

A influência da cultura norte-americana na condição feminina no Brasil

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime¹

Resumo: Este artigo pretende realizar uma breve reflexão sobre a influência da cultura norte-americana na transformação da condição feminina no Brasil, por meio de um estudo sobre o vespertino paulistano *A Gazeta*, jornal mais moderno do País, no final dos anos 1930, pioneiro na criação de uma página dedicada à mulher, em 1928. Esse veículo revela uma profunda sintonia com o movimento de emancipação feminina, registrado na primeira metade do século XX, no Ocidente. Ao retratar a luta pelo direito ao voto, a inserção crescente no mercado de trabalho e a adesão à prática esportiva, *A Gazeta* reflete os avanços, os retrocessos e também as contradições pelas quais passa a mulher brasileira na adoção de uma nova identidade e postura. Por fim, a partir desse estudo de caso, defende-se a implementação de um projeto de estudo das sociedades brasileira e norte-americana, considerando a produção midiática como fator de difusão e consolidação de valores e costumes.

Palavras Chave: condição feminina; cultura norte-americana; cultura brasileira; panamericanismo; redes sociais; novas tecnologias.

The influence of American Culture in Women Condition in Brazil

Abstract: This article intends to hold a brief reflection on the influence of American culture in the transformation of the female condition in Brazil, through a study on the evening paper from São Paulo *A Gazeta*, the most modern newspaper of the country in the late of 1930s, pioneer in the creation of a page dedicated to women in 1928. This vehicle shows a profound harmony with the movement of female emancipation, registered in the first half of the twentieth century in the West. By portraying the struggle for voting rights, the growing insertion in the labor market and adherence to sports, *A Gazeta* reflects the advances, setbacks and contradictions which Brazilian woman experience in adopting a new identity and posture. Finally, from this study case, the implementation of a study design of Brazilian and American societies is called, considering the media production as a factor of diffusion and consolidation of values and customs.

Keywords: female condition; American culture, Brazilian culture; panamericanism; social networks; new technologies.

O que se esperar do estudo da imprensa para o conhecimento do passado?, indaga Pierre Renouvin, a propósito de sua utilização como documento histórico (BELLANGER, 1969, vol. 1:VI). E responde: o conhecimento da vida política, social, econômica e das mudanças sobrevindas às mentalidades. Os jornais registram os acontecimentos políticos, sociais e econômicos, marcantes para uma determinada comunidade – local ou mundial –, refletindo as intrincadas relações estabelecidas pelos indivíduos, que constituem cultura. Porém, registram também acontecimentos cotidianos, que não deixariam lembrança não fosse tal registro. Tais fatos, contudo, “permitem mensurar a distância entre a vontade do legislador ou as ordens do administrador e a aplicação prática da lei ou da circular; apreciar, no domínio econômico, a amplitude de uma crise de abastecimento ou dos transportes, a eficácia de um plano econômico; conhecer, no funcionamento das instituições, os incidentes

¹ Bacharel em Jornalismo (1987), Mestre (1995) e Doutora (2002) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Em 2010, assumiu a coordenação da Área de Comunicação Social do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação da FMU (SP), onde leciona desde 2002. Pesquisadora com ênfase em História da Comunicação, Teoria do Jornalismo e Estudo de Narrativas, atua, desde 1995, no Ensino Superior e como tradutora (Diploma Superior de Estudos Franceses - Universidade de Nancy/França), e, desde 1989, como jornalista especializada em Comunicação Empresarial. Sócia da Intercom, Alcar e SBPJor. giselyhime@uol.com.br

reveladores de uma carência ou de uma resistência (BELLANGER, 1969, vol. 1:VII, tradução livre)”. Nesse sentido, possibilitam ao pesquisador aproximar-se do real, oferecendo um relato pormenorizado, sem o qual se teria apenas uma visão global e esquemática dos acontecimentos.

A imprensa registra, pois, tanto o pensamento político, econômico ou social, como as ideias novas no domínio literário ou artístico. Alguns desses registros podem ser apenas manifestações de um estado de espírito ou de comportamentos individuais. O confronto de informações, contudo, pode contribuir para delinear as tendências da cultura intelectual e as correntes de pensamento. Como afirma Michel Maffesoli, do *évènementiel* (relativo aos acontecimentos, em francês, *événement*) ao anedótico, tudo tem importância e lugar na constelação de sociações. Na perspectiva formista² de Maffesoli: “tudo recobra importância e tanto o anedótico quanto o *évènementiel* encontram seus lugares nas configurações que podem vir a ser assinaladas (MAFFESOLI, 1988:116). (...) Ele [formismo] destaca a polissemia do gesto, o aspecto variegado da vida de todos os dias – em oposição ao conceito, que pretende depurar, reduzir, condensar o complexo na mais pura brevidade (MAFFESOLI, 1988:123).

