repórter, Maristela falou que achava que as pessoas que trabalhavam neste tipo de revista popular não tinham muita cultura. Esta foi a única crítica maior à revista; talvez menos em função da revista em si e mais pela iminência da sua saída.

Capítulo II – Conteúdo da revista: uma mediação entre a leitora e o mundo

Neste capítulo, pretendo analisar qual é a relação entre a representação dos leitores feita pelos produtores e o conteúdo da revista. Isto significa entender de que maneira aquilo que é produzido pela revista é influenciado pelas representações daqueles que a produzem. Para tal, serão analisados vinte exemplares da mesma, escolhidos aleatoriamente, exemplares estes que correspondem ao período que vai de janeiro de 2002 a outubro do mesmo ano, tendo sido selecionados dois exemplares de cada um dos meses deste período.

A revista é composta por vinte e duas seções fixas, cada uma tratando de variações sobre uma mesma temática a cada semana. É o conteúdo destas seções que será analisado. As propagandas e os anúncios classificados presentes na revista não serão analisados, pois a publicação destes e a sua localização no interior da mesma não são decisões tomadas pela redação, mas cabem ao departamento comercial.

2.1. Diagramação da revista

A capa da revista vem estampada com três ou quatro fotos de artistas televisivos. As chamadas das matérias vêm na capa junto com o número das páginas em que estas estão publicadas. Tanto na capa, quanto no interior da revista, aparecem *boxes* coloridos, com chamadas de matérias ou pequenos parágrafos, sobre um fundo de página que pode ser colorido ou branco. Ao se folhear a revista inteira, percebe-se uma profusão de cores e fotos. De fato, à exceção da última página da revista, não há nenhuma página que não contenha fotos estampadas no seu interior. As fotos podem ser de artistas televisivos ou de pessoas anônimas, entre as quais leitores ou pessoas que, por algum motivo, tenham sido entrevistadas. Enquanto na capa e nas duas primeiras

seções predominam fotos de pessoas famosas, no resto da revista encontra-se uma predominância de fotos de “anônimos”.

Com exceção de duas seções, que contêm depoimentos pessoais, em todas as outras não há nenhum texto que seja contínuo ao longo da página. Nas outras seções, a matéria é composta de *boxes* separados contendo um parágrafo, em geral acompanhado de fotos.¹¹

2.2. As seções da revista

Seções de acompanhamento televisivo

As seções que falam especificamente da televisão são as seções *Gente que faz e Acontece e Na Telinha*.

A seção *Gente que faz e Acontece* apresenta fatos atuais sobre a vida de artistas televisivos. A maior parte das notas é acompanhada de fotos. Em geral, não aparecem fatos acerca de artistas que não estejam sendo vistos na televisão ou que sejam estrangeiros. A seção *Na Telinha* apresenta um resumo do que vai acontecer nas principais novelas televisivas naquela semana. A referência ao universo televisivo é uma constante na revista.. Em outras seções que não falam especificamente de televisão, a remissão a alguma situação que esteja sendo vivida por personagens de novelas é uma maneira de se introduzir um tema numa matéria.

¹¹ Embora possa haver uma identificação entre uma menor quantidade de texto e o público preferencial da revista, é importante ressaltar que a quantidade de texto em revistas voltadas para um público mais letrado também diminuiu ao longo dos anos. Pires (1998:70) aponta para a redução de texto e o aumento de fotos na revista masculina publicada pela editora Abril, Playboy, dos anos noventa com relação à mesma revista na década de oitenta. Ao folhear um exemplar da revista feminina Claudia, do ano de 1966, também da editora Abril, pude constatar que, comparativamente aos exemplares atuais da revista, havia muito mais texto. Além disto, em ambas as revistas mencionadas havia um esquema mais complexo de leitura, abolido na década de noventa, no qual as matérias eram interrompidas e tinham sua continuação no final da revista.

Seção A Semana – notícias e fatos que marcaram a semana

Resumo de algumas notícias jornalísticas da semana. Tal seção, que ocupa uma página, é dividida em vários *boxes* coloridos. As notícias são escritas em um parágrafo e a maioria vêm acompanhada de fotos. Os títulos denotam uma certa comicidade:

“*Sanduíche de Au-Au?*” – sobre o fato de que na Coreia do Sul se come carne de cachorro. (*VivaMais!*, 3/05/2002)

“*Seremos nós Homens-ratos?*”- sobre uma pesquisa de cientistas americanos que revelou que o Homem é descendente de um animal parecido com o rato. (*VivaMais!*, 3/05/2002)

“*Índio Bonitão*” – sobre um índio que fez uma plástica no rosto. (*VivaMais!*, 3/05/2002)

Seções – *Querer é Poder e Você faz, vende e fatura*

O subtítulo da revista é “*Para a mulher que quer vencer*”. Um dos temas que mais aparecem, e cujas chamadas são sempre destacadas nas capas, é referente a formas de se ganhar dinheiro, embora não haja idéia de uma carreira, tal como aparece freqüentemente em revistas femininas voltadas para um público de maior poder aquisitivo. Neste caso, o auferimento de uma renda de maneira relativamente rápida, sem necessidade de um investimento educacional ou financeiro parece ser a tônica. São as seções *Querer é poder e Você faz, vende e fatura* que trazem semanalmente novas sugestões para se ganhar dinheiro. Os títulos enunciam o tipo de atividade a ser desenvolvida e a lucratividade da mesma.

Capas da fortuna (capas de sofá) – edição de 11 de janeiro de 2002

Redondas que valem ouro (pizzas) - edição de 11 de janeiro de 2002

Um luxo que sai do lixo (utensílios feitos com tampinhas de garrafa) – edição de 1 de fevereiro de 2002

Lucros em plena folia (fantasias de carnaval) - edição de 1 de fevereiro de 2002

Cada uma destas seções ocupa duas páginas da revista e está em páginas consecutivas. Em ambas as seções, aparece o caso de alguém que tenha ganhado dinheiro produzindo artesanalmente algum produto para vender. Um dos textos conta como a pessoa teve a idéia de fabricar determinado produto, como começou a entrar no negócio e quanto lucra por mês. Aparece a foto desta pessoa sorridente, junto com os seus produtos ou fabricando-os. Tais textos apresentam uma narrativa na qual é relatada uma parte da vida da pessoa até o desenvolvimento da atividade. Em alguns casos, as atividades foram aprendidas com amigos ou parentes e sempre haviam constituído uma fonte de renda. Em outros casos, houve uma mudança de atividade econômica. Nestas situações, relata-se qual era a atividade anterior, e a descoberta da nova atividade aparece como algo que ocorre por acaso, muitas vezes após a vivência de algum período difícil, como a falência de um antigo negócio, o fim de um casamento ou o desemprego:

Os cariocas Davi e Telma Cardoso tiveram uma ótima idéia para ganhar dinheiro. Tudo começou por acaso, quando procuravam resolver um problema doméstico. “para cobrir um buraco no chão da casa, cortei duas garrafas de plástico e fiz uma espécie de tampa. Na hora, percebi que dava para produzir muita coisa com esse material”, lembra Davi. Foi assim que os dois iniciaram a fabricação de artigos utilizando as garrafas plásticas que encontravam nas ruas. (edição de 22 de fevereiro de 2002)

Na página ao lado, são publicadas instruções passo a passo, com fotos de como fabricar um determinado produto. Embaixo destas fotos, vem uma foto do produto, com o preço de custo e o preço sugerido de venda. Nesta mesma página, aparece um *box* colorido com dicas para melhor fabricar o produto e algumas dicas sobre

comercialização e relacionamento com os clientes. A maior parte das sugestões de produtos a serem fabricados refere-se a produtos artesanais ou de culinária.

Seção Mão na roda / Auto-ajuda

Seções que se alternam entre si a cada edição. Nestas duas seções são publicadas reportagens sobre: limpeza e decoração da casa; reforma de roupas; informações sobre leis e direitos; formas de se resolver problemas de relacionamento e comportamento; dicas sobre como enfrentar entrevistas de trabalho, como se precaver da violência nas ruas, e dicas de como falar corretamente o português.

Seção Amor

Seção de duas páginas, contendo três ou quatro reportagens curtas sobre relacionamentos e sexo. Essas reportagens podem ser agrupadas nos seguintes temas principais: - reportagens sobre como melhorar a vida sexual; reportagens a respeito de maneiras de lidar com problemas que podem surgir num relacionamento afetivo; reportagens que contenham dados curiosos provenientes de pesquisas científicas sobre vida sexual ou relacionamento afetivo; reportagens que falam sobre o uso do preservativo, por que deve ser usado, como deve ser usado, formas de convencer o parceiro a usá-lo; testes de personalidade e de conhecimento sobre sexo. Nesta seção fica a coluna *Transas e Emoções*, na qual uma psicóloga, Suzi Camacho, responde a cartas de leitoras sobre problemas afetivos e sexuais.

Seção Aconteceu Comigo

Algumas seções apresentadas na revista demonstram ter um caráter particularmente didático. Em tais seções, são dadas dicas e conselhos para a leitora. A seção *Aconteceu Comigo* alerta, através de relatos de outras pessoas, para perigos, injustiças ou enganos que podem acontecer com o leitor.

Esta seção é de uma página inteira e nela aparece a foto de uma pessoa e o seu depoimento entre aspas. Em cima do depoimento, vem uma manchete explicando o mesmo. O nome da pessoa aparece nesta manchete, uma vez que o depoimento é feito em primeira pessoa. Estas são algumas das histórias que aparecem nos vinte números analisados:

- Mulher vai para o hospital para ter o seu filho; depois de um parto complicado, dizem-lhe que ela teve um natimorto. Três meses depois, ligam do hospital para lhe dizer que seu filho está vivo e que ela deve ir buscá-lo. O hospital se recusa a fazer exame de DNA para que ela possa verificar se o bebê realmente é seu. Ela só consegue fazer o exame de DNA depois de acionar uma TV local e denunciar o hospital. (edição de 13 de setembro de 2002)
- Uma mulher policial conta como conseguiu conter uma rebelião de 25 presos sozinha. (edição de 23 de agosto 2002)
- Mulher de 34 anos conta que foi traficante e drogada mas, depois de ter o segundo filho, resolveu mudar de vida e hoje trabalha numa pizzeria. (edição de 26 de abril 2002)
- Um homem e uma mulher que moram Rio de Janeiro contam como desenvolveram um trabalho comunitário de prevenção e combate à dengue. (edição de 5 de Abril de 2002)
- Mulher conta como falsos funcionários, dizendo-se de uma companhia de gás, explodiram a sua cozinha. (edição de 24 de maio de 2002)

- Mãe relata o caso de sua filha adolescente que foi acender a churrasqueira e teve queimaduras por todo o corpo. (edição de 22 de março de 2002)
- Estudante de 15 anos conta como conseguiu fazer parte da comitiva brasileira que iria participar do congresso Rio + 10 em Johannesburg, na África do Sul. (edição de 2 de agosto de 2002)
- Mulher conta como seu filho quase se afogou no Piscinão de Ramos, no Rio de Janeiro. (edição de 25 de janeiro de 2002)
- Mulher conta que teve de brigar na justiça para que o plano de saúde atendesse a sua mãe. (edição de 3 de maio de 2002)
- Mulher carioca conta como montou um grupo que tinha por objetivo dar assistência a uma cidade no interior do Ceará. (edição de 26 de julho de 2002)

Freqüentemente, esta seção vem acompanhada de um *box* que contém explicações para que o leitor possa evitar situações similares às narradas na seção. “*Fique atenta*” ou “*Para não cair em ciladas*” são exemplos de títulos destes *boxes*. Há uma tentativa de se alertar as leitoras para perigos, injustiças ou enganos que podem lhes suceder: tais depoimentos servem como exemplos a serem evitados.

Seção *Seu Bolso*

Esta seção é, na maior parte dos números examinados, composta de duas páginas. Em geral, há uma matéria principal e outras matérias menores em *boxes* coloridos. Em uma coluna azul, em algumas edições, ou num quadro colorido, em outras, aparecem informações sobre empregos que estariam disponíveis através de agências governamentais em diferentes cidades do país. Tal coluna se intitula *Oportunidades* e, abaixo do título, vem escrita a quantidade de empregos que estariam disponíveis, em seguida às informações sobre as vagas. Os seguintes temas de dicas estão presentes: “*Como economizar dinheiro*”; “*Como conseguir um emprego*”;

“Como montar um pequeno negócio”; “Como resolver problemas na justiça”; “Como lidar com trâmites burocráticos”.

Seção Roupas - fotos de pessoas andando na rua com tarjas de *Certo* ou *Errado*; embaixo da foto, explica-se por que motivo tal roupa estaria bem combinada com os acessórios, adequada ou não à pessoa que a está vestindo ou à ocasião.

Seção Beleza - Dicas de beleza. A maior parte destas dicas não envolvem produtos a serem comprados e, sim, receitas de beleza caseiras.

Seção Saúde - Dicas de como cuidar da saúde através da alimentação e de remédios caseiros. Reportagens com explicações sobre doenças.

Seção Religião - Grande parte das reportagens desta seção é sobre assuntos relacionados à religião católica, como novas descobertas a respeito do Santo Sudário, explicação sobre o que são os Ex-Votos, o que é Opus Dei, etc. Sempre há a publicação de uma novena. Há, também, geralmente, *boxes* sobre outras religiões, como a Umbanda, o Espiritismo, as Igrejas Evangélicas, o Budismo e o Judaísmo, além de eventuais menções a práticas da Nova Era. Às vezes, o gancho sobre um tema religioso vem de algum fato ocorrido em cena de telenovela, visando explicar melhor à leitora o ocorrido. Numa das reportagens, há a explicação do que é a circuncisão no batismo judaico, ritual este que iria ser vivenciado por um personagem de novela.

Nas reportagens, fazem-se às vezes paralelos entre as religiões, procurando explicar uma crença nos termos de outra, que seria mais conhecida pelos leitores.

A figura do pajé ou xamã, espécie de guia espiritual da tribo, que guarda semelhança com a de médiuns, benzedeiras e pais-de-santo, acabou sendo enfraquecida”.(22 de fevereiro de 2002)

Uma copa zen... Durante os preparativos para a Copa, budistas sul-coreanos rezaram e pediram ajuda a Buda para que o torneio seja “um festival de paz e reconciliação entre os povos.” ... Siddhartha Gautama, o Buda, é quem fez a cabeça de coreanos e japoneses... (7 de junho de 2 002)

Seção Alegria – Seção esta que contém: palavras cruzadas; joguinhos; caça-palavras; dicas para se escrever e falar corretamente o Português; pequeno *box* com informações diversas tais quais *a origem de palavras*, chamado "*você sabia que?*"; *Jogo dos Sete Erros*, no qual uma foto de algum artista televisivo é publicada duas vezes, com sete diferenças feitas por computador.

Seção Horóscopo - O horóscopo ocupa uma página apenas da revista e está situado perto dos classificados. As orientações astrológicas são escritas em quatro frases para cada signo astrológico. Tais orientações dizem respeito à vida profissional e à vida afetiva. A forma como são escritas é coloquial, com frases repletas de gírias e exclamações.

Solte suas feras e curta o gostosão. (edição de 3 de maio de 2002)

Os homens vão se amarrar. (edição de 3 de maio de 2002)

Uma astróloga *free-lancer* envia um horóscopo semanal para várias revistas da Abril. Mauro, editor da revista, redige a forma final do horóscopo, transformando a linguagem da astróloga numa linguagem mais simples, pois, segundo ele, a linguagem

da astrologia é muito complicada; seria preciso a pessoa ter um “phd em astrologia” (sic) para entender um mapa astral. Este editor redige, então, indicações bastante diretas, com dicas e estímulos para que a leitora melhore sua vida profissional e afetiva.

O momento é favorável para trabalhar por conta própria . Se sente vontade de abrir um negócio, vá em frente. Se já tem um e quer investir mais, força total. (edição de 26/07/ 2002)

Bicos e trabalhos alternativos podem complementar sua renda. Os astros dão toda a força para você correr atrás de oportunidades e faturar. (edição 05/042002)

Seção *Entre Nós* - Percebe-se um traço característico que permeia toda a revista: os relatos. Dentre os relatos, alguns são depoimentos de pessoas ou de leitores. Tais relatos, encimados por um carimbo de “*vida real*”, são colocados como sendo a expressão de experiências vividas por quem os assina ou é entrevistado. Além destes relatos, nomeadamente da “*vida real*”, há relatos fictícios. No entanto, estes relatos fictícios também se baseiam em cartas ou depoimentos dos leitores, pois o editor que os escreve toma por base as experiências de vida relatadas pelos leitores em cartas. Esta seção, *Entre nós*, é um folhetim seriado. A história fictícia se estende por várias semanas e é narrada em primeira pessoa. Nos números analisados, estas foram as histórias que apareceram:

História 1:

Nada será como antes – Ana tem vinte e sete anos e é casada com um caminhoneiro gaúcho chamado Wander há cinco. Eles têm uma filha chamada Krika. Ela se considera feliz e bem casada com ele. Ele sofre um acidente de caminhão, porém, e falece. Ana vê a sua vida perder o sentido e fica muito deprimida. Ela tenta fazer um contato com o

marido através de um médium de um centro espírita, mas não consegue. Um dia, muito desesperada, tenta se matar. É levada para o hospital por uma vizinha. Lá acorda de um coma e se lembra de um sonho que acabou de ter no qual o falecido marido lhe diz que a filha é a continuação do amor dos dois. A partir daí, recobra forças para seguir a vida. Sua filha cresce e se forma em veterinária. Pouco tempo depois, esta se casa e tem um filho. Ana fica muito feliz com a chegada de um neto. Sua filha o chama de Wander, o mesmo nome de seu falecido pai. Ao saber do nome do neto, Ana se emociona e percebe que seu falecido marido está sempre com ela e nunca vai abandoná-la.