Nesta perspectiva, defendemos a utilização da imprensa – nas suas mais diversas formas estéticas e narrativas contemporâneas, geradas pelas novas tecnologias – para o estudo das transformações socioculturais na Pós-Modernidade, considerando a produção midiática, compreendida no que deveria ser seu tripé fundamental – ou “tríade sagrada”, como prefere Peter Burke (2004): Informação, Entretenimento e Educação. Atualmente, tornou-se inviável a criação de um produto jornalístico que se encerre na televisão, na publicação impressa ou no rádio, posto que o público espera interagir com o conteúdo proposto além das tradicionais participações por carta ou telefone. Sendo assim, devem ser valorizadas as possibilidades de desdobramentos de conteúdo, favorecidas pelas inovações tecnológicas, que apontam para a consolidação dos conceitos de interação, acessibilidade e sincronicidade na base do processo de concepção dos produtos midiáticos, ou seja, ao conceber jornais, revistas ou telejornais, é necessário vislumbrar seus desdobramentos em sites, versões para celular e *tablet*, entre outros.

Partiremos de um breve estudo de caso, para justificar a importância da aplicação de tal metodologia, para finalizarmos com igualmente breve exposição de um Laboratório de Crítica Midiática e Produção, no qual se desenvolveriam estudos comparativos sobre as sociedades brasileira e norte-americana, constituídas em seus diversos segmentos, considerando a produção midiática como fator de difusão e consolidação de valores e costumes.

A Sua Página, Senhora

Na elaboração da dissertação de mestrado (HIME, 1997), pudemos comprovar como, sob a direção do jornalista Cásper Líbero, o vespertino paulistano *A Gazeta* tornou-se um dos jornais mais modernos da América Latina nos anos 1940, inovando o cenário brasileiro, do ponto de vista editorial, gráfico e administrativo, sintonizado com os principais avanços na área, nos Estados Unidos e na Europa. O lançamento, em 1929, de uma seção destinada à mulher – *A Sua Página, Senhora*, posteriormente denominada *Página Feminina* – foi um dos marcos principais do projeto de

²Ciência relacionada ao estudo da forma, considerando-a a partir do discurso polifônico, contentando-se em delinear grandes configurações que se comportam como uma rede ou malha. É assim que, partindo do politeísmo de valores - ou seja, da combinação de elementos heterogêneos e da compreensão da lógica dos contraditórios - o formismo dá conta da ambiguidade e da equivocidade do objeto de estudo.

modernização editorial do veículo, que incluiu ainda o lançamento, também pioneiro, de um suplemento esportivo – *Gazeta Esportiva* – e de um suplemento infantil – *A Gazetinha*. Além disso, a modernidade editorial revelava-se na pauta – pelo tratamento privilegiado concedido aos temas vinculados ao progresso, tais como urbanização, transportes, educação, industrialização, entre outros –, nas ações – pela vinculação do nome da empresa a eventos, campanhas e demais promoções que fossem signo de modernidade (aviação, indústria e cultura americana, por exemplo) ou que representassem o futuro da Nação (como a juventude) – e na postura administrativa, pelos investimentos na modernização da empresa, manifestos na reforma e na construção de novas instalações mais adequadas às necessidades da produção jornalística, na compra de maquinário de última geração e no estabelecimento de uma política de recursos humanos. Unindo-se ao ideário de uma geração, maravilhada com o que o homem é capaz de inventar, Cásper Líbero acreditava no progresso, como mola propulsora da sociedade no século XX.

Publicada semanalmente, *A Sua Página, Senhora* traz os ingredientes que compõem a imprensa feminina nos anos 1930: moda, beleza, cartas das leitoras, textos e resenhas literários, culinária e trabalhos manuais, comportamento e cinema, poesia e pensamentos. Surge na esteira do sucesso do Concurso Mundial de Beleza, promovido no início de 1929 e que, em São Paulo, contou com o apoio do vespertino. Por um golpe de sorte, naquele ano, a Miss Brasil, Yolanda Pereira, foi eleita Miss Universo, na fase final do concurso, disputada nos Estados Unidos. O Brasil exulta e *A Gazeta* traz a cobertura completa do evento, elevando sua tiragem da média de 80 mil exemplares diários a 200 mil.