História 2:

Assuntos de família – Marcelo e Alessandra são dois primos de primeiro grau que namoram escondidos quando adolescentes. O namoro deles acaba porque o pai do Marcelo é transferido de cidade pela empresa na qual trabalhava. Marcelo vai morar numa cidade distante. Dez anos depois, Alessandra se forma em Educação Física. É neste período que Marcelo e seus pais retornam à cidade. Marcelo e Alessandra se reencontram e se apaixonam novamente. Marcelo decide trancar a faculdade e permanecer na mesma cidade que Alessandra. Os dois voltam a namorar escondidos, mas, após algum tempo, resolvem assumir o namoro para a família. As duas famílias reagem mal pelo fato de eles serem primos. Apesar disto, os dois resolvem morar juntos, e começam a cogitar a possibilidade de terem um filho. Alessandra engravida. Sua principal preocupação é se o fato de ser prima do Marcelo levaria a uma possibilidade maior de ter um filho portador de alguma anomalia. Numa ida ao médico, Alessandra foi assegurada de que a probabilidade de ter um filho com alguma anomalia era só um pouco maior do que no caso de um casal que não fosse de primos. Mesmo assim, sua mãe chora ao saber que ela vai ter um filho com o primo. Quando o neném nasce, porém, as duas famílias ficam muito felizes e acham que o bebê é lindo.

História 3:

Alice aprende a voar. Na sua festa de aniversário de comemoração de seus dezoito anos, Alice conhece Christian, um rapaz que é levado à festa pelos seus amigos. Alice é estudante colegial e Christian é mecânico e tem uma moto. Os dois começam a namorar. Quando sua mãe lhe pergunta se está namorando, ela mente e diz que não. Sua mãe respira aliviada, comentando que é melhor que ela se forme nos estudos, para depois pensar em formar uma família, pois ela própria havia passado por muitas dificuldades por ter sido mãe solteira. Christian deixa claro para Alice que quer transar com ela. Ela acaba levando-o em uma excursão escolar, durante a qual, apesar das camisinhas dadas pela sua melhor amiga, eles transam sem camisinha. Pouco tempo depois, ela se descobre grávida; o namorado não assume a paternidade e depois some. Seu filho nasce e ela o chama de Jonathan. Quando seu filho completa um ano, ela percebe que tem de trabalhar para sustentá-lo. Ela passa a trabalhar e volta a estudar, conseguindo se formar.

História 4:

Cruz de Sangue – Márcia é filha de um pastor evangélico. Ela se interessa por Luciano, o baixista de uma banda religiosa que toca na igreja onde seu pai ministra cultos. Ela passa a olhá-lo e ele se aproxima para falar com ela. Passam a namorar escondidos de seu pai. Logo nas primeiras saídas, ele deixa claro que gostaria de transar com ela. Ela é menor de idade e é virgem, enquanto ele tem vinte dois anos, é um ex-drogado e tem um filho no Nordeste. Ela passa a se preocupar com o fato de que talvez já não devesse mais ser virgem nessa idade e que ele poderia transar com outra se ela não transasse com ele. Depois de algum tempo, ela vem a transar com ele e fica bastante feliz com isso. Os problemas começam quando sua mãe, ao olhar suas roupas íntimas, suspeita que ela já não seja mais virgem. Seu pai entra no seu quarto com um cinto e ameaça bater nela caso ela não diga a verdade. Ela acaba confessando que não é mais virgem.

No culto da igreja seu pai fala para toda a congregação que sua filha não é mais uma alma inocente. Ele a expulsa de casa e expulsa Luciano da igreja; os dois não se vêem mais. Ela vai para a casa da sua madrinha, que a aconselha a fazer as pazes com seus pais. Márcia, então, volta para a casa deles. Apesar de não vê-lo mais, ela sonha em reencontrar Luciano.

História 5:

Um Amor Diferente Flávia é vendedora numa loja e, junto com seu noivo, Paulo Roberto, está comprando o enxoval do seu casamento. Um dia, namorando perto de uma represa, dentro do carro do Paulo Roberto, os dois ouvem um grito de socorro. Salvam do afogamento uma mulher que havia sido jogada dentro da represa. Ao lhe tirarem as roupas molhadas, descobrem que se trata de um travesti. Levam-no para o hospital. Dias depois do incidente, Flávia ainda não consegue se esquecer da imagem do travesti. Descobre que este trabalha num salão e vai lá procurá-lo. O travesti, que se chama Tábata, lhe dá um vestido em agradecimento por ela ter ajudado a salvá-lo. Explica-lhe que ela fora jogada na represa por um ex-namorado que não havia aceito o término do relacionamento. Ocorre uma certa troca de olhares e gestos insinuantes e Flávia se deixa seduzir e transa com Tábata. Flávia acaba contando para o noivo, o qual já estava estranhando a sua distância, que está apaixonada por um travesti. Este fica furioso, ameaça bater nela e acaba rompendo a relação. Seus pais, quando ficam sabendo de tal relacionamento, também não o aceitam e o relacionamento com eles vai ficando insustentável. Tábata a chama para morar com ela de forma que Flávia possa evitar os conflitos dentro de casa. Após algum tempo, Flávia engravida de Tábata. Quando o neném nasce, os pais de Flávia acabam aceitando o relacionamento, pois ficam muito felizes de terem uma neta, Mimi.

História 6:

Adeus Inocência Daiane mora com seus pais e seus seis irmãos em um recanto do sertão nordestino; sua família é muito pobre. Seu pai costuma beber e bater em sua mãe. Um dia, ele estupra sua irmã de treze anos. Algum tempo depois, ele resolve sair de casa e vai embora abandonando a família. A partir daí, as coisas vão ficando mais difíceis ainda. Daiane e seus irmãos começam a passar fome e sua irmã Jeanne, de cinco anos, morre. Ao ver a morte da irmã, Daiane resolve fazer alguma coisa. Ela sai de casa e vai andando a esmo até chegar numa estrada. Lá um motorista de caminhão lhe oferece doces e coloca-a na boléia onde ele a bulina. Ela passa a frequêntar a estrada todos os dias e começa a conseguir levar algum dinheiro para casa. Através de um dos motoristas de caminhão, cuja boléia frequentou, descobre um posto de gasolina onde algumas meninas se prostituem e passa a se prosituir ali também. Até este momento, os motoristas apenas a bolinavam, mas não faziam sexo com ela. No posto, ela é procurada por um motorista que a estupra; ela desmaia e depois tem uma febre alta. Resolvendo fugir de casa de uma vez, pega carona em um caminhão e parte para Recife. Lá, após vagar por um dia sem rumo encontra uma mulher que explora algumas meninas. Ela passa a trabalhar para esta mulher e dorme em sua casa. De dia, ela trabalha vendendo balas e doces, de noite se prostitui. Numa determinada noite, ao terminar o expediente, vai molhar os pés no mar e acaba sendo violentada por uma gangue de rapazes. Voltando machucada para casa, é expulsa pela mulher para quem trabalhava. Ela vira mendiga e passa a cheirar cola, continuando a se prostituir por alguns trocados. Contrai doenças venéreas Em desespero, um dia entra numa igreja e começa a rezar. Lá desmaia e é levada para uma ONG de recuperação de menores. Permanece nesta ONG onde recebe apoio médico e psicológico. Mais tarde ela mesma se torna agente desta ONG e vai para as ruas buscar menores e levá-los para esta instituição.

2.3. Projeto e Trabalho

Heilborn (1997), Duarte (1986), Salem (1981) e Sarti (1996) entre outros, já mostraram em que medida o trabalho e o prover a família são, nas representações populares, um encargo que cabe ao homem. O trabalho da mulher seria apenas complementar e algo a ser acionado em momentos de necessidade; não seria, contudo, um ideal. O feminismo, por sua vez, com seu ideário de autonomização da mulher da esfera doméstica e de sua liberdade e igualdade em relação ao homem, a partir do qual surge a idéia do trabalho feminino fora da esfera doméstica como algo fundamental para a realização da mulher como indivíduo, foi algo que passou ao largo das camadas populares, tendo maior apelo entre as camadas letradas. (Franchetto et alii; 1981).

Pretendo discutir aqui de que forma este trabalho feminino é apresentado na revista, tendo em vista que se trata de uma situação em que indivíduos oriundos de camadas médias letradas escrevem para indivíduos de camadas populares.

Os relatos de pessoas que ganham dinheiro fabricando produtos para vender, ao darem um sentido aos acontecimentos, podem servir tanto como uma forma de identificação para a leitora, quanto como uma forma de estímulo, de constituição de um projeto. O projeto, tal como é definido por Schutz, significa “conduta organizada para atingir finalidades específicas”. (Schutz *apud* Velho, 1994:101) A apresentação de histórias de inserção no mercado de trabalho podem ser informações das quais a leitora talvez venha a se apropriar para constituir um projeto. Os relatos seriam uma forma de a leitora vislumbrar possíveis ações futuras, pois, afinal, se isto aconteceu com outra pessoa, por que não aconteceria com ela?

É importante perceber a relação que se constitui entre biografia e projeto. O projeto só ganha sentido dentro de contextos em que há uma valorização de trajetórias individuais:

...o projeto é a antecipação do futuro dessas trajetórias, na medida em que busca, através do estabelecimento de objetivos e fins, a organização dos meios através dos quais esses poderão ser atingidos. (Velho, 1994: 101)

Velho (1994:100) aponta que esse valor crucial dado às trajetórias individuais é próprio de sociedades onde predominam ideologias individualistas:

Carreira, biografia e trajetória constituem noções que fazem sentido a partir da eleição lenta e progressiva que transforma o indivíduo biológico em valor básico da sociedade ocidental moderna.

Para Velho (1987:22), a valorização de um projeto individual é algo que faz parte de um *ethos* das camadas médias. As classes populares, por estarem impregnadas de uma ideologia de caráter mais holista, não valorizariam tanto o projeto individual. No entanto, Velho coloca também que esta diferença entre classes mais populares e classes médias não se dá de forma estanque, havendo diferentes matizes e posições intermediárias. Assim, é interessante observar que uma revista como esta, mais voltada para camadas médias baixas, apresenta uma dimensão bastante individualizante.

Vaitsman (1997) fala a respeito da constituição de projetos por parte de mulheres de baixa renda. Em seu artigo sobre uma pesquisa qualitativa que realizou com mulheres de baixa renda da comunidade de Manguinhos, na Zona Norte do Rio de Janeiro, enfocando o processo de mudança de valores destas, Vaitsman sugere que valores individualistas são entremeados por valores tradicionais, que enfatizam a feminilidade dos espaços domésticos, nos discursos destas mulheres. Assim, se, por um lado, estas afirmam ser o espaço doméstico o espaço da mulher, colocando que o serviço de casa deveria ser executado pela mesma, por outro lado elas aspiram a uma certa independência financeira e fazem planos para o futuro, se não referentes a elas mesmas, referentes aos seus filhos. Tais aspirações e planos se caracterizariam, para Vaitsman, como *projetos*. (Vaitsman, 1997:311-312) Na revista, aparece o incentivo a uma independência financeira ou ao auferimento de uma renda própria. No entanto, este estímulo à inserção no mercado de trabalho se dá fundamentalmente por meio de prendas domésticas. Tal inserção não implica uma ruptura com o mundo doméstico. Este pode estar presente seja no tipo de habilidade requerida para a fabricação de um determinado produto - o que parece ser o caso dos produtos alimentícios - seja no *locus*

de fabricação, que pode ser domiciliar. Em alguns dos casos relatados, é colocada a importância da ajuda de membros da família para o desenvolvimento das atividades:

Para atender aos pedidos sem demora, ela conta com a ajuda de sua filha Carolina, o que garante também um salário mínimo para a adolescente. “Acho bom incentivar o trabalho para os jovens. Já estou ensinando todos os segredos de um bom negócio para ela”, diz. (edição de 7 de junho de 2002)

Na análise que faz da tensão entre trabalho a domicílio e trabalho doméstico, Silva (1979) enfoca o caso da costura a domicílio; ele mostra como esta se encontra subordinada ao ritmo do trabalho doméstico e ao próprio ciclo de vida da mulher (que pode regular a quantidade de costura em função da vinda de um futuro bebê, por exemplo). Além disto, muitas vezes, à costura para os membros da família é dada maior prioridade do que à costura para fora. (Silva, 1979, 203-204). Assim, a possibilidade de conciliação entre o mundo doméstico e o trabalho está presente nas sugestões dadas pela revistas.

Talvez, um dos motivos deste estímulo a atividades de caráter doméstico seja o fato de o projeto ter uma dimensão pública; ele tem de ser negociado com a realidade, existindo apenas dentro de um determinado campo de possibilidades. Velho (1994:103) sustenta que:

Assim, ele (o projeto) existe, fundamentalmente como meio de comunicação, como maneira de expressar, articular interesses, objetivos, sentimentos, aspirações para o mundo.

Nesse sentido, é possível comparar as possibilidades de inserção econômica apresentadas em *VivaMais!* com o que é relatado por Paiva e Durão (1998) a respeito do campo de atividades econômicas de professoras primárias após a sua aposentadoria do magistério:

No que diz respeito a estas últimas, trata-se de habilidades quase sempre manuais, aprendidas e atualizadas no âmbito doméstico e/ou durante o tempo livre da escola ou do trabalho, mas também de um determinado tipo de saber transmitido de geração a geração, como parte da tradição ou memória privada do grupo familiar. Foram resgatados, assim, conhecimentos e técnicas, em geral junto ao grupo de parentesco mais próximo, empregados na produção e venda informal de mercadorias e serviços – de receitas culinárias, passando por cuidados com a criação de animais, até formas de venda e cobrança acionados por antigos comerciantes da família. (Paiva e Durão, 1998: 63)

Assim, vemos que o que é veiculado na revista *VivaMais!* está dentro de um determinado contexto social; os projetos ali apresentados não são coisas que possam estar fora do campo de possibilidades deste contexto. Isto pode ser percebido na fala da diretora de redação da revista:

Lógico que, ideologicamente, a gente adoraria que o Brasil estivesse melhor, que as pessoas tivessem condição de ter um emprego formal e tal, mas você olha a situação... é assim mesmo, tem um enorme mercado informal e a nossa leitora, que é uma leitora de renda limitada, de baixa renda, obviamente tá se mexendo aí, tá se virando aí, e a nossa missão é, claro, também mostrar pra ela o que tá acontecendo, a realidade que tá acontecendo; milhares de vezes a gente fala: olha, vai ser aprovada a lei tal, se você quer reclamar, liga para a Câmara dos Deputados, liga pro deputado em que você votou e tal. Mas o fato é que ela tem uma realidade na qual ela tá inserida e ela tem que se virar ali e a gente tenta dar elementos pra ela conseguir... enfim, ter uma performance um pouco melhor dentro dessa realidade em que ela vive.

Podemos pensar também se os conselhos e dicas para “melhorar a vida” e “vencer” presentes na revista não podem servir também para a formação de uma

identidade por parte da leitora. Desta forma, numa sociedade complexa e fragmentada, em que há a possibilidade de se viver múltiplos papéis, a leitura e identificação com uma revista pode ser um elemento de constituição de uma identidade moderna, na medida em, que às aspirações da leitora, podem mesclar-se as aspirações presentes na revista. A revista pode ter, então, um sentido de orientação. É preciso atentar também para a relação entre identidade e projeto, no sentido de que a escolha de determinados projetos e a busca de coerência e sentido numa trajetória individual são constitutivos do projeto.

2.4. Explicação do Mundo

Em várias seções da revista, encontra-se um tom didático, no qual há reportagens explicativas. Em tais seções, como *Aconteceu Comigo* e *Seu Bolso*, aparecem uma série de explicações sobre termos jurídicos, bancários e procedimentos que a leitora deve adotar para resolver pendências na justiça, tirar documentos ou arrumar um emprego. Na seção *Aconteceu Comigo*, são relatados casos de pessoas que sofreram perigos e injustiças e são dadas dicas sobre como evitar ou lidar com tais acontecimentos. Outras seções contêm explicações sobre religiões, a língua portuguesa, notícias que apareceram em outros veículos da mídia e informações sobre fatos do passado ou de outros países.

Em outras partes da revista, tal característica também é exposta, como, por exemplo, na seção *A Semana*, na qual notícias que são veiculadas em outros meios de comunicação são escolhidas, resumidas e publicadas na revista. O mesmo se dá com o tópico “*Você sabia que?*” no qual são fornecidas informações como a origem etimológica de certas palavras, a origem de certas expressões ou de pratos culinários e outras curiosidades. Podemos ver tais dicas e conselhos como uma forma de ajudar a leitora a lidar com o mundo extradoméstico. O horóscopo apresenta também um sentido de orientação para o mundo extradoméstico, parecendo apresentar-se como uma forma de orientação e amparo à leitora. Bosi (1972), em seu estudo sobre leituras de operárias,

sugere que o horóscopo em revistas femininas não pode ser considerado literatura de evasão. O horóscopo é, antes, um guia para os problemas do cotidiano:

Num mundo de incertezas e perigos, o horóscopo, sistematizador do acaso, diminui a margem do desconhecido e propicia alguma segurança ao leitor. Leitor que ele diferencia e personaliza arrancando do neutro anonimato: o arrojo do Leão, a teimosia do Capricórnio, o humor difícil e a genialidade do Sagitário, a equanimidade da Libra, a capacidade de abstração de Virgo, o magnetismo e o poder autodestrutivo de Escorpião, a nostalgia do passado e a abnegação do Câncer. (Bosi,1972:117)

Pode-se observar, portanto, que, da mesma forma que outras seções como as que falam das diversas possibilidades de se ganhar dinheiro ou resolver problemas burocráticos, a seção do horóscopo se constitui em um guia. O horóscopo é traduzido de uma linguagem técnica para uma série de preceitos práticos que ajudem a leitora a situar-se no conjunto de possíveis maneiras de resolver problemas cotidianos como o desemprego e um mercado de trabalho difícil.

Como coloca Barthes (Barthes *apud* Bosi1972:117), o mundo do horóscopo nunca foge do mundo da realidade.

Feito para pequenos assalariados, seus astros nunca se desviam da órbita do salário mensal. Nunca transformam uma vida. Só dizem do cansaço e enervamento no trabalho, pequenas promoções, quedas no elã vital recuperáveis por medicamentos.

Podemos pensar, então, na revista enquanto tendo um papel de mediadora entre a leitora e o *out-side world*.

Esta relação com o mundo extradoméstico é algo que merece ser examinado com mais cuidado. Hoggart (1957), ao falar das classes proletárias inglesas das

primeiras décadas do século XX, aponta para o que ele chama da divisão entre “Nós” e “Eles”, que se dá na forma pela qual tais classes proletárias pensam a relação entre o seu grupo comunitário e o mundo dos “patrões” ou do governo. “Eles” são vistos com desconfiança pelos membros do proletariado. Esta desconfiança marca as relações com as instituições governamentais como as de Seguridade Social, Polícia e Justiça. Isto não significa que os membros do proletariado necessariamente tenham “Eles”; apenas têm a sensação de que, se fossem de classe média, seriam melhor tratados. Este isolamento do grupo proletário em relação às classes mais altas pode ser visto também na comunidade de imigrantes italianos em Boston estudada por Gans (1982).

Gans criou o termo *outside world* para descrever todas as instituições sociais que estão fora do mundo da comunidade dos imigrantes com as quais estes se relacionam, tais como os políticos, as escolas, o trabalho, os assistentes sociais, o sistema de saúde e os meios de comunicação. Os imigrantes enxergariam as instituições e os indivíduos que estão fora de sua comunidade com desconfiança. Estes, ao perceberem que não podiam se relacionar com as pessoas de fora da mesma forma com que se relacionavam com os seus grupos de pares, passavam a enxergá-las com desconfiança. Eles têm uma expectativa de serem extorquidos pelo *outside-world*. Muitos dos políticos locais fazem um papel de mediadores entre os *West-enders* e o mundo externo, ajudando aqueles a resolverem problemas que possam ter com indivíduos ou instituições deste. (Gans, 1982: Capítulo 6)

Tanto Gans quanto Hoggart falam de um certo isolamento dos membros das classes populares com relação a outros estratos sociais. Na sua análise do discurso e da trajetória de dezessete mulheres de uma favela na Zona Sul carioca, Salem (1981) mostra como a identidade destas mulheres se constitui, sobretudo a partir da esfera doméstica (Salem, 1981:60). Estas mulheres se percebem como incapazes de atuar na esfera pública e empreendem uma transposição de categorias domésticas para a esfera extradoméstica. Para a autora, a inserção de tais mulheres no mundo público se dá através da mediação de figuras de familiares – pais, maridos ou filhos. (1981:62) A identidade de gênero tenderia a acentuar ainda mais este isolamento.

2.5. Moralidade e sexualidade

Embora os folhetins não possam ser tratados como relatos de “nativos” das classes populares, uma vez que se trata de uma releitura e reelaboração de cartas de leitores, é possível estabelecer alguns paralelos entre estes folhetins e dois relatos autobiográficos (um diário e uma autobiografia) de mulheres de classes populares analisadas por Duarte (1987). Duarte, criticando a hipótese repressiva da sexualidade, coloca que esta não pode ser enfocada a partir de um ponto de vista universal. Nas classes dominantes, o valor da vivência da sexualidade é o do prazer e, portanto, deve-se temer não só este prazer, como todas as ameaças a este prazer (Foucault *apud* Duarte, 1987: 208); nas classes dominadas, a vivência da sexualidade estaria muito mais emaranhada em outros valores, não podendo ser vista de forma autônoma. Como coloca Duarte, “A fonte de significação em uma tal configuração nunca poderia ser a sexualidade ou o sexo, enquanto endo-verdade; mas sim a moralidade ou exo-verdade.” (Duarte, 1987: 215).

Duarte mostra, a partir da análise de dois diários de mulheres das classes trabalhadoras como o prazer ou o não prazer estão submetidos às regras da necessidade de reprodução social. É, portanto, a forma de se gerenciar este prazer que é submetida a uma série de avaliações.

Vergonha, respeito e juízo são as medidas de avaliação das pessoas – avaliação de seu comprometimento maior ou menor de cumprir com as regras de uma reciprocidade social que é muito ampla, mas que encontra na relação homem/mulher seu palco fundamental, crítico, dramático – eventualmente trágico. (Duarte, 1987:221)

O primeiro elemento recorrente nos folhetins é o do homem que toma a iniciativa para que ocorra o encontro entre ele e o personagem feminino. Tal situação se dá nos folhetins *Cruz de Sangue*, *Alice Aprende a Voar*, e *Adeus Inocência*. Nos outros dois folhetins, *Assuntos de Família* e *Nada Será Como Antes*, não há menção de como começou o relacionamento, de forma que a única exceção seria *Um Amor Diferente*, onde a iniciativa é tomada pela mulher. A iniciativa quanto ao primeiro contato sexual definitivamente é do homem. Isto aparece em todos os folhetins, inclusive em *Um Amor Diferente*, com exceção, é claro, dos que não tratam do primeiro contato sexual. Como costuma ocorrer no primeiro passo para iniciar o relacionamento, a mulher pondera se cederá ou não a esta nova investida. Assim, em *Cruz de Sangue* e *Alice...* o personagem masculino deixa entender, por meio de gestos e atitudes, que quer iniciar o envolvimento sexual. Em contrapartida a esta iniciativa masculina, há a ponderação feminina. Estes dois movimentos aparecem nos seguintes trechos de *Alice*:

Um dia, apareceu com uma flor de hibisco. Dessas bem grandes e vermelhas. Achei tão romântico. Me senti a garota mais amada do universo. ‘Gostaria de ver você com ela no cabelo’, disse Christian. ‘Com a flor e nada mais!’. Entendi a indireta e tremi. Seria difícil segurar aquele fogo. Eu o desejava e sabia que podia me complicar. (edição de 8 de março de 2002)

Duarte (1987:222) comenta os sucessivos passos de tal encontro entre o homem e a mulher, que pode ou não levar à reprodução social. Reprodução esta que é desejada pela mulher - a possibilidade de compor “sua casa, sua família” e que pode ser perturbada ou não pelo homem.

A partir dos encontros entre as personagens femininas e as personagens masculinas, podemos observar os desdobramentos que ocorrem no enredo. Assim, vemos que, em *Alice...* e em *Cruz de Sangue*, o envolvimento sexual provoca rupturas na possibilidade de reprodução social, com aquele determinado homem ao menos. Em *Alice...* tal ruptura se dá pela recusa do namorado em assumir a paternidade de seu filho,

e conseqüente sumiço desse. Em *Cruz de Sangue* pode-se observar o ideal da reprodução social mesmo quando esta não se dá:

Gostaria que minha história, assim como tantas outras, tivesse um final feliz. Adoraria poder terminá-la dizendo que eu e Luciano reatamos e que hoje moramos numa casinha linda no alto da serra, rodeada de filhos. (edição de 22 de fevereiro de 2002)

Neste folhetim, *Cruz de Sangue*, a ruptura é causada pelo desagrado que causou à família de Márcia o fato de ela não ser mais virgem. Nos casos dos folhetins *Um Amor Diferente* e *Assuntos de Família* é a reprodução biológica, contida na reprodução social, que restaura as boas relações familiares após o desagrado inicial que estas tiveram com o relacionamento sexual dos namorados.

Assim, em *Assuntos de Família*, a família dos primos Marcelo e Alessandra é contra o namoro dos dois justamente pelo fato de serem primos em primeiro grau. No entanto, ambos têm consciência de que, ao terem um filho, apaziguariam as famílias:

Sabia que uma criança, além de nos encher de alegria, poderia trazer de volta a harmonia de nossas famílias. Quem iria resistir a um bebezinho bem bochechudo? Vendo a carinha do neto, com certeza meus pais e tios esqueceriam de vez a implicância contra o nosso amor”. (edição de 3 de maio de 2002)

O mesmo ocorre em *Um Amor Diferente*, no qual Flávia rompe o seu noivado com Paulo Roberto para viver com um travesti, Tábata. Seus pais não aceitam tal movimento, mas a família é novamente reunida com o nascimento da filha de Tábata e Flávia:

Só um neto para amolecer o coração de papai. Um dia, ele nos ligou convidando para um de seus tradicionais churrascos. Foi o primeiro de

muitos. Hoje as coisas mudaram e já não temos mais tanta atenção deles. Mimi, uma menina sardenta de três anos toma todo o tempo dos avós. (*VivaMais!*, 23/08/2002)

No folhetim *Nada Será como Antes*, o nascimento de um bebê também parece ter este mesmo significado redentor de reforço das alianças familiares. É com a percepção de que sua filha seria a continuação de sua união com seu falecido marido que Ana consegue superar o trauma da morte. Depois, com o nascimento de seu neto, e o fato de sua filha nomeá-lo Wander – nome de seu falecido marido – Ana diz entender o significado do ciclo da vida e compreender que o amor de seu marido sempre iria estar junto dela.

A história de Daiane, a menina que se prostitui em *Adeus Inocência*, é que aparenta ter os traços mais dramáticos de todas. Nesta, percebemos ser o personagem do pai - que bebe, bate na esposa e assedia uma das filhas - o elemento disruptor da reprodução social. Como coloca Duarte, o valor ambivalente que carrega a figura do homem para as mulheres das classes populares é algo sempre presente. Neste jogo de reciprocidades entre homem e mulher, necessário para o encadeamento da reprodução social, é o homem sobretudo que pode turvar a reciprocidade conjugal. Três são os caminhos:

O primeiro é o do não-trabalho, freqüentemente acompanhado da bebida e que ameaça de maneira direta a reprodução doméstica. O segundo é o da pancada ou dos maus tratos em geral, que pode até ser suportado longamente desde que não se conjugue a uma das duas outras perturbações. O terceiro é o do “ter outras mulheres” – possibilidade muito regular nesses grupos, mas que deve se manter nos limites da reprodução (não afetar o sustento da primeira família) ou da vergonha (não ser ostensivo, demasiadamente próximo ou público). (Duarte, 1987:222)

Podemos pensar, então, que, a partir da ruptura da possibilidade de reprodução social da família de Daiane, ocorre uma série de desgraças – enquanto ela tenta de alguma forma manter a reprodução social de sua família e, depois, de si própria.

Ao mesmo tempo em que estes folhetins apresentam conteúdos moralizantes, no sentido de que as possibilidades ou impossibilidades de reprodução social parecem ocupar o centro das narrativas, percebe-se também a introdução de elementos didáticos. Assim, a menção ao uso ou não do preservativo aparece em todos os folhetins, com exceção de *Nada Será como Antes* (em que se trata de uma situação de viuvez na qual não ocorrem mais relações sexuais) .

Em *Alice Aprende a Voar*, no qual o personagem Alice engravida do namorado, o fato de ela não ter usado o preservativo é explicitado, além de também ter sido explicitado o fato de que uma colega da escola havia contraído Aids por não ter usado o preservativo.

Em *Um Amor Diferente* e *Assuntos de Família* o uso do preservativo pelas personagens também é explicitado. Nos dois últimos folhetins é evidenciado também, como segue nos trechos abaixo, a realização de um teste de Aids como condição prévia para o abandono do uso do preservativo:

Com o tempo, firmamos um pacto e decidimos fazer um teste de HIV. Foram alguns dias de tensão. “Deus está conosco”, murmurou meu amor ao abrimos o resultado negativo. (edição de 23 de agosto 2002)

Decididos, resolvemos fazer teste de HIV e depois abandonar a camisinha. (edição de 3 de maio de 2002)

Outro elemento que mostra uma busca de esclarecimento ao leitor é o fato de que a salvação de Daiane se dá por meio de uma instituição moderna, a ONG, e não por meio de reciprocidades familiares ou de algum tipo de solidariedade vicinal. Em sua

entrevista, Mauro, o jornalista que escreve estes folhetins, falou-me que teve a preocupação de pesquisar sobre uma ONG de recuperação de menores em Recife.

O folhetim *Um Amor Diferente* também contém elementos modernizantes ao mostrar o relacionamento de uma mulher com um travesti. Assim, há uma tentativa de apresentar à leitora a existência de novos arranjos conjugais.

Se nos folhetins há um amálgama de elementos moralizantes com outros mais didáticos que apresentam inclusive valores modernos de cunho individualista, na coluna *Transas e Emoções*, na qual uma psicóloga responde a cartas de problemas de leitoras, o questionamento de valores tradicionais e moralizantes aparece de forma mais unívoca. A uma leitora aflita por ter desmanchado o noivado e não ser mais virgem, Susy Camacho sugere que ela venha a rever as suas crenças a respeito da importância da virgindade para a construção de uma outra relação afetiva. Visões moralizantes sobre a sexualidade são alvo de questionamento:

Isso, em geral, acontece com quem recebeu educação rígida e aprendeu a considerar os impulsos sexuais como perigosos ou como pecado... (3 de maio de 2002)

Nota-se, também, nas respostas de Suzy Camacho, a ênfase na idéia de possibilidade de escolhas individuais:

Não existe sina e sim opção. Mude seu modo de agir e procure uma relação que valha a pena. (2 de agosto de 2002)

O próprio tipo de recepção que as leitoras possam vir a ter da mídia é colocado em pauta:

Tente não se comparar com atrizes e modelos. A maioria das pessoas não é como elas e vive feliz. (26 de julho de 2002)

Ao falar sobre a difusão da psicanálise, Santos (1987) sugere que, em situações em que um profissional se dirige a um público leigo, aquele “precisará *desestabilizar* a percepção que as pessoas têm de suas dificuldades para só, então, *reorganizá-la* de modo a torná-la psicanaliticamente inteligível. “ (1987:86) Assim, por exemplo, ao responder à pergunta de uma leitora que sente um “nervoso inexplicável”¹², Suzy Camacho a incentiva a “esclarecer o que sente”, propondo-lhe que faça uma série de questionamentos sobre a sua vida.

A leitura dos folhetins, por um lado, revela uma representação e reelaboração das cartas das leitoras - como colocou Mauro, seus temas e enredos vêm das cartas das leitoras; por outro lado, revela também uma característica instrutiva de apresentação de valores *outros* para as leitoras. No que se refere à coluna da psicóloga, trata-se de uma instância em que haveria o questionamento de valores tradicionais e o estímulo à problematização das situações e a escolhas individuais. Poderíamos, então, nestes casos, perguntar se isto se trataria de uma característica das representações individualistas que, como sugere Duarte, têm pretensão universal ativa de missionária civilizadora. Tal pretensão pode ser explicada como:

decorrente dessa tão específica conjunção entre o etnocentrismo que parece comum a todas as culturas e o singular “igualitarismo” que a torna cega à legitimidade de qualquer diferença. (Duarte, 1985:194)

2.6. A revista como um modelo reduzido

O conceito de Lévi-Strauss (1962) de “modelo reduzido” talvez seja útil para entender a idéia da revista enquanto uma representação da própria vida. A arte, ao reproduzir objetos ou cenas em miniatura (ou mesmo, ao contrário, em tamanho maior que o natural), cria um modelo reduzido no qual os objetos, ao serem olhados, podem ser captados em sua totalidade, enquanto no tamanho natural a tendência é perceber o objeto por suas partes constituintes.

¹² *VivaMais!* de 11 de outubro de 2 002.

Além de questões de escala referentes ao modelo reduzido, este possui ainda o atributo suplementar que se deve ao fato de ser “*man made*”. O modelo reduzido não é uma mera cópia do objeto; o fato mesmo do objeto ser fabricado permite uma experimentação em torno da sua fabricação na qual múltiplas soluções são possíveis. Para Lévi-Strauss, o espectador também faz parte da criação do objeto, na medida em que ele pode vislumbrar as múltiplas possibilidades do objeto.

Dessa forma, sem mesmo que o saiba, ele também faz parte da criação da obra. É justamente esta, coloca Lévi-Strauss, a virtude intrínseca do modelo reduzido: o compensar a perda das dimensões sensíveis pela aquisição de dimensões inteligíveis. (Lévi-Strauss, 1962:38-39)

A presença de relatos fictícios ou da “vida real” na revista pode ser entendida como um “modelo reduzido” de aspectos da vida da leitora. Uma das características do “modelo reduzido” é o fato de que este não é uma mera cópia passiva de um objeto ou, no caso, de um aspecto da vida da leitora; o “modelo reduzido” representa uma interação entre o criador do modelo e o objeto do modelo.

Na revista, este processo se dá quando aquilo que é recriado são as experiências de vida e, o relato, o seu “modelo reduzido”. Este “modelo reduzido” constituiria uma representação da realidade de ordem metafórica. O sistema judiciário, a burocracia estatal, o sistema financeiro, entre outros, são temas complexos, vastos e que seriam de difícil acesso para a leitora; no entanto, são tornados inteligíveis através de respostas específicas a cartas relatando problemas, através dos relatos “de vida real” e de reportagens abordando tópicos referentes a orientações necessárias à leitora para que ela possa saber interagir com estes sistemas. O caráter metafórico advém do fato de ser uma representação feita pelo produtor acerca dos temas discutidos.

É através deste recorte da realidade por meio de um relato que os produtores estariam criando uma representação daquilo que é possível às leitoras. É neste negociar entre o imaginário dos produtores, por um lado, e o imaginário dos leitores que é entrevisto em cartas e relatos publicados, por outro lado, que se cria um ponto de vista

sobre diversos aspectos abordados na revista como relacionamentos afetivos, revezes da vida e trabalho.