Além do aspecto promocional, o patrocínio do Concurso deve ser visto como a inserção d'*A Gazeta* no universo de transformações pelas quais passa a mulher no século XX, apresentando-se como sua intérprete (HIME, 2002). No caso do Concurso, observa-se que se a beleza feminina foi exaltada na História, neste novo século, torna-se efetivamente mercadoria por intermédio, primeiro, das atrizes hollywoodianas e, posteriormente, das modelos. Mudanças comportamentais como essas e outras, tais como, inserção no mercado de trabalho, intensificação da produção intelectual feminina, crescente atuação política e gradativa negação da dedicação exclusiva ao lar são refletidas na *Página Feminina*, em artigos e reportagens, nem sempre conscientes da profunda significação do que retratam, mas preciosos pelo registro, paulatinamente conquistando as demais páginas do jornal.

Está na Hora de Votar

Quando do lançamento d'*A Sua Página, Senhora*, em abril de 1929, *A Gazeta* já se apresenta sintonizada com as conquistas da mulher nos lugares mais remotos do globo. E utiliza não somente a nova seção, mais todo o espaço editorial para registrar e amplificar tais conquistas, valorizando e estimulando a participação política e civil feminina. Denuncia:

Enquanto no Brasil ainda se procura resistir tenazmente à “invasão feminista”, as mulheres alcançam grandes vitórias no exterior. Nem falem nas eleitoras, que são hoje 169 milhões. Quanto às eleitas, também cresce o seu número, sem cessar. Nas últimas eleições municipais inglesas, as mulheres conquistaram 263 lugares de intendentess municipais, com mais oito na Escócia. No Senado

dinamarquês, existem na presente legislatura oito senadoras (Eleitoras In A Gazeta, 20/04/1929:7).

Meses depois, a seção celebrava a eleição de uma jovem inglesa para o Parlamento, destacando o avanço das inglesas como cidadãs, em relação às americanas: “A mulher americana tem os mesmos direitos políticos que a mulher britânica. Mas a inglesa é muito mais política e leva muito mais a sério a sua participação nos negócios públicos (A mais jovem política do mundo – Tem 24 anos e acaba de ser eleita para o Parlamento Inglês In A Gazeta, 26/11/1929:7)”. Na mesma edição, a França é acusada de resistência em reconhecer os direitos civis e políticos femininos: “é um dos países europeus onde as ideias feministas mais têm custado de (*sic*) entrar. Basta dizer que a mulher não conseguiu, até hoje, ali, o direito de voto, estando um projeto, neste sentido, preso há mais de dez anos no Senado (...) (Feminismo na França – Uma mulher professora de retórica no Liceu de Agen In A Gazeta, 26/11/1929:7)”. Pela insistência e constância, a luta feminina avança e *A Gazeta* festeja, quando, em 1934, a convenção de Montevideu consagra – e o Senado americano ratifica – a igualdade política completa dos homens e mulheres em matéria de nacionalidade (As mulheres e os homens são iguais... politicamente In A Gazeta, 25/05/1934:5). O vespertino coloca as grandes nações na berlinda, confrontando-as com países de menor importância política no contexto mundial.

A comparação é sempre evocada para servir de contraponto ao debate sobre os direitos civis e políticos da brasileira. As feministas defendem a participação da mulher no júri. Para esquentar a discussão, o vespertino publica foto do primeiro júri feminino organizado em Illinois (EUA), destacando que todas as integrantes ocupam lugar de relevo na sociedade de Chicago (A mulher deve fazer parte do Júri? In A Gazeta, 2/01/1931:1):

Mesmo na América do Norte, onde o feminismo tem avançado de modo extraordinário, há estados que não reconhecem esse direito às senhoras (...). Entre nós, o sr. Octavio Mangabeira, quando ministro, remeteu ao presidente do júri uma lista dos funcionários em condições de fazer parte do júri, nela incluindo senhoras e senhoritas que trabalhavam no Ministério das Relações Exteriores. Sua iniciativa, entretanto, não deu o menor resultado, pois só os homens continuam sendo convocados para tomar parte nos trabalhos de júri. (...) Não se compreende que, podendo votar, governar municípios e Estados, legislar nas câmaras altas e baixas, representar os seus países no estrangeiro, a mulher não tenha capacidade para servir como jurado (...).