Essa tendência a apresentar informações por meio de relatos, priorizando a forma narrativa, faz parte, segundo Morin (1969), de uma tendência mitologizante da mídia em que “raras são as informações próprias da cultura de massa não embebidas de substância mitologizante.” (Morin, 1969:103)

Embora o folhetim e o conto já estivessem presentes em jornais no século XIX, Morin (1969:103) afirma que é com a cultura de massa do século XX que o imaginário penetra em domínios que pareciam destinados exclusivamente à informação, como jornais e periódicos:

Ao mesmo tempo em que o imaginário se compromete com o realismo, a informação tende a estruturar o acontecimento de modo romanesco ou teatral, e desenvolve uma tendência mitologizante. (Morin:1969:106)

As narrativas da seção *Aconteceu Comigo* contam histórias vividas por pessoas não famosas de uma maneira romanceada. Morin (1969:105) coloca que:

a imprensa seleciona as situações existenciais carregadas de uma grande intensidade afetiva (as crianças mártires apelam para a afetividade materna, os crimes passionais apelam para a afetividade amorosa, os acidentes apelam para o pathos elementar). No “fato variado” a situação é privilegiada e é a partir de situações-chave que os personagens afetivamente significativos são vedetizados.

Ora, as pessoas comuns que narram suas histórias na revista são mitificadas por meio da narrativa, pela grande intensidade afetiva das situações existenciais vividas por elas.

O plano de saúde não teve humanidade. (*VivaMais!*, 03/05/2002)

É duro ouvir um filho gritar de dor....A vida de um garotinho está em jogo.
Isso não tem valor? (*VivaMais!*, 04/10/2002)

Bebia água contaminada...Não estamos brigando por dinheiro, queremos
nossa saúde de volta. (*VivaMais!*, 28/06/2002)

Por outro lado, a revista privilegia a informação de fatos corriqueiros da vida de famosos, geralmente artistas televisivos. Namoros, casamento, relacionamentos de famosos, assim como o nascimento de seus filhos, suas festas de aniversário são assuntos recorrentes. Os famosos são designados por Morin (1969:113). como os novos Olímpianos, aos quais a mídia atribui uma dupla natureza, a humana e a sobre-humana. É a revelação da natureza humana dos famosos – a sua existência privada – que possibilita o processo de identificação do leitor.

Numa das reportagens, são apresentados moldes iguais aos dos vestidos de Sasha, filha da apresentadora televisiva Xuxa, assim como receitas do bolo e docinhos de seu aniversário.

Aniversário da Princesa: Veja a receita do bolo. Fature com as brincadeiras.
Copie os vestidos da princesa. (*VivaMais!* 02/08/2002)

Chamada pela reportagem de princesa, elevada a uma natureza sobre-humana, é através dos moldes e receitas que se cria um elo de identificação entre esta “olimpiana” e a leitora, que poderá fazer para a sua filha, sobrinha ou afilhada, um vestidinho igual, um bolo com o mesmo sabor do que o que foi comido por Sasha, ou até mesmo vender tais produtos “para faturar”

No *Jogo dos sete erros*, a foto de um ator televisivo, em momentos de sua vida privada ou profissional, serve de cenário para o jogo. Há a desmistificação do artista famoso, que é trazido para o momento de lazer do leitor.

Observe agora as fotos da atriz (Regina Duarte, atriz televisiva) se pintando e encontre as mudanças feitas com o computador. (*VivaMais!*, 22/02/2002)

Capítulo III - Interação com a revista: a figura da leitora

Neste capítulo, será feita uma análise da relação que se estabelece entre as leitoras e a revista. Para tal, serão analisadas cartas dos leitores e entrevistas com três leitoras. Através da análise das cartas dos leitores pretende-se compreender de que maneira os leitores aparecem na revista e que tipo de expectativa estes têm em relação à revista.

As entrevistas feitas com as leitoras, por sua vez, serão vistas de forma a analisar como se dá a apropriação por parte das leitoras do conteúdo da revista. Diferentemente dos outros dois itens acima, não temos aqui como apreender uma relação direta do leitor com a revista, uma vez que entre a revista e eles se interpõe a pesquisadora.

A idéia de relação que as leitoras possam estabelecer com a revista compreende tanto a relação que é estabelecida por meio das cartas (e que expressa o tipo de expectativa que os leitores têm da revista e dos produtores) quanto a relação que as leitoras mantêm, através da própria leitura, ou seja, os usos e apropriações que estas fazem da revista.

3.1. As cartas na revista

As cartas dos leitores analisadas constituem-se de dois tipos. As cartas publicadas na revista no período de janeiro a outubro de 2002 e as cartas não publicadas (o que significa cartas que poderiam ou não vir a ser publicadas) que denominarei de cartas “manuscritas”, e que foram enviadas à revista no mês de junho de 2002.

No ano de 2002, existiam oito seções da revista na qual apareciam cartas de leitores. A seguir, descrevo as seções e os tipos de cartas que são mandadas para cada uma delas. Por se tratar de cartas que são mandadas pelos leitores e que são editadas e

publicadas pelos jornalistas, elas oferecem um panorama privilegiado da relação que se estabelece entre leitores e produtores. Isto porque, enquanto as cartas manuscritas revelam a relação que os leitores mantêm com os produtores da revista, ou talvez com a própria revista em si, as cartas já editadas mostram a volta desta relação, o que os produtores selecionam daquilo que os leitores mandam; ou seja, como utilizam as cartas, ao editá-las; o que cortam, o que aproveitam delas. Falarei sobre as cartas “manuscritas” de forma complementar, ao descrever cada uma das seções. Elas se referem a uma leva de cartas que foram copiadas por mim, mediante a autorização da diretora de redação Carolina.

Seção Nós Adoramos Suas Cartas

A primeira seção de cartas da revista é uma seção genérica. Diferentemente das outras seções, não há um tema específico para cartas que o leitor venha a mandar. O preponderante nestas cartas é a apresentação que o leitor faz de si próprio ou de seus parentes. Junto com esta apresentação, surgem outros temas que são: elogios à revista, pedidos de informação sobre algum programa ou artista de televisão, comentários elogiosos sobre um artista de TV, sugestões de matérias, pedidos de divulgação de alguma atividade artística e mensagens para outras leitoras. Desses temas, os que mais aparecem são os elogios à revista e as apresentações de pessoas próximas ao leitor. As fotos são uma constante, aparecendo ao lado da maioria das cartas, ou, sem estarem acompanhadas de carta, em uma coluna no canto da página. As fotos são caseiras, enviadas pelos leitores e os retratam sozinhos ou junto com parentes ou, então, são apenas fotos dos parentes. Fotos de bebês ou de crianças, filhos dos leitores, são muito frequentes. As cartas publicadas nesta seção são curtas, não contendo em média mais do que quatro frases.

Entre as cartas que elogiam a revista, algumas falam do que consideram ser as qualidades da revista, que podem ser a de fornecer informações e curiosidades, como por exemplo, esta carta que diz:

Como leitora de vocês há bastante tempo, tenho condições de avaliar a revista. Acho que *VivaMais!* é nota mil em informações, curiosidades e reportagens. O que mais me atrai nela são as revelações da vida dos artistas e os jogos. (*VivaMais!*, 23/08/2002)

Em outras cartas aparecem referências ao fato de que a revista não é lida apenas pela pessoa que escreve a carta, mas por outras pessoas da família da leitora.

Além de cartas falando de pessoas próximas, também aparecem cartas nas quais o remetente fala de si próprio; neste tipo de correspondência, aparece a foto do remetente. Este é um exemplo de carta em que a leitora fala de si própria:

Tenho 12 anos e um sonho: me tornar cantora. Sou muito alegre e gosto de aproveitar a vida. Aprendi com a minha mãe um ritual de felicidade: sempre que sobram uns minutos; me aproximo do Senhor Jesus e procuro conversar com Ele. Mesmo as coisas mais simples se fazem belas, quando o amor está presente. (*VivaMais!*, 13/09/2002)

Aparecem também cartas falando sobre pessoas famosas, em que o remetente se declara admirador de algum artista e cartas com sugestões de matéria ou pedido de informação sobre algum artista famoso, como é caso de uma carta que pede o endereço para correspondência de uma pessoa famosa.

Outro tipo de carta é aquela em que a pessoa pede a divulgação de alguma atividade artística que esteja fazendo, como nesta a seguir, em que a remetente pede a divulgação de um livro seu:

Meu marido, Rosevaldo, compra *VivaMais!!* toda semana. É uma revista atualizada, informativa, cultural e que dá espaço para as pessoas mostrarem a sua arte. Por isso, gostaria que vocês conhecessem o meu livro *A Voz do Meu Eu*, que conta a história da minha vida por meio de poesias. (*VivaMais!*, 22/02/2002)

Na edição de aniversário de três anos da revista, foi feita uma versão um pouco diferente desta seção. Ao invés de uma página aparecem duas e, além disto, há uma espécie de pequeno editorial. As cartas também se referem basicamente a um mesmo tema, que é o de como a revista ajudou a pessoa a mudar. Em uma das duas páginas aparece uma foto dos integrantes da redação com um bolo escrito *VivaMais!* e, embaixo da foto, a seguinte legenda: “*Esta turma sorridente adora produzir a revista toda semana*”. Ao lado da foto, aparece o título “*Três anos de muita felicidade. VivaMais! faz aniversário. E agradece a você a amizade, o carinho e a parceria.*” Abaixo deste título vem um texto falando das muitas coisas aprendidas pela redação da revista nos últimos três anos.

O texto enfatiza que o mais importante, no entanto, é a parceria com a leitora através das histórias contadas por elas. No final do texto, é dito que, com o intuito de agradecer, serão publicadas nesta edição “*os relatos de leitoras que nos contaram suas conquistas com a revista*”. Sete cartas são publicadas, sendo que três delas têm fotos ao lado. Seis das cartas são de leitoras relatando mudanças que fizeram em suas vidas a partir da leitura da revista.

Os relatos falam de como as leitoras, seguindo dicas publicadas nas reportagens da revista, puderam fazer mudanças em suas vidas. A outra carta é a de uma mãe contando que, graças à revista, sua filha surda passou a se informar sobre culinária, artesanato e novelas e, por isso, passou a ter como conversar com amigas e familiares. Transcrevo uma das cartas publicadas nesta edição:

Com *VivaMais!* aprendi a lutar por meus ideais. Sou cabelereira e, seguindo os conselhos da revista, consegui comprar uma casa e abrir o meu próprio salão. Também troquei o carro velho por um mais novo. Quando vou buscar *VivaMais!* na banca, sinto que estou indo ao encontro de uma grande amiga.” (*VivaMais!*, 11/10/2002)

Seções de Consulta

As seções de consulta são quatro: *Boas Maneiras*, *Transas e Emoções* e *Consultório Médico*. Nestas seções, não aparecem nem a foto, nem o nome e a cidade do remetente. Todas são seções que ocupam colunas em algum lado da página e têm o fundo azul. Na parte de baixo de todas estas colunas aparece o endereço para o qual se deve escrever de forma a se corresponder com a determinada seção.

Seção *Boas Maneiras*

Nesta seção, a carta editada é curta, contendo no máximo cinco frases que expressam alguma dúvida a respeito de comportamento e etiqueta. A resposta vem logo abaixo e é maior que a dúvida, contendo em média dez frases curtas. Na seção *Boas Maneiras*, as dúvidas se relacionam menos com uma etiqueta formal e mais com o modo de interagir com outras pessoas que podem ser familiares ou colegas de trabalho. Embaixo do título “*Boas Maneiras*”, há o subtítulo “*Para impressionar os outros e não dar vexame*”. Um exemplo de pergunta que se refere mais à interação com outras pessoas é esta:

Me separei recentemente de meu marido e ainda estou passando por uma fase muito ruim. Tenho medo de demonstrar esse estado de espírito no local de trabalho. O que posso fazer? (*VivaMais!*, 26/04/2002)

O editor Mauro escreve as respostas desta seção e comentou que as cartas que chegavam eram, em média, doze por mês, o que era um número baixo se comparado com o das outras seções.

Seção *Transas e Emoções*

A seção que vem depois desta, por ordem de paginação, é “*Transas e Emoções*”, na qual é publicada alguma dúvida de sexo ou relacionamento. Embaixo do título

“Transas e Emoções”, aparece a foto da psicóloga que responde à pergunta; a legenda “Psicóloga” aparece embaixo da foto. A carta publicada é editada em até 5 linhas e a resposta em até 10 linhas Exemplo de carta publicada nesta seção:

Sou mãe solteira e há cinco anos me casei com uma pessoa maravilhosa, que assumiu meu filho, na época com um ano. Hoje ele tem 7 e pensa que o pai verdadeiro é meu marido. Na verdade, o pai faleceu há seis anos. Devo contar? (*VivaMais!*, 22/02/2002)

As cartas “manuscritas” para esta seção são maiores que as cartas editadas. Enquanto as cartas editadas contêm em média quatro linhas, trazendo apenas uma dúvida, nas cartas manuscritas os remetentes contam detalhes de suas histórias de vida, num relato emaranhado de sucessivos problemas, em geral pedindo ajuda para encontrar uma solução para os problemas. Em várias destas cartas “manuscritas”, o remetente pede explicitamente que não publiquem o seu nome.

Seção *Consultório Médico*

Esta seção aparece em uma coluna da Seção de duas páginas chamada *Saúde*. Nesta seção, as cartas editadas têm até cinco frases curtas e relatam algum problema de saúde que enseja uma dúvida. Há uma alternância nesta seção: numa semana a resposta é dada por um médico clínico geral e, na outra, por uma ginecologista. Como na seção “Transas e Emoções”, em que aparece a foto da psicóloga junto com o seu nome, também nesta seção aparece o nome e a foto do médico e, na legenda, o seu nome e função. Exemplo de carta publicada nesta seção:

Houve casos de sarna e piolhos na escola do meu filho. O que faço?
(*VivaMais!*, 22/02/2002)

Seção Vivendo e Aprendendo e Seção Amor

Estas são duas seções que se alternam a cada edição. Numa coluna destas duas páginas aparece o “*Só Felicidade – Momentos e Declarações de Apaixonados*”, em que são publicadas fotos de casais ou pessoas sozinhas. Abaixo destas fotos, aparece alguma frase de declaração a outra pessoa e o nome e a cidade do remetente

Na seção *Vivendo e Aprendendo*, aparecem depoimentos de leitores com seus nomes; às vezes, vêm com suas fotos e cidades de moradia. Esta seção ocupa duas páginas. Os depoimentos têm até 20 frases curtas e falam de dificuldades pelas quais a pessoa passou e que foram superadas por ela. Um exemplo de relato desta seção é um relato com o título “A fé me tirou da fase ruim”:

Até o Plano Real , eu era proprietária de várias lojas. Por causa do cenário econômico, perdi tudo, inclusive o marido. Comecei a tomar remédios e, se não fosse Deus, teria feito uma besteira. Deixei meus filhos com mamãe e fui morar com um irmão. Então minha cunhada trouxe luz à minha vida. Com ela aprendi a orar, e isso me deu forças para largar a medicação que estava tomando. Mais equilibrada, superei a má fase. Aprendi que, mesmo num momento ruim, devemos lutar e manter a chama da nossa fé acesa.
(*VivaMais!*, 26/04/2002)

Na seção *Amor*, os remetentes, relatam, em quase todas as cartas publicadas, alguma estória relacionada à sua vida afetiva. Metade dos relatos aparece sobre um fundo colorido e outros sob um fundo branco. Nas edições examinadas, apenas um relato de cada edição aparecia sem uma foto ao lado. Com exceção de duas fotos, em que o remetente aparece sozinho, em todas as outras o remetente aparece abraçado a seu par. Abaixo do depoimento aparece o nome e a cidade do remetente.

Os depoimentos relatam como se deu o encontro com o/a namorado/a ou com o cônjuge atual. Isto envolve uma descrição da forma como se conheceram. Em seguida, os remetentes descrevem o desenvolvimento da relação. Neste desenvolvimento, alguns

falam de dificuldades superadas, como a distância física ou familiares que eram contrários ao relacionamento. O fim dos depoimentos fala do casamento concretizado e, em alguns, aparece a referência ao filho como “fruto do nosso amor” ou ‘para selar o nosso amor’. Este é um exemplo deste tipo de depoimento:

Encontrei Otávio pela primeira vez na escola onde estudávamos. Na época, tinha 14 anos e ele, 15. Sempre trocávamos olhares, mas não era nada muito sério. Um dia, Otávio sentou de costas para mim, e eu me encostei nele sem querer. Um amigo dele, que estava próximo, comentou que faríamos um belo casal. Na hora, fiquei envergonhada, mas logo entendi o recado. No dia seguinte, mandei um colega checar se o gato já tinha namorada. Ele me disse que não, e me aproximei. De cara, meu pai foi contra, mas enfrentamos a situação juntos. Até hoje, três anos depois, ele se opõe. Mas nada nos separará. Não me arrependo de ter investido no Otávio. Faria tudo de novo se precisasse. (*VivaMais!* ,25/01/2002)

As três cartas que não relatam um encontro e posterior relacionamento amoroso são: uma carta em que o remetente faz uma declaração de amor para a sua namorada, uma carta em que uma remetente publica o poema que seu marido fez para ela e uma carta em que uma remetente publica o poema que sua sogra viúva fez para o seu marido.

Seção Testemunho

Seção que fica numa coluna na seção de duas páginas chamada Religião. Esta seção se constitui de um depoimento de até quinze frases em que aparece o nome, a cidade e a foto do depoente ou de alguma pessoa ligada a este. Nesta seção, aparece o nome e a cidade do remetente. Em cima do depoimento, é publicada a foto do remetente ou da pessoa a quem o depoimento se refere. Apenas um depoimento é publicado por seção:

Em fevereiro de 2000, no início da segunda gravidez, minha cunhada Viumânia contraiu rubéola. Aí surgiu a dúvida: abortar ou não? Poucas pessoas a incentivavam a levar a gestação adiante, já que havia muitas chances de o bebê nascer com problemas físicos e mentais. A maioria dos parentes era a favor do aborto. Eu, como espírita, fui contra interromper a gestação. Aquele ser teria uma missão especial a cumprir na terra. Um dia, assistindo à TV com minha mãe, vimos os cantores Luciano e Daniel demonstrarem o carinho que têm com portadores de deficiências. Emocionada, mamãe, que é católica, prometeu: o menino seria batizado com um nome bíblico. Foram meses de expectativa. Em oito de agosto daquele ano, Gabriel nasceu. Exames comprovavam sua saúde física e mental. Deus e o plano espiritual protegeram esse pequeno ser. Hoje meu sobrinho brinca e tagarela sem parar. (*VivaMais!*, 22/02/2002)

Seção *Solidariedade*

Nesta seção o remetente faz um pedido de ajuda para outros leitores da revista. Acima do depoimento, aparece uma foto e, abaixo do depoimento, o nome do remetente. Abaixo do nome vêm os dizeres “*VivaMais! pede: se você pode ajudar X (nome do remetente) escreva para...;*” é transcrito então o endereço ou telefone do remetente. Nas edições analisadas três temas foram encontrados: Parentes desaparecidos, necessidade de auxílio em caso de doença e pedido de ajuda para projetos voluntários:

Meu irmão, Alexandre, e sua esposa são deficientes físicos. Ele trabalhou por alguns anos mas acabou afastado por causa de seu problema. Meu irmão quer levar a filha, Jéssica, para a escola, mas não consegue e muitas vezes precisa pedir favores a amigos e parentes. Eu também sou deficiente e não tenho como ajudar. Por isso, peço a doação de uma cadeira de rodas motorizada para que Alexandre possa se locomover sozinho. (*VivaMais!*,22/02/2002)

Seção Estamos Aqui para ajudar você

Nesta seção, publicam-se cartas de leitores, cartas estas resumidas em até 5 linhas. Embaixo das cartas, aparecem o nome e a cidade do leitor; às vezes, o nome está apenas com iniciais. As respostas têm até 20 linhas.

Os temas das cartas a essa seção, que estão presentes nas edições analisadas, são perguntas ligadas a assuntos jurídicos, perguntas sobre como abrir negócios, perguntas sobre o que se deve fazer para conseguir seguir uma determinada carreira e perguntas sobre como se pode ajudar em algum projeto voluntário. No caso de algumas das dúvidas jurídicas, o nome do remetente não aparece, só as suas iniciais e a sua cidade. As fotos que estão acima de algumas cartas se referem ao tema da pergunta. Não há fotos de remetentes. Exemplo de carta publicada nesta seção:

Gostaria de promover encontros entre pessoas solteiras. O que devo fazer para começar meu negócio? (*VivaMais!*, 22/02/2002)

As cartas de resposta

A revista responde a todas as cartas de leitores por meio de respostas padrão. Exporei aqui o conteúdo destas respostas padrão de forma a poder explicitar melhor a interação que a revista estabelece com os leitores.

→ Dois tipos de cartas que agradecem a participação do leitor e que explicam que a revista recebe muitas cartas e que nem todas podem ser publicadas.

→ Cartas que agradecem a sugestão, crítica ou elogio recebido.

→ Cartas que falam da impossibilidade de responder a algum pedido do leitor, como o de fornecer o endereço de outro leitor, ou de publicar uma oração como agradecimento por promessa alcançada, ou de intermediar o encontro com algum famoso.

→ Cartas que sugerem ao leitor que procure um especialista (advogado ou médico dependendo do caso) caso o seu problema seja urgente, pois a carta poderá não ser publicada em tempo hábil.

→ Cartas que informam o endereço de três redes televisivas.

→ Cartas mandadas para os leitores que enviaram cartas que não foram publicadas, informando que é impossível publicar todas as cartas e que a revista dá preferência às cartas que podem ser úteis para outros leitores.

3.2. Características comuns nas diversas seções

Procurarei verificar quais são os temas mais recorrentes nas cartas, em cada uma das seções e, posteriormente, analisarei os temas mais recorrentes, independentemente da especificidade da seção. No que se refere às cartas manuscritas, busquei ver o que estas podiam revelar sobre as cartas publicadas, no sentido de mostrar o que é ocultado no momento da edição, ou seja, aquilo que não aparece nas cartas publicadas.

Referência a indivíduos aparentados

Um dos traços mais recorrentes nas cartas publicadas nas seções *Nós adoramos suas cartas e fotos*, *Testemunho*, *Solidariedade* e *Amor* é a referência a pessoas próximas.

Podemos ler cartas na seção *Nós adoramos suas cartas e fotos* que tentam usar a revista como meio de fazer uma homenagem a uma pessoa próxima. Esses indivíduos aparentados costumam ser irmãs ou irmãos, filhos, pais, sobrinhos ou padrinhos. As referências a amigos não são tão frequentes. As cartas são todas elogiosas e se constituem em declarações de admiração a pessoas próximas. Ao lado da carta, aparece

a foto da pessoa homenageada. Estes são dois exemplos deste tipo de traço recorrente em cartas:

Este aí na foto é meu irmão Athos, que patrocina minha leitura semanal de *VivaMais!*. Ele se tornou um exemplo de que os portadores da síndrome de Down têm todas as condições de viver normalmente em sociedade. Um recadinho para Athos: ‘Apesar de seus 38 anos, você continua sendo meu Budinha. (*VivaMais!*, 22/03/2002)

Mando uma carta para esta revista porque gostaria de homenagear meus queridos pais, os maravilhosos músicos Osvaldo e Arminda. Eles são meus melhores amigos. Os dois foram importantes para me formar como sou hoje. Isso sem falar que a dupla tem talento e manda um forró muito do bom! (*VivaMais!*, 22/03/2002)

Como foi dito, a referência a amigos é menos freqüente dentro das referências a pessoas próximas. É interessante observar como, nesta carta manuscrita, a referência a uma amiga é feita utilizando-se uma comparação com um parentesco familiar: o de mãe e filha:

Estou enviando a foto da minha amiga C., em dia muito especial, eu a tenho também como a minha filhinha, a minha Princesinha...A C. é alguém que eu amo, admiro e respeito muito, não tenho, mas se tivesse uma filha queria que fosse igualzinha a ela, essa pessoa linda de corpo e alma.” (carta recebida pela revista em julho de 2002, *grifos nossos*)

Assim, a referência a amigos é vinculada ao padrão preponderante de referência a familiares. Além de elogiarem e falarem sobre pessoas próximas, em muitas cartas os leitores mencionam que as mesmas também lêem a revista, ou seja, que a revista não é lida unicamente pelo remetente. Este fato de que a revista é lida por pessoas conhecidas

e próximas ao leitor acarreta reações diferentes quanto à aceitação da provável publicação do nome do leitor. De um lado, percebe-se nas cartas manuscritas enviadas à seção *Nós adoramos suas cartas e fotos* que estas apresentam uma insistências dos leitores em terem as suas cartas publicadas:

Estou¹³ escrevendo novamente além é claro de dizer que adoro essa revista, para dizer que a revista me ensinou que a gente nunca deve desistir de um sonho e é por esse motivo que estou novamente mandando a foto do meu afilhado, até já perdi as contas de quantas fotos dele já mandei para ser publicada e não foi, mas a minha esperança eu não perdi, por favor deixem esse meu sonho se realizar, quero abrir a revista como faço toda a semana, durante 140 edições e ver esse gatinho lindo da foto que é o R..., ele tem dois anos e seis meses e é tudo para mim, ele é filho de uma grande amiga de infância, ela se chama A. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

De outro lado, nas cartas manuscritas enviadas à coluna *Transas e Emoções* (dúvidas sobre sexo e relacionamento), os remetentes não insistem para que suas cartas sejam publicadas, costumam explicitar que gostariam que suas dúvidas fossem respondidas preferentemente através de uma carta individual enviada ao remetente – o que a revista não faz. Além de não apresentarem insistência em ter sua carta publicada, os remetentes ainda pedem que no caso de publicação não sejam identificados:

Por favor si forem publicar estas perguntas só coloquem as iniciais do meu nome. N.M. tá certo. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

Se não for possível publicar por favor me envie a resposta e não publique o meu nome. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

¹³ A ortografia e a regência das cartas manuscritas foram mantidas em sua forma original de maneira a explicitar melhor a diferença entre estas e as cartas que foram editadas e publicadas na revista.

Como observamos, em ambos os casos de carta aparecem dois tipos de pedidos de leitores:

- um pedido para que seja publicada a foto e o nome da pessoa.
- um pedido para que não apareça o nome de quem escreve a carta.

Na leitura das cartas, pude observar que ambos os tipos de pedido são justificados pelo fato de que pessoas conhecidas também lêem a revista:

Pelo que eu li na revista vocês não divulgam os nomes verdadeiros das pessoas, que bom, pois tem muitas pessoas que lêem esta revista, parentes, amigos etc. (Carta para a seção Transas e Emoções recebida pela revista em julho de 2002)

Não site o meu nome, pois muitas conhecida minha lerem e veria, pois é uma ótima revista. (Carta enviada à seção Transas e Emoções recebida pela revista em julho de 2002.)

Pessoal *VivaMais!* comentei que iria escrever. As pessoas duvidam que verei a foto publicada e lógico a mensagem resumida. Falaram que se sair vão comprar para guardar de lembrança. (Carta enviada à seção Nós Adoramos Suas Cartas e Fotos recebida pela revista em julho de 2002)

Alguns autores (Hoggart, 1973, Duarte, 1986, Sarti, 1996, entre outros) já discutiram a questão da preeminência do grupo e da família nas classes populares.

Hoggart descreve a vida das classes proletárias como sendo uma em que a família e o bairro constituem o núcleo de interesse de seus membros. É nesse sentido que Hoggart sugere que o *modus vivendis* nestes grupos é muito relacional e configura uma maneira de enxergar o mundo, de tal forma que os assuntos de maior interesse são

aqueles que dizem respeito às pessoas. Como propõe Hoggart: “Caso pretendamos caracterizar de forma sumária a vida das classes proletárias, podemos dizer que é uma ‘vida densa e concreta’, uma vida que atribui especial relevo aos pormenores, ao elemento sensorial e pessoal, à intimidade.” (1973:126)

Sarti, em seu estudo sobre os “pobres urbanos” em São Paulo, sugere que a importância da família nestas classes possa estar ligada à relativa ausência de serviços públicos entre essas camadas. Os elos e obrigações familiares persistiriam como meios de sobrevivência material. No entanto, além da questão da sobrevivência material, Sarti enfatiza a questão da própria identidade do sujeito, que é proporcionada pelo grupo familiar na medida em que este constitui o “substrato de sua identidade social”. A família constituiria, então, o parâmetro simbólico que estrutura sua explicação do mundo. (Sarti, 1996:33)

Duarte aponta para um modo de pertencimento presente nas camadas populares que se configura de uma forma diferente daquela dos grupos afinados com a ideologia moderno individualista. “A experiência e a sensação de pertencimento preexistem, prevalecem, condicionam a instituição de pessoas diferenciadas, hierarquizadas no interior dessa configuração holista.” (1986:136)

Percalços e sucessos nas tentativas de reconstituição das unidades familiares

Na seção *Testemunho*, dos vinte relatos vistos, sete eram relatos de alguma pessoa falando de orações que fez para a cura de outra pessoa da família. Outros sete casos eram de mulheres relatando dificuldades para engravidar, problemas durante a gravidez ou problemas de saúde dos filhos recém-nascidos. Cinco casos eram de pessoas que relatavam suas próprias curas. O último caso era o de um homem falando de um pássaro que ele criava, o qual morrera e havia ressuscitado por meio de orações.

Nos testemunhos, há uma predominância de relatos que falam de pessoas próximas e relatos que falam da construção de uma família – casos do tipo em que a

leitora narra suas dificuldades para engravidar, ou problemas de saúde de um recém-nascido.

A seção *Solidariedade* apresenta predominância semelhante de referências a pessoas próximas. Das vinte *Solidariedade* analisadas, nove se referiam a pessoas que estavam com problemas de saúde. A maioria dos remetentes, oito dos nove, eram parentes de pessoas que estavam com problemas de saúde, sendo mães, filhos, tios ou sobrinhos; apenas uma pessoa escrevia pedindo ajuda para si própria. Outros oito casos eram de pessoas que procuravam parentes desaparecidos ou que não viam há muito tempo. Desses, apareciam mulheres procurando o pai de seus filhos, irmãos procurando irmãos, filhos procurando pai ou mãe, mãe procurando filha, filha procurando sua família paterna. Três casos não faziam nenhuma referência a parentes. Um caso é o de um homem que encontra um senhor desmemoriado na rodoviária de sua cidade e quer saber se alguém reconhece este senhor e pode ir resgatá-lo. Os outros dois casos são de pessoas que pedem doações para instituições de caridade que elas mantêm para crianças.

Enquanto as seções *Nós Adoramos suas cartas e fotos*, *Amor* e *Testemunho* apresentam fotos e declarações afirmativas de alianças familiares, a seção *Solidariedade* parece apresentar pessoas que buscam, através de pedidos, restaurar a unidade do grupo familiar que fora rompida por separações, desapareções e doenças. Mesmo na seção *Transas e Emoções*, que apresenta dúvidas de caráter íntimo e individual, a possibilidade de que a revista possa oferecer soluções de modo a sanar problemas que ameaçam os vínculos familiares também está presente, como neste trecho de uma carta manuscrita:

Peguei seu endereço na revista *VivaMais!* e resolvi lhe escrever e peço que mim mande uma resposta o mais urgente possível, pois tenho medo de perder meu marido. Não trabalho, vivo só pra minha família e cuido da minha casa. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

Assim, muitas vezes, a revista é tida pelos leitores como uma possível agente interpeladora, tanto no caso de resolver alianças familiares desfeitas, quanto no caso de

reforçá-las. Nestas duas cartas, vemos como o fato de o leitor ter uma foto sua, do seu parceiro ou do casal, publicada na revista, pode ser usado como uma moeda de troca num relacionamento afetivo do leitor:

Gostaria que se possível essa carta fosse publicada esse mês, seria o meu presente de casamento a ele. Desde já agradeço. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

Adoro a revista, já escrevi anteriormente solicitando ajuda e apoio em um problema. Agora preciso que me ajudem em algo relacionado à minha mulher. Como escrevi na minha primeira carta enviada à redação de *VivaMais!*, continuo desempregado e o pouco que eu consigo vendendo os livros cujo os quais tenho poemas publicados, gasto com o meu filho recém-nascido. Não terei grana para comprar nada para ela, nem uma calcinha, além do dia dos namorados ela faz vinte e um anos, dia dezessete de julho, mês que vem. Pensei em juntar o útil ao agradável e se der para vocês da seção Amor publicar a nossa foto com um poema meu e dedicatória seria um presente e tanto para mim, mas seria especialmente para a A... Tenho certeza que ela se emocionaria e iria adorar o meu presente. Ajudem-me a presentear de um modo diferente a minha mulher. (carta recebida pela revista em julho de 2002)

As cartas na revista podem, a grosso modo, ser divididas em dois tipos: cartas que apresentam dúvidas a serem respondidas pela revista e cartas em que o leitor apresenta algo sobre si mesmo, o que pode ser: relatos pessoais, fotos e descrições de parentes ou amigos.

Como entender o significado para os leitores de seções na revista onde aparecem fotos de leitores e parentes de leitores, ou cônjuges e namorados e relatos pessoais? Como já foi visto, nas cartas ‘manuscritas’ pode-se observar os vários pedidos dos leitores para que suas cartas sejam publicadas, explicando que o seu parente ou amigo vai ficar muito contente ao se ver na revista.

Ao mesmo tempo, vemos nas cartas para a coluna “Transas Emoções” (dúvidas sobre relacionamento e vida sexual) o pedido, por parte do leitor, de que não seja publicado o seu nome e cidade. Por um lado, temos cartas de leitores para determinadas seções em que estes pedem que sejam publicadas as suas fotos com seus nomes e declarações e, por outro, uma seção em que os leitores pedem que seus nomes não sejam revelados. Por que este contraste? Por que a revista se torna um espaço em que os leitores falam de suas relações pessoais e de si próprios, mostrando fotos e relatando casos pessoais?

Talvez os conceitos de “*person-orientation*” e “*object-orientation*” tais como foram descritos por Gans (1982) a partir de Parsons (Parsons apud Gans, 1951:102-4) sejam úteis para se entender tal uso da revista por parte de leitores. Os conceitos de “*object-orientation*” e “*person-orientation*” se referem a dois modos distintos de comportamento do indivíduo. O modo de comportamento “*object-oriented*” se refere à busca de atingir objetivos que podem ser materiais, ideológicos ou morais, mas que se referem a objetos.

A busca de tais objetivos pode levar o indivíduo a distanciar-se de algum grupo a que ele pertença. Esta busca é anterior ao grupo social e se refere ao indivíduo; o pertencimento ao grupo se dá na medida em que existem aspirações comuns, mas não é anterior a estas. O modo de comportamento “*person-oriented*” se refere a uma aspiração a estar dentro do grupo, na medida em que só se existe enquanto indivíduo dentro do grupo. É no interior deste grupo que as aspirações se desenvolvem, e estas só ganham sentido a partir do grupo. Como coloca Gans (1982:89-90):

Here the overriding aspiration is the desire to be a person within a group; to be liked and noticed by members of a group whom one likes and notices in

turn. Now, wanting to be liked and noticed is also an object, and people join groups for this purpose. The difference between object-orientation and person-orientation is that whereas the former exists prior to and apart from a group, the latter is intrinsically tied to, and is itself a product of, participation in a group.

O tipo de correspondência feita com a revista pode ser caracterizado como sendo mais do tipo *person-oriented*. Isto porque as cartas publicadas parecem remeter a um desejo por parte do leitor de ver refletidos na revista os seus laços familiares. As cartas serviriam como meios do propósito de reforço dos grupos e alianças familiares.

É interessante perceber, no entanto, que, além do fato de a revista poder se constituir num espaço onde se representa através de fotos e cartas a integração do grupo familiar; a própria relação com a revista também se constitui numa relação tipo *person-oriented*. Assim, a relação estabelecida com a revista é percebida em termos de um parentesco que seria estabelecido a partir da leitura e da correspondência:

Sou leitora fiel desta revista. Todas as semanas, *VivaMais!!* entra em casa sem pedir licença. Já é da família! Até meu marido se rendeu, e minha filha, embora ainda não leia, adora as imagens. Sou tão fã que até ganhei uma camiseta numa promoção, por causa de uma frase que eu criei. (*VivaMais!*, 24/05/2002) (grifos nossos)

Já me considero da família de vocês, pois me correspondo regularmente com *VivaMais!!* e sempre recebo resposta. Isso se tornou gratificante. A revista é companheira nas horas boas e ruins. Só gostaria que tivesse cruzadinhas em todas as edições. Amo vocês! (*VivaMais!*, 26/04/2002) (grifos nossos)

A publicação de fotos na revista também pode ser vista neste mesmo sentido. Bourdieu (1965), ao estudar o uso que fazem da fotografia camponeses franceses, mostra que o ato de fotografar é menos ligado à prática da fotografia enquanto atividade estética e mais referida a uma subordinação da fotografia à domesticidade e à integração do grupo. “La photographie elle-même n’est rien, le plus souvent, que la reproduction de l’image que le groupe donne de son intégration.” (Bourdieu, 1965:48)

As fotografias se inserem dentro de um circuito de trocas familiares. Para as famílias que vão se distanciando geograficamente, a circulação de fotografias de crianças ou de membros da família em momentos solenes, como o casamento, a primeira comunhão ou o batizado, servem como uma forma de atualização e recrudescimento dos contatos intra familiares. Caberia à mulher, prioritariamente, esta função de atualização dos contatos familiares. Assim, é ela que leva os filhos para conhecerem seus parentes de outra cidade e, da mesma forma, envia fotos do recém-nascido, de modo que seus parentes possam reconhecê-lo como parte do grupo. (Bourdieu, 1965:42-3)

A freqüente aparição de crianças nas fotos se explica pelo fato de que estas reforçam a integração do grupo familiar; a fotografia é uma forma de capturar e retratar esta integração. (Bourdieu, 1965:47) Nesta carta manuscrita, podemos observar que a leitora menciona o fato de enviar a foto de seu filho como um evento que mobiliza todo o grupo familiar.

Quando o meu irmão J.V. completou um aninho, mamãe mandou a foto dele. E todos nossos parentes e amigos ficaram ansiosos para vê-lo na revista. Até que um dia lá estava ele na edição 69. Hoje eu completei um aninho e todos já perguntam para mamãe. “Já mandou a foto do P. para a *VivaMais!*?” Por isso mamãe está mandando, pois todos estão ansiosos para me verem numa das próximas edições. (Carta enviada à seção *Nós Adoramos suas Cartas e fotos* recebida pela revista em julho/2002)

As fotografias em que aparecem crianças e adultos juntos tornam-se símbolos da idéia de uma linhagem familiar. (Bourdieu, 1965:48)

Em sua tese sobre diferenças de valores que as classes populares, por um lado, e os segmentos letrados das sociedades ocidentais, por outro, atribuem à “viagem” e ao “turismo”, Nery (1998) mostra que a experiência do lazer nas classes populares está implícita na expectativa da “viagem” como lugar de folga, em oposição ao trabalho, onde ocorre o *compartilhamento* deste momento de folga com o grupo. Nery coloca que a idéia de partilha e participação não é apenas emblemática das classes populares, mais do que isso, como ele diz:

Ela (a ‘participação’) é uma atitude distintiva dessas classes, fator de contraste ao qual recorrem para estabelecimento de sua própria identidade. Contra uma concepção fundamentada no modelo do ‘espectador’ e pelo ‘intérprete’ no palco (seja na representação da vida no teatro, seja na representação da peça musical ou concerto) e em que ambos os universos são mantidos separados, se ‘tocando’ apenas no momento do aplauso, impõe-se nas classes populares uma concepção diferente baseada no modelo de ‘participação’. Esse modelo consiste sumariamente no gesto de transgressão entre os espaços destinados ao ‘espectador’ e aquele destinado ao ‘intérprete’. Entre as classes populares o ‘acontecimento’ deve se revestir de uma oportunidade adicional não apenas de observação espectral em relação à vida (como no teatro burguês) mas principalmente de ‘participação’, a exemplo do caráter de centro festivo e social atribuído ao teatro barroco no qual a audiência não se concentra apenas com o que acontece no palco mas participa numa dupla produção, a do palco e do próprio auditório na medida em que na percepção barroca a vida se expressaria como um teatro universal, razão pela qual não só o palco mas também o próprio auditório seria iluminado. (1998:163)

Assim, a relação que os leitores mantêm com a revista sugere a idéia de participação na mesma, em que o leitor de alguma forma está presente e se vê na revista.

É possível indagar se tal padrão de participação do leitor na revista, com a apresentação de seus familiares e pessoas próximas, poderia se tratar de uma incorporação pela revista de elementos da cultura das classes populares? Como é aprendido por parte dos remetentes tal código de conduta na relação de correspondência com a revista? Como se porta a revista diante de tal correspondência?

Mira (1995), no seu trabalho sobre programas de auditório na televisão, argumenta que tais programas incorporam muitos elementos do universo da cultura popular tradicional.

Passando pelas histórias das primeiras emissoras de TV e das manifestações culturais que constituíram suas fontes mais diretas (o rádio, a “chanchada” e o teatro de revista), acabamos por descobrir sua ligação profunda com o circo e a festa popular. (1995:128)

Os meios de comunicação de massa foram, em alguns estudos, responsabilizados pela destruição da cultura popular, na medida em que o aparecimento desta primeira provocaria o progressivo desinteresse do público pela segunda. O circo, por exemplo, estaria desaparecendo por este motivo.

Mira defende, no entanto, que a relação entre cultura popular e cultura de massa não se constitui em uma via de mão única. Se, por um lado, os espetáculos circenses muitas vezes têm de se adaptar a elementos televisivos (luzes, artistas de TV) para sobreviverem, por outro lado, elementos circenses - como o caráter de festa do circo, sua teatralidade, comicidade e musicalidade - são encontrados em programas de auditório.

Se é possível perceber que a cultura de massa não destrói as manifestações tradicionais da cultura popular, mas pode ser incorporada por elas, valeria também destacar quanto as formas da cultura popular informaram, entre nós, a constituição da cultura de massa. Dito de outra forma, estudam-se apenas os efeitos da implantação do sistema de televisão numa sociedade, em

grande tipo tradicional e iletrada, mas não se pergunta que tipo de televisão emergiu dessa realidade. (1995:131)

Assim, podemos entender que a revista reproduz, em suas páginas, certos elementos de uma cultura popular, como o valor proeminente dado ao grupo familiar. Nos programas de auditório estudados por Mira traços semelhantes aos que aparecem nas seções de cartas dos leitores da *VivaMais!*. Uma das práticas freqüentes nestes programas é a de espectadores apresentarem problemas ao apresentador do programa que serão, então, resolvidos pela produção do programa. Os espectadores apresentam problemas que podem ser: falta de dinheiro, dívidas a serem pagas, problemas na justiça, problemas de saúde e problemas no relacionamento familiar. (Mira, 1995:114)

Nas seções de cartas da revista, pode ser observado semelhante *pot-pourri* de problemas, onde os leitores apresentam dúvidas sobre problemas trabalhistas, pendências na justiça, obtenção de pensões, formas de montar pequenos negócios ou pedem ajuda para problemas de saúde. Outro traço semelhante é a narração de um relato pelo entrevistado que vai ao programa ou pelos remetentes, no caso da revista. (Mira, 1995:145). São, nestes dois espaços, relatados casos ocorridos na vida da pessoa a ser auxiliada. O que poderia ser perguntado é se existe um código de relacionamento que se constitui entre a mídia popular e o seu público, no qual certos traços idealmente relacionados à cultura popular são reelaborados e no qual se tornam comuns certo jogo de demanda e resposta entre produtor e público.

No caso da revista, existe uma fronteira estreita entre aquelas demandas dos leitores que são consideradas legítimas – como a publicação de fotos de parentes – e aquelas consideradas ilegítimas – a realização por parte da revista de “um sonho particular” como o pedido de que a revista providencie um emprego, um objeto material ou a possibilidade de o leitor aparecer em um programa televisivo ou conhecer um artista famoso. Alguns tipos de fotos também são consideradas impublicáveis, como fotos de leitoras em trajes sumários. A diretora de redação Carolina explicou que as

leitoras não gostariam de ver desenhos ou fotos muito sensuais na revista, pois, assim, poderiam ser lidas pelos seus filhos.

Por outro lado, alguns leitores escrevem num estilo em que parecem procurar corresponder ao padrão de cartas apresentado na revista. Assim, estes escrevem, no final de sua carta manuscrita, uma frase curta entre aspas com a pergunta ou declaração a ser transcrita na revista. Talvez isto indique que embora haja leitores que escrevam cartas fora do padrão estabelecido pelos produtores, por outro lado, a própria revista parece influenciar a forma como os leitores se correspondem com esta.

3.3. Usos e Apropriações

As leitoras entrevistadas por mim foram contactadas quando compravam a revista em uma banca de jornal no bairro do Rio Comprido, no Rio de Janeiro. O objetivo de analisar a fala de tais leitoras é o de complementar a análise das cartas de leitores e compreender mais a relação que é estabelecida com a revista no momento da leitura da mesma. Procuro, assim, fazer um contraponto com a análise das cartas na qual a relação que é estabelecida é de correspondência com a revista, enquanto, neste caso, é apenas de leitura. Ao mesmo tempo, procuro também ver quais são as semelhanças entre as relações que se estabelecem através das cartas e as relações que se estabelecem através da simples leitura revista.

A banca de Jornal

Foram visitadas duas bancas de revista pertencentes a uma mesma pessoa, Roma. Em uma das bancas trabalha ela, na parte da tarde, e uma funcionária, Claudete, na parte da manhã. Na outra banca trabalha o marido de Claudete, Romário, também funcionário de Roma. As duas bancas ficam numa mesma rua do bairro do Rio Comprido, no Rio de Janeiro. Tal rua é composta por alguns edifícios, vilas, loteamentos, casas e duas favelas na parte mais alta. Quanto ao comércio existente há

uma loja autorizada de carros na rua, algumas mercearias, um armazinho e um restaurante de comida a quilo.

A primeira banca, onde trabalham Roma e Claudete, é uma dessas bancas onde se pode entrar. Do lado de fora, fica um pequeno *stand* com jornais e, mais adiante, também do lado de fora, revistas penduradas ficam expostas. As revistas que ficam penduradas são: *AnaMaria*, *VivaMais!*, *Tudo*, *Minha Revista*, *Minha Novela*, *Tititi*, *Contigo*, *Caras*, *Note e Anote*. Com exceção de *Caras* e, são revistas parecidas com a *VivaMais!*, no sentido de serem revistas femininas mais baratas, que trazem informações sobre novelas e artistas.

Observei que muitas mulheres e meninas com uniforme de escola pública paravam em frente ao *stand* e ficavam olhando; algumas meninas chegavam a ler as manchetes em voz alta. O horário de funcionamento desta primeira banca é das 7 às 17 horas. A segunda banca, onde trabalha Romário, é uma banca menor e na qual não se pode entrar. As revistas ficam expostas apenas no lado de dentro da banca. O horário de funcionamento desta é menor, sendo das 7 às 13 horas.

Encontro com as leitoras

Camila

Ela trabalha como caixa de uma pequena mercearia que fica em frente à banca onde trabalha Romário. Segundo Romário e a própria Camila, ela compra a *VivaMais!* todas as quarta-feiras nesta banca. Foi ali que a abordei, falando-lhe sobre a possibilidade de uma entrevista. Apresentei-me, falei que estava fazendo um estudo sobre a revista *VivaMais!*, perguntei-lhe se eu poderia fazer uma entrevista com ela. Ela me disse que não, que sentia vergonha. Romário interveio e ratificou que era para uma pesquisa. Conte para ela que eu achava muito interessantes os depoimentos pessoais que apareciam na revista e que as entrevistas eram para eu saber o que as outras pessoas achavam da revista. Ela ficou um pouco mais receptiva e afirmou que ela também

achava os depoimentos a parte mais interessante. Acabou concordando em dar a entrevista.

A entrevista com Camila foi na sua casa, num domingo de manhã. Ela mora com as duas irmãs mais velhas, mas, nesse dia, estava só. O apartamento dela fica numa vila extensa com entrada do bairro do Rio Comprido. O apartamento é amplo, tendo, no entanto, um quarto só. Estava equipado com eletrodomésticos e móveis novos.

Camila tem 20 anos e fez o segundo grau completo. É maranhense e mora no Rio há um ano. É evangélica. Geralmente só sai para ir à igreja ou ao trabalho, isto porque não tem muitos amigos no Rio. Compra, além da *VivaMais!*, outras revistas que falam de novela, e os Guias *Especial Sexo* que são lançados pelas revistas *Minha Revista* e *Ana Maria*.

Lê a revista *VivaMais!* há um ano. Embora já houvesse lido *VivaMais!* no Maranhão, só começou a lê-la sistematicamente no Rio, inicialmente atraída por uma reportagem sobre a dupla musical Sandy e Júnior.

Lindalva

Conheci Lindalva na banca de Roma, numa quarta-feira de manhã cedo. Claudete, que trabalha na banca de Roma, falou-me que Lindalva era uma consumidora regular da *VivaMais!* Lindalva se prontificou imediatamente a ser entrevistada e me deu seu telefone. Liguei para ela e marcamos de nos encontrar numa terça-feira à tarde.

No dia marcado, encontramos-nos num armarinho por onde ela me disse que sempre passava. Dali fomos para a sua casa que fica em um loteamento no bairro do Rio Comprido. Lindalva fez questão de me dizer que ali não era uma favela, que eram todos terrenos comprados e próprios.

Lindalva tem sessenta e oito anos. É agente de portaria aposentada. Atualmente, trabalha, às vezes, como fritadeira em festas de aniversário. Mora numa casa em

construção com a irmã, o cunhado, o sobrinho e o filho de 23 anos. A irmã e o cunhado fazem salgados e doces para festas e Lindalva me disse que os auxilia. Sendo católica, freqüenta uma igreja perto da sua casa e participa de excursões com o pessoal da igreja.

Embora eu tenha folheado a *VivaMais!* com Lindalva, perguntando-lhe sobre os seus interesses na revista, foi difícil ater-nos somente à revista. Lindalva parecia sempre interessada em contar-me sobre a sua vida. Assim, ela me contou sobre o acidente que sofrera em 1970, sobre a sua gravidez tardia, os problemas que ela estava tendo com o filho “que não queria progredir”, “não queria estudar”, “ia ser *boy* a vida toda”, as doenças que a tinham acometido e o falecido marido que tinha sido alcóolatra. Sobre a revista, ela enfatizou principalmente o lado de informação da mesma.

Vivi

Conheci Vivi na banca de Roma, quando ela foi comprar a revista. Abordei-a dizendo que estava estudando a revista *VivaMais!* e que eu queria entrevistá-la. Vivi logo concordou.

Quando liguei para o seu celular querendo marcar a entrevista, falando que gostaria de ir à sua casa, ela respondeu que seria complicado porque mora numa favela do Rio Comprido. Falou da possibilidade de irmos para a casa de um amigo dela que fica no início do morro desta mesma favela. Acabamos combinando de nos encontrarmos na Faculdade Estácio de Sá no Rio Comprido. Como Vivi demorou muito (combinamos às 10h e ela só chegou às 12h), convidei-a para almoçar num restaurante que havia ali perto.

A nossa entrevista se desenrolou em três locais : no restaurante, na casa de seu amigo e no pátio da faculdade. No restaurante, apenas conversamos sem uso do gravador.

Vivi tem 35 anos, sendo separada e mãe de três filhos, uma menina de 18, um menino de 17 e uma outra menina de 8 anos. Os dois mais velhos moram com o pai. A

ocupação atual de Vivi é a de empregada diarista em duas casas, a de uma mãe e a de sua filha em Ipanema.

Ela me contou que ela e sua filha mais velha gostam de andar bem vestidas e que muitas vezes as pessoas pensam que ela é irmã da sua filha ou namorada do seu filho. Disse-me que, ao contrário de sua mãe, “uma pessoa muito simples da roça”, ela não tinha medo de conversar de igual para igual com pessoas como eu (foi o exemplo que ela deu), e que tanto ela quanto a filha sempre reclamavam quando eram discriminadas numa loja ou num *shopping* por causa da cor da pele.

Reclamou que as pessoas da *comunidade* onde ela vivia não entendiam por que ela e sua filha gostavam de andar bem arrumadas, e que as consideravam metidas. Nos seus momentos de lazer, gosta de sair para lugares “fora do morro”, não gostando de festas da comunidade. Disse que tem como meta sair do “morro” e morar no “asfalto”. Costuma também participar de cursos de culinária. Lê e coleciona a revista desde 1999, época do seu lançamento.

Durante a entrevista, Vivi ia folheando a revista e comentando cada seção; muitas vezes fazia comentários que não estavam relacionados apenas ao seu gosto pessoal, mas a reflexões que ela fazia sobre a revista, explicando por que outras pessoas também poderiam achar aquilo interessante.

A leitura em si

Buscou-se ver de que forma a leitura da revista se integra no cotidiano das leitoras e de que forma a revista é lida: o ritmo, a ordem das seções e o local da leitura.

Todas as três leitoras relataram que a leitura da revista não é feita de uma vez só. Além disso, encontrar o momento em que a leitura da revista vai ser feita nem sempre é uma tarefa simples:

Eu começo a ler lá na loja pela parte da manhã...aí quando é à tarde, que quase não tem movimento, que lá é mercado, aí eu vou lendo, leio a história toda, leio tudo... (Camila)

Aí eu apanho na quarta, aí na outra semana é que eu vou ler, porque eu não tenho tempo, eu também trabalho de fritadeira, sexta, sábado, domingo; às vezes tem trabalho, aí eu não pego nem nada porque só trabalhando, ajeitar a casa, fazer comida, levar comida, que eu levo um almoçozinho para um vô; aí não dá tempo, eu fico sem ler; às vezes, quando eu vou ler, já tô tão cansada que quando eu pego pra ler, aí eles falam ‘vai dormir, que tá na hora de dormir né’, tem muito disso. (Lindalva)

...não, é assim: eu compro quando eu estou indo trabalhar; aí eu dou uma olhada nela no ônibus, mas onde eu olho mesmo, onde eu leio mesmo é à noite, em casa, que aí eu vou... vejo as coisas interessantes; agora, por exemplo, a parte de psicólogo, de medicina, dá para mim dar uma lida rápida, quando a reportagem não é grande essas coisas; para fazer uma leitura grande, eu acho que no ônibus é cansativo, porque acaba forçando a tua vista, te dando sono; e, em casa, sabe... eu acho que é melhor para você ler essas coisas, então, sempre à noite; ler inteira assim, que não dá para eu ler tudo, por causa do meu tempo; uns três dias assim, eu passo lendo a revista (Vivi)

Todas as leitoras relataram que o momento da leitura tinha que se espremer entre os outros afazeres do cotidiano. Estes outros afazeres podem ser o trabalho ou as tarefas domésticas. O fato da leitura ser entremeada por outras atividades não impede que as leitoras busquem uma certa privacidade para ler a revista:

Eu gosto de ler a minha revista na sala, numa colchonete que eu coloco na sala, cheia de almofadas com o meu cigarro e o meu café bem à vontade, de

preferência com a porta com trinco para ninguém perturbar o meu juízo, entendeu, sozinha e com a minha gatinha do lado me enchendo o saco, só. A leitura é uma coisa assim; não tem como eu conversar com você e estar lendo alguma coisa, por mais banal que seja a leitura, sabe, não dá; então eu gosto de ler sozinha, eu gosto de ler na sala, no meio das minhas almofadas; aí os meus amigos não têm educação não; eles chegam um pouco tarde lá em casa, aí a gente começa a conversar, mas aí eu já li a minha revista toda, aí eles começam a ler. (Vivi)

É muito gostoso também, o dia que você ‘tiver azucrinada, você pega uma revista dessas pra ler, é tão gostoso.... você esquece tudo... aí eu faço assim, quando aquilo vai me cansando, eu pulo pra outra coisa; aí, agora, eu estou também cozendo, bordando; aí, assim, tem a costura, tem o bordado, tem as duas leituras, quando cansar um, passa pro outro. (Lindalva)



A leitura da revista geralmente não é feita em um dia só. O ritmo da leitura neste caso é bastante determinado pela forma como a leitura é feita.

A forma de ler a revista é indicativa de que a leitura de seu conteúdo é algo que deve ser absorvido. Costumam ler e reler o que mais lhes interessa.

Não, esse daqui eu fico lendo duas, três vezes na loja, pra mim entender direito como é que é, entender o que eles estão falando, que assunto é, eu decoro, aí eu leio assim ... mas o que eu mais gosto é só o depoimento, o depoimento fica gravado na mente; quando eu chego, eu conto pras meninas “olha, eu li num depoimento” ; ontem mesmo, eu tava lendo o depoimento dos primos... (Camila)

Aí eu vou lendo assim a sequência... às vezes eu já li, torno a voltar, às vezes tem coisa que é boa, vale a pena você tornar a ler, tem coisas que vale a pena, é tipo Paulo Coelho;, Paulo Coelho você lê e relê, tem que ler e reler. (Lindalva)

A leitura pode ser cuidadosa, havendo um sublinhamento de partes importantes e o recorte e colagem de coisas que podem ser úteis:

Tem uns testinhos também que de vez em quando é bom a gente fazer para saber como é que tá a memória. Eu, então, me amarro nessas coisas; muita coisa eu copio. Aí, conforme eu vou lendo, eu assinalo o que eu já li. Essas receitinhas, algumas eu faço, outras não; saber sobre os cursos que estão em evidência pra passar pra alguém. Tem uns testes viu, de vez em quando eu faço. Nesse “você sabia?”, então, muita coisa esclarece, sabe? Muito bom, mesmo, muito bom. Esse daqui, eu assinalei, viu, que eu gostei. “As garrafas de vinho são coloridas pra proteger a bebida”. Eu não sabia... (Lindalva)

Roger Chartier (1993) fala sobre o estudo a respeito das diferentes relações que se estabelecem entre o leitor e o objeto lido. Uma das hipóteses é sobre uma possível passagem de um tipo de leitura intensiva para uma leitura extensiva. A leitura extensiva denomina uma maneira de ler a Bíblia praticada na Alemanha no séc. XVIII e na Nova Inglaterra na primeira metade do século XIX. Os protestantes liam a Bíblia intensivamente, em voz alta, coletivamente memorizando suas passagens.

Essa leitura implica uma relação sacralizada com o livro, advinda da raridade do mesmo. O lido se torna familiar, sendo incorporado por aqueles que lêem. Chartier sugere que, embora na França católica a leitura da Bíblia fosse mediada por padres, não havendo uma relação individual com a Bíblia, como no caso das religiões protestantes, o fato de o livro ser algo relativamente escasso ocasionaria a prática da leitura intensiva. Este era o caso da leitura dos almanaques, no qual o impresso era freqüentemente manipulado, cortado, transcrito.

A leitura intensiva, assim, assegura a eficácia do texto graças a um trabalho de apropriação lenta, atenta e repetitiva. O ato de ler desta forma não inscreve a leitura numa prática autônoma; ao contrário, a leitura está articulada a uma série de outras práticas, como recitar o lido para outras pessoas. (Chartier, 1993:91)

A leitura extensiva se imporia entre 1750 e 1850. Numerosos textos são lidos individualmente, na intimidade e em silêncio. A relação com o texto é laicizada e constitui-se de forma mais superficial, passa-se de uma leitura a outra.

Chartier pergunta se realmente teria havido a substituição de um tipo de leitura por outra ou se as duas não coexistiriam ao mesmo tempo, sendo praticadas por grupos sociais diferentes (1993:89). Não seria, então, possível falar de um certo tipo de leitura intensiva praticada pelas leitoras referidas? Também neste caso, parece haver uma relação de intensidade com a leitura, em que o conteúdo deve ser absorvido e até memorizado. A revista é vista como uma fonte de informações, cujo conteúdo deve ser aproveitado.

Não dá para mim ler tudo num dia, não tem como; é como você ler, você não vai nem ler, não vai nem guardar o que está escrito, aquelas coisas que você lê rápido você nem guarda; uma frase que você leu rápida de algum lugar, sabe, a leitura é muito boa para você ler, analisar e tirar proveito dela. (Vivi)

Embora a revista seja semanal, sugerindo uma leitura superficial e facilmente descartável, pelo fato de toda semana estar disponível um novo exemplar com novas informações, há um cuidado, através do colecionamento, no caso de duas leitoras - com o conservar da revista.

A idéia de que a revista possa servir como guia e referência também está bastante presente nos depoimentos, como no caso de Vivi, que fala da revista como um estímulo.

Quer ver uma coisa interessante que te estimula... a revista coloca umas coisas que te estimula mais ou menos. Eu fiquei 21 anos sem estudar, parei de estudar com onze anos de idade, estudei até a quarta –série; aí, depois de 21 anos sem estudar, sabe, até... através de uma entrevista de uma de pessoa que deu entrevista aqui, que ela era doméstica, se eu não me engano, e passou a ser médica, eu tenho essa revista lá em casa; foi logo assim no início da revista; então, aquilo dali me deu uma força sabe, que eu pensei assim “caramba!”; e a pessoa ‘tava há muito tempo sem estudar. Aí eu peguei e voltei, foi um teste para a minha capacidade. Fiz supletivo, aí eu estudei da quarta série até a oitava série sem repetir. Para uma pessoa que tava totalmente paralizada, eu voltei engatinhando no colégio e me dei bem; quer dizer, parei de estudar porque fiquei doente; depois, eu procurei vaga e não encontrei vaga para eu voltar a estudar. Agora é só eu terminar, fazer a metade de um ano para eu terminar a oitava, fazer o supletivo, que eu não fiz a última prova. Eu falei: eu não preciso nem fazer prova; eu termino aí, começo o segundo grau. A revista também serve de estímulo, essa parte aqui é boa, a “Vida Real”. Eu vi exemplos bons.

No caso de Lindalva, vemos mesmo um manuseamento físico da revista, onde esta pode ser assinalada, recortada e colada em caderninhos de receitas.

Seria o caso de se perguntar se o pouco material de leitura a que têm acesso essas leitoras produziria uma relação mais intensa com a revista?

A *VivaMais!* e outras mídias impressas: a opinião das leitoras

Duas das leitoras afirmaram que, antes, podiam comprar outras publicações, as quais, depois, foram ficando economicamente inviáveis. Essas publicações a que elas se referem são *Veja*, *Istoé*, o jornal *O Globo* e a revista *Capricho* - no caso de Lindalva - e a revista *Época* e o jornal *O Globo* - no caso de Vivi. A partir destas falas podemos perceber como elas fazem comparações entre a revista *VivaMais!* e outras revistas:

...que eu era assinante do *Globo* muitos anos... mas aí começou a ficar caro, o salário cada vez mais alto para não dizer o contrário, aí tive que cancelar, tive muitos anos. Mas, naquele tempo, eu podia, tinha companheiro também com vida; mas aí ele faleceu, e começou a encurtar... o salário do menino é pra ele, que ele bota só em festa, aí não dá pra me ajudar, que aí fica nós três, o marido, a irmã e eu. A *VivaMais!*, desde que surgiu, antes eu lia *O Globo*, eu parei de fazer assinatura. Depois, sempre que podia, o dinheiro sobrava, eu comprava *O Globo*, que sempre foi mais caro. Dia de domingo, não tinha jeito era *O Globo*; agora, com a *VivaMais!*, é a *VivaMais!*. Leio só a *VivaMais!*, porque traz tudo, né, só de vez em quando é que meu sobrinho, que se dá muito com uma psicóloga, recebe *Veja*, *Istoé*. Aí, quando a gente quer dar uma aprimorada em alguma coisa, procura ver nessas daí, porque essas daí é mais séria. Mas a *VivaMais!* também tem a parte de ciência, tem psicologia também, muito boa. Eu, pelo menos, eu gosto, eu achei que a *VivaMais!* pegou de tudo um pouco para passar para a gente, de tudo um pouco, gostei, gostei, gosto muito sabe... traz fofoca também, traz essas novidades de televisão e tudo, mas tem muito ensinamento, muita coisa clara que passa para a gente também. (Lindalva)

Lia sim, mas mais porque eu também gosto de me manter informada. Então, eu era assinante até da *Época*, que... tinha, por exemplo, coisas importantes que acontecia no nosso dia a dia, que tinha por exemplo pessoas que me achava até idiota; as pessoas do meu convívio geral, sabe... ‘eu não sei por que você compra essa revista’. Aí, se você pega essa revista pra ler, você vai descobrir coisa à beça, o que acontece no nosso país, você vai saber de política, de economia, você vai saber o que acontece no país fora, quer dizer... a *Época* também eu gostava de ler porque era boa, só que financeiramente não deu mais pra mim, entendeu, né? As outras que eu lia era emprestada, mas aí depois apareceu a revista *VivaMais!*. Não vem com aquelas coisas tão formais como a *Época* vem, tem uma diferença, é aquela coisa, cada caso é um caso, a revista *VivaMais!* é pra um objetivo e a *Época* é pra outro. A *Época* e a *Veja* você tem um esclarecimento, você pode

sentar, se tiver uma pessoa falando de política, economia, essas coisa, se você tiver informado, lendo a revista, o que acontece nos Estados Unidos, em matéria de saúde, desenvolvimento de medicina, você tem como entrar no assunto, você tá bem informada; agora, essa *VivaMais!* é diferente, ela tira um pouco o esclarecimento do dia-a-dia e financeiramente, é bom porque você aprende. (Vivi)

A comparação não é feita com outras revistas femininas e, sim, com revistas de informação geral. Por que esta não comparação com outras revistas femininas? Qual o sentido da comparação da revista *VivaMais!* com estas outras?

Bourdieu (1993) fala do *desapossamento cultural* das classes dominadas, fazendo uma comparação da sua alienação no campo produtivo com a sua alienação no campo cultural. As classes dominadas estariam privadas da competência necessária para a apropriação do capital cultural objetivado nos objetos técnicos. A cultura das classes populares está sempre referida à cultura das classes dominantes e isto é algo de que as classes dominadas não têm como escapar.

O estilo de vida das classes populares deve suas características fundamentais, compreendendo aquelas que podem parecer como sendo as mais positivas, ao fato de que ele representa uma forma de *adaptação* à posição ocupada na estrutura social: encerra sempre, por esse fato, nem que seja sob a forma do sentimento da incapacidade, da incompetência, do fracasso ou, aqui, da indignidade cultural, uma forma de reconhecimento dos valores dominantes. (Bourdieu, 1993: 100)

A situação de pesquisa cultural pode tornar-se um quase exame daquilo que é legítimo de ser visto ou lido, dos gostos e práticas legítimas (Bourdieu, 1993: 94). Ao compararem a *VivaMais!* a outras revistas, referem-se a revistas de caráter informativo e não a outras revistas de caráter similar a *VivaMais!*: embora não seja uma revista “séria” - nas palavras de Lindalva - como *Veja* e *Istoé*, também traz “coisas boas”.

Ao falar de seu preço e do fato de ser comprada pelo ‘povo de baixa renda’ Lindalva e Vivi afirmam que, embora leiam, sim, a *VivaMais!*, elas reconhecem a sua posição com relação a revistas mais voltadas para a classe média e, ao justificarem porque lêem *VivaMais!*, o fazem com relação a outras revistas ou jornais, explicando que não teriam dinheiro para comprar outra coisa.

Circulação na família

Como já vimos em relação às cartas dos leitores, muitas vezes a revista circula entre os familiares, fazendo parte de interações familiares.

Esse “Não diga”, aqui, geralmente a gente faz teste entre nós mesmos em casa. Por exemplo, ‘meu cunhado foi pego em *fragrante*’, tá certo, a palavra? Aí pergunta pra um e outro, que é pra ver. A gente faz o joguinho entre nós mesmos, aquele do Silvio Santos, também, o “Show do Milhão”, a gente também faz, que as vezes vêm pra cá, né, as respostas que o povo não deu; tá vendo, aí a gente faz testando... a primeira coisa que eles fazem é pegar a *VivaMais!*; quando eu chego... ‘trouxe?’: aí, lêem. Ele (filho) pega às 9 horas no trabalho; às vezes, dá 9 horas ele tá lendo; ‘meu filho, lê logo mais, tá na hora do trabalho’ ...eles leram também, gostaram; aí, eu falei: vamos passar a comprar; aí, ficamos namorada da *VivaMais!* que... ‘mãe, olha já tá na hora de comprar a *VivaMais!*’; ‘tá meu filho’ (Lindalva)

...tenho, eu tenho ela, agora eu não sei onde está, fora as que eu empresto e que não me devolvem. Às vezes, que eles sabem que eu tenho, que eu compro toda semana; ‘menina, você tem a assinatura, você tem a *VivaMais!* da semana passada?’ Tenho; Aí, eu empresto, eu não vou prestar atenção que a pessoa me devolva; o dever da pessoa é me devolver, agora eu também não cobro, que eu esqueço né, os números que faltam é porque eu emprestei. (Vivi)

A leitura destes depoimentos pode sugerir que embora a leitura tenha-se tornado contemporaneamente uma prática individual, no caso destas leitoras, parece haver, ainda que não em todos os momentos, uma leitura da revista que não se circunscreve apenas à leitora como indivíduo e sim como algo que se estende ao grupo de familiares e amigos.

Considerações Finais

Este trabalho é sobre a circulação de informação social que se estabelece entre leitores e produtores da revista *Viva Mais!*, tendo em vista o suposto pertencimento de uns e outros a segmentos sociais diferenciados.

Foi observado que há, por parte dos produtores, um duplo movimento na elaboração da revista: a incorporação de valores ligados a uma visão de mundo hierárquica e relacional, por um lado, e, por outro lado, a inserção de valores que podem ser mais identificados com segmentos letrados e individualizantes.

No que se refere a este segundo movimento, observou-se que os produtores trazem para a revista uma série de valores e noções que podem ser percebidos como mais próximos do *ethos* dos segmentos identificados com a ideologia do individualismo. Tal fluxo de informação pode-se dar tanto em termos de valores expressos no conteúdo da revista quanto em termos de uma intenção pedagogizante. Este fluxo de informação é influenciado pela forma como constróem uma representação acerca do leitor.

É importante frisar que tais valores e informações expressos na revista muitas vezes podem ser contrastantes com uma visão hierarquizada e relacional de mundo tida como mais característica de camadas populares.

Dessa forma, os papéis de gênero constituídos na revista podem ser bastante distintos daqueles idealmente tidos como tradicionais. Enquanto nas representações tradicionais, a figura feminina estaria subordinada a uma série de reciprocidades familiares e domésticas, alguns traços de ideologia feminista, de uma expectativa de paridade nas relações entre os gêneros, aparecem na revista. Isto se dá através de uma preocupação em apresentar à leitora uma série de preceitos que dizem respeito a uma ênfase em valores como o de uma autonomização da mulher e, em alguns momentos, ao

estímulo à constituição de um projeto. Há, também, a difusão de conceitos psicanalíticos, incentivando a reflexão sobre a possibilidade de escolhas individuais.

O caráter pedagógico pode ser observado na fala dos produtores e no conteúdo da revista, mostrando uma intenção de tornar inteligíveis e alcançáveis para a leitora as instituições governamentais, os sistemas econômico, jurídico, de ensino, entre outros, e notícias veiculadas na mídia em geral. Este “tornar inteligível” se dá por meio da conversão destas instituições ou informações em termos que seriam compreensíveis para as leitoras. A informação é escrita num tom didático e inscrita na preocupação, por parte dos produtores, de ser útil ao leitor. Tal característica pode ser contrastada com a leitura vista por um viés individualista, na qual a informação teria um caráter universal e abstrato e o leitor se interessaria por conhecer qualquer assunto, independente deste ter um interesse imediato para ele ou não.

Pode-se dizer, então, que, se, por um lado, há por parte dos produtores uma intenção “informativa”, parece haver também uma preocupação em adequar a linha editorial àquilo que é percebido como o gosto das leitoras. Aparece uma série de dicas e conselhos que visariam a se adequar à realidade da leitora ou, melhor dizendo, o que seria esta realidade segundo os produtores. Isto se reflete também na preocupação em não apresentar às leitoras algo que esteja fora de seu poder aquisitivo ou que não seja considerado de seu interesse imediato.

Observou-se, em várias seções da revista, que o conteúdo dos artigos é explicitado em forma dramática. Assim, há sempre uma conotação “emocional” subjacente na divulgação de casos verídicos acontecidos com leitores ou pessoas entrevistadas.

Além disso, pode-se falar da revista como um espetáculo, onde aparecem relatos em forma dramática sobre fatos ocorridos não apenas com atores televisivos ou personagens de novelas mas também com pessoas não famosas, parecidas com os leitores e seus familiares. É de se perguntar também se a exposição de fotos de leitores e de seus parentes na revista traria uma maior proximidade entre os famosos que aparecem na revista e o leitor, na medida em que o leitor sairia do anonimato e seria de

alguma maneira equiparado ao famosos, ocupando um espaço na revista. Este caráter dramático do ato de relatar, esta reelaboração das informações de forma a lhes dar carga afetiva, perceptível ao longo da revista, contribuiria, talvez, na ideologia dos jornalistas, para tornar mais inteligível e identificável o mundo extradoméstico para os leitores. Encontrariam os leitores, nestes relatos dramáticos, uma forma de divagação e lazer mais adequada à sua vida?

Há na *Viva Mais!* certas características que seriam típicas de uma visão de mundo holista, mais relacionada às camadas populares. Isto pode ser observado na reprodução de certos valores morais, como a preponderância de uma domesticidade feminina no tocante ao trabalho; a mulher exerceria seu trabalho remunerado em ambiente doméstico, utilizando habilidades de cunho doméstico como a culinária e a costura. Nas relações afetivas apresentadas nos folhetins, aparecem tentativas femininas de levar a cabo uma reprodução social, sendo a figura masculina sempre um risco a esta possibilidade.

É interessante observar que, se, por um lado, os papéis de gênero apresentados têm um viés individualizante de cunho feminista, por outro lado, há uma valorização de papéis de gênero mais tradicionais. Assim, o tipo de trabalho veiculado a ser desenvolvido pelas leitoras demonstra este duplo caráter em se tratando de um mesmo assunto.

Nas cartas dos leitores, também estariam presentes tais características que fariam parte de uma visão de mundo holista. É, nestes espaços, apresentada uma variedade de fotos e de cartas de leitores e de seus parentes retratando uma afirmação da preeminência dos laços familiares, outra suposta característica dos grupos populares. Algumas restrições às cartas dos leitores, no entanto, são feitas também. Isto pode ocorrer com cartas em que as expectativas dos leitores quanto às respostas da revista, por um lado, e as expectativas dos produtores quanto aos possíveis pedidos dos leitores se entrechocam.

Há aí uma fronteira, demarcada pelos produtores, entre o que seria uma carta com pedidos possíveis de serem realizados pela revista – como a publicação de fotos de

parentes – e pedidos que seriam impossíveis, considerados como realização de sonhos pessoais. O que torna certos pedidos de cartas legítimos e outros não, na concepção dos produtores da revista? Pode-se dizer que alguns leitores tenham uma expectativa de uma reciprocidade na relação com a revista que indicaria uma percepção personificada da mesma. Enquanto para os produtores, a revista seria percebida por um viés institucional, tendo a função definida de fornecer informações. Sem dúvida, o poder decisório cabe aos produtores. Embora a figura do leitor na revista seja constituída também pelo próprio leitor, através, principalmente, da correspondência enviada, há uma certa homogeneidade na caracterização feita pela revista. No momento da triagem e da edição das cartas ocorre esta caracterização de homogeneidade, na medida em que certas cartas e fotos são consideradas impublicáveis, não aparecendo, portanto, na revista. Além disso, há uma redução no tamanho das cartas, com modificações no estilo e na ortografia.

Com relação às leitoras entrevistadas, observou-se que elas consideram ter a revista um caráter didático, transmitindo uma série de informações úteis para suas vidas. É interessante notar que, no geral, elas preferem ler em ambiente mais intimista, de preferência a sós, embora a revista seja partilhada por vários membros da família em momentos diferentes. Há uma leitura cuidadosa e intensa da revista, indicando a intenção das leitoras em absorver os dados que lhes pareceriam de possível utilidade. O ato de leitura, porém, não é contínuo, sendo feito em intervalos de tempo entre as várias tarefas domésticas ou de trabalho.

A revista tem, por um lado, um caráter modernizante, na medida em que os produtores mediatizariam um série de valores individualizantes em termos idealmente mais simples e compreensíveis para o leitor. É necessário enfatizar, como tem mostrado Duarte (1987, 1993), como é importante conhecer situações empíricas onde se confrontam visões de mundo holistas com visões de mundo individualistas, onde avulta a intenção muitas vezes “civilizatória” dos portadores da ideologia do individualismo em relação a estes outros, de alguma forma percebidos como desprovidos de instrumental cultural, que só aqueles poderiam fornecer. Por outro lado, há também, por parte da revista, paradoxalmente, uma reelaboração e um reforço de valores tidos

como mais tradicionais. Como tantas outras situações de confronto cultural dentro de nossas sociedades, esta é uma que ainda exigirá muitos esforços de esclarecimento e interpretação.

Bibliografia

BAZANESSI, Carla. 1996. *Virando as páginas, revendo as mulheres. Revistas femininas e relações homem-mulher, 1945 –1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

BOCCHINI, Maria Otilia. 2000. “Valores Conservadores em *Ana Maria e VivaMais!*” In: **FARIA**, Nalu e **SILVEIRA**, Maria Lucia.(orgs.), *Mulheres, Corpo e Saúde*. (Coleção Cadernos SempreViva), SempreViva Organização Feminista.

BOLTANSKI, Luc e **DARRË**, Yann e **SCHILTZ**, Marie. 1984. “La dénonciation” *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, nº51, março, Minuit

BOURDIEU, Pierre. 1983. “A metamorfose dos gostos” in: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro. Marco Zero.

----- 1979 “Le choix du nécessaire” in: *La distinction - Critique sociale du jugement de gout*. Paris, Minuit.

----- 1993 “Gostos de classe e estilos de vida” In: **ORTIZ**, Renato (org.) *Pierre Bourdieu*. São Paulo, Ática

BOURDIEU, Pierre et alii. 1965. *Un art moyen – essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit.

BOURDIEU, Pierre e **CHARTIER**, Roger. 1993. “La lecture: une pratique culterelle. Débat entre Pierre Bourdieu et Roger Chartier” In: **CHARTIER**, Roger (org.) *Pratiques de la lecture*; Paris, Editions Payot & Rivages,

BOSI, Ecléia. 1986. *Cultura de Massa e cultura popular: leituras de operárias*. Petrópolis, Vozes.

BUDGEON, Shelley e **CURRIE**, Dawn. 1995. "From feminism to postfeminism : Women's Liberation in Fashion Magazines" in: *Women's Studies*, Vol. 18, n2, Elsevier Science,

BUITONI, Dulcília H.S. 1986. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática

CANDIDO, Antônio. 1965. *Literatura e Sociedade*. São Paulo, Companhia Editora Nacional.

CASTRO, Ana Lúcia de. 1994. *Revistas femininas: aspectos históricos, produção e usos sociais*. Dissertação de mestrado. São Paulo:PUC.

CHARTIER, Roger. 1993. "Du livre au lire" In: **CHATIER**, Roger (org.), *Pratiques de la lecture*; Paris, Editions Payot & Rivages

COUTINHO, Mônica. 1993. Telenovela e texto cultural: análise antropológica de um gênero em construção, Rio de Janeiro, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ. (Dissertação de Mestrado)

DARNTON, Robert. 1997. "História da leitura" In: **BURKE**, Peter (org.) , *A escrita da história*; São Paulo, Editora da Unesp

DAUSTER, Tânia. 1988. "A experiência 'obrigatória' – uma interpretação sobre a maternidade fora do casamento em camadas médias urbanas." In: *Boletim do Museu Nacional*, n59, ,Rio de Janeiro.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. 1986. *Da vida nervosa nas classes trabalhadoras urbanas*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar,

-----1987 "Pouca Vergonha, Muita Vergonha: Sexo e Moralidade entre as classes trabalhadoras Urbanas" In: LOPES, José Sérgio Leite (Org.) *Cultura e Identidade Operária:Aspectos da Cultura da Classe Trabalhadora*. UFRJ Museu Nacional, Marco Zero Proed.

----- 1993 "Vicissitudes e Limites da Conversão à cidadania nas classes populares brasileiras" in: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Anpocs/ n22 ano 8, junho,.

-----2003 "Individuo e Pessoa na experiência da saúde e da doença." In: *Revista Ciência e Saúde Coletiva* (ABRASCO)

DUARTE, Luiz Fernando Dias e **ROPA**, Daniela. 1985 “Considerações teóricas sobre a questão do atendimento às classes trabalhadoras” In: SERVULO A. Figueira, *Cultura da Psicanálise*, Brasiliense

DURÃO, Anna Violeta e **PAIVA**, Elisabeth. 1998. “A escola como centro de redes de atividades informais.” In: *Contemporaneidade e Educação: revista semestral de Ciências Sociais e Educação*. Instituto de Estudos da Cultura e Educação Continuada (IEC) AnoIII, no4, Rio de Janeiro

FIGUEIRA, Mariza Tavares, 1984, *Revistas femininas: realidade e mito*; Rio de Janeiro, ECO/ UFRJ (dissertação de mestrado)

FONSECA, Claudia, 1992 “Dando voz ao método: a pesquisa entre subproletários no Brasil e na França” in: ORO, ARI, Pedro e TEIXEIRA, Sérgio Alvez (orgs.) *Brasil e França: Ensaios de Antropologia Social*, Ed. da Universidade/ UFRGS.

FRANCHETTO, Bruna, **CAVALCANTI**, Maria Laura V.C., **HEILBORN**, Maria Luiza (orgs.) 1981 *Perspectivas Antropológicas da Mulher I*, Rio de Janeiro, Zahar,

GANS, Herbert J. 1962 *The Urban Villagers – Group and Class in the Life of Italian-Americans* New York, The Free Press,

-----1974. *Popular Culture and high culture; na analysis and evaluation of taste*. Basic Books, New York.

GOMES, Laura Graziela Figueiredo Fernandes. 1991. *Novela e sociedade no Brasil*. Rio de Janeiro, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ. (Dissertação de mestrado)

HEILBORN, Luiza 1997. “O traçado da vida: gênero e idade em dois bairros populares do Rio...” in: MADEIRA, F.C (org.) *Quem mandou nascer mulher? Estudos sobre crianças e adolescentes pobres no Brasil*. Rio de Janeiro, Récord/ Rosa dos tempos.

HOGGART, Richard. 1975. *As utilizações da Cultura*. Lisboa, Editorial Presença.

LEAL, Ondina Fachel 1986. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes.

LEVI-STRAUSS, C. 1962 “La Science du Concret” In: *La Pensée Sauvage*, Plon, Paris.

MAZUR, E.M. 2001, Saberes, diálogos y coexistencias. Apuntes y reflexiones a partir de una provocación de cura. Rio de Janeiro, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ.

MC ROBBIE, Angela 2000 “Jackie Magazine: Romantic Individualism and the teenage girl” In: *Feminism and Youth Culture*, New York, Routledge.

MIRA, Maria Celeste. 1995. *Circo Eletrônico. Silvio Santos e o SBT*. São Paulo: Loyola/Olho d'Água,

----- 2001 *O leitor e a banca de revistas – a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho D'água/Fapesp,

MORIN, Edgar. 1969. *Cultura de massas no século XX – o espírito do tempo*. Rio de Janeiro , Forense.

NEHRING, ML.Q. de Moraes 1981. *Família e feminismo; reflexões sobre papéis femininos na imprensa para mulheres*, São Paulo FFLCH- USP, (tese de Doutorado)

ORTIZ, Renato 1986, “A Escola de Frankfurt e a questão da Cultura” in: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Anpocs, número 1, junho

OWEN, Mairead, 1997, “Re-inventing romance: reading popular romantic fiction” in: *Women's Studies*, Vol. 20, n4, Elsevier Science,

PASSERON, Jean-Claude “prefácio”, 1970 In: Hoggart, Richard (autor) *La Culture du pauvre*, Paris, Minuit, , p.7-25

PIRES, André, 1998, *Velhos em Revista: Envelhecimento e Velhice nas Páginas de Claudia e Playboy (anos 80 e 90)*, Unicamp, (dissertação de mestrado)

PRADO, Rosane Manhães, 1987. *Mulher de Novela e Mulher de Verdade: estudo sobre cidade pequena, mulher e telenovela*. Rio de Janeiro, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ. (Dissertação de Mestrado)

SANTOS, Tania Coelho, 1987, “de Dona Letícia a Carmen da Silva” in: **FIGUEIRA**, Sérvulo (org.), *Uma nova família? O moderno e o arcaico na família de classe média brasileira*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar

SARTI, Cynthia. 1996. *A família como espelho: um estudo sobre a moral dos pobres*. Editora Autores Associados, São Paulo.

SARTI, Cynthia e **MORAES**, Maria Quartim de, 1980. “Aí a porca torce o rabo” in: Maria Cristina **BRUSCHINI** e Rosemberg, **FÜLVIA**(orgs.), *Vivência – História, sexualidade e imagens femininas*, Brasiliense,

SILVA, Carlos Eduardo Lins da, 1985 *Muito além do Jardim Botânico*; São Paulo: Summus.

SILVA, Luís Antônio Machado da, 1979 “A oposição entre trabalho doméstico e trabalho feminino remunerado.” In: LOPES, José Sergio e allii; *Mudança Social no Nordeste – a reprodução da subordinação.*, Rio de Janeiro : Paz e Terra

SIMMEL, Georg, 1971 “Freedom and the individual”. In: LEVINE (org.) *On Individuality and Social Form,s* Boston, The University of Boston Press,

THEODOR, Adorno, 1978, “A indústria Cultural” In: COHN, Gabriel; *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, Companhia Editora Nacional

THIESSE, Anne-Marie, 1985, “Les infortunes littéraires carrière de romanciers populaires à la belle époque” In: *Actes de la Recherche en sciences sociales*, n60, novembro, Maison des sciences de l’homme, du college de France et de l’École des hautes études en sciences sociales, Éditions Minuit

TORRES, Anália, 2000.

“A individualização no feminino, o casamento e o amor” in: Cichelli, Peixoto e Singly (orgs.), *Família e Individualização*, Rio de Janeiro, FGV,

VAITSMAN, Jeni, 1997“Pluralidade de Mundos entre Mulheres Urbanas de Baixa Renda” in: *Estudos Feministas*, Rio de Janeiro, IFCS/UFRJ, vol.5/n.2/

VELHO, Gilberto, 1986.*Subjetividade e Sociedade – uma experiência de geração*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar,

----- 1987. *Individualismo e Cultura – Notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2ª edição

-----1994*Projeto e Metamorfóse – Antropologia das Sociedades Complexas*
Rio de Janeiro, Jorge Zahar

VELHO, Gilberto e **VIVEIROS** de Castro, E.B. 1978. “O conceito de cultura e o estudo de sociedades complexas: uma perspectiva antropológica”. In: *Artefato*, Jornal da Cultura do Estado do Rio de Janeiro,

VIDAL E SOUZA, Candice. 2003. “Repórteres, Reportagens e Construção da Nação no Jornalismo Brasileiro. PPGAS/ Museu Nacional/UFRJ (Tese de Doutorado)

Matérias Jornalísticas

“Distribuidoras correm atrás da venda em banca”, *Gazeta Mercantil*, 22-9-1999, p.C-8.
MADUREIRA, Daniele. “Revistas populares atraem novos leitores”. *Gazeta Mercantil*, 22-7-1999, p.1,C-8.

PFEIFFER, Ismael. “Nova fase do Grupo Abril”. *Gazeta Mercantil*, 20-9-1999, p.1,C-1.
“Propaganda sem a dona-de-casa”. *Gazeta Mercantil*, 4-3-1999, p.1,C-6.

Sites consultados na Internet

www.publiabril.com.br

**<a rel="license"
href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-
nd/2.5/br/">
<span
xmlns:dc="http://purl.org/dc/elements/1.1/"
href="http://purl.org/dc/dcmitype/Text"
property="dc:title" rel="dc:type">Mulher e
Diferença Cultural numa Revista Feminina
Popular is licensed under a <a rel="license"
href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-**

**nd/2.5/br/">Creative Commons
Atribui  ;  -Uso N  ;  -Comercial-
Vedada a Cria  ;   de Obras Derivadas 2.5
Brasil License.**

Anexos

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)