Neste clima de incentivo à ação feminina, *A Gazeta* noticia o lançamento de uma frente única para as eleições à Constituinte, representando as federações femininas (As federações femininas e a sua frente única para as eleições à Constituinte In A Gazeta, 5/04/1933:3). Reunidas, no Rio de Janeiro, as delegadas estaduais da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF) e representantes de associações femininas decidiram como fazer propaganda para a cientista e líder feminista Bertha Lutz, candidata única da Convenção Nacional de Eleitoras à Constituinte, além de definirem formas para a inclusão de mulheres nas representações de classe. Foi acordado também que, onde não houver possibilidade de vitória feminina, devem-se apoiar homens que lutem pela causa.

A Gazeta enfatiza a importância da luta que ora se dava nos palcos políticos do País, fruto de um longo processo de questionamento do tradicional código de

valores morais, que então regia a sociedade brasileira, ressaltando a influência da cultura norte-americana, por intermédio, sobretudo, dos filmes hollywoodianos:

Depois de sofrer resignadamente, estoicamente, escravizando-se à brutalidade e ao egoísmo do homem, que tinha todos os direitos, enquanto a mulher nenhum possuía, o chamado sexo frágil começou a ensaiar uma reação que hoje tomou proporções inquietantes e perigosas à superioridade masculina. Ela (sic) deseja, apenas, o equilíbrio, a igualdade de condições, a paridade de direitos. É justo que se lhe conceda isso, mesmo porque ela está disposta a consegui-lo, à força de reagir à opressão do sexo oposto.

O cinema abriu os olhos da mulher brasileira. Chamou-a à realidade. Despertou-a violentamente, ensinando-lhe a maneira como ela deve enfrentar o homem, competir com ele. E elas, mulheres, estão fazendo melhor do que aprenderam, defendendo bravamente os seus direitos e reivindicando para si as prerrogativas que a lei confere a nós homens. Em pouco tempo, essa reação tem produzido resultados maravilhosos. As saias já estão no parlamento, na magistratura, na administração pública. São evidentes e vertiginosas suas conquistas.

Mas a mulher não se detém (...). Ela quer a igualdade absoluta, integral. E vai consegui-la. Nesse dia, nós, homens, ficaremos em posição de inferioridade. Se as mulheres adquirirem, como, aliás, parece justo, o manejo de todas as nossas armas, de todos os nossos direitos, estaremos absolutamente perdidos. Elas facilmente nos vencerão na concorrência da vida (A luta dos sexos In A Gazeta, 9/01/1934:1, grifos nossos).

Sem dúvida, as notícias do Exterior repercutem na consolidação da emancipação feminina brasileira, se consideramos a forte influência europeia e norte-americana no movimento sufragista nacional, apesar de não ter esse se desenvolvido como movimento de massas. Aqui foi “de classe média por direitos políticos, por uma reforma jurídica que garantisse o voto às mulheres que alcançassem as mesmas qualificações que os homens. Nunca foi uma tentativa de revolucionar o papel da mulher na sociedade (HAHNER, 1978:99)”, mas liderado por jovens da elite, muitas delas graduadas em Direito, um dos caminhos que garantiram sucesso político e aceitação social para as mulheres.

Quando do lançamento d’*A Sua Página, Senhora*, o movimento dera um importante passo em direção a seus intentos. Dois anos antes, por intercessão do então presidente do Rio Grande do Norte, Juvenal Lamartine, este Estado incluiu em sua Constituição um artigo concedendo o direito de voto às mulheres. A partir de então, em todos o País, as militantes acirraram a pressão sobre os governantes. *A Gazeta* integra-se ao movimento, cobrindo assembleias e congressos, entrevistando lideranças e políticos, até a promulgação, em 1932, do Código Eleitoral, aprovando o voto feminino (Decreto 21.076, de 24-2-1932).

Uma vez conquistado o direito ao voto, o movimento sufragista brasileiro esmoreceu, mas não morreu. Dedicou-se a duas novas frentes: o cadastramento eleitoral feminino e a conscientização política da mulher. Multiplicaram-se as atividades em torno desses dois objetivos, mobilizadas não apenas pela FBPF, mas também pela Associação Cívica Feminina, com total apoio do vespertino em diversas frentes. Ele noticia, com destaque, todas as iniciativas desenvolvidas: da criação dos chamados *bureaux* eleitorais à promoção de palestras de educação política, como as que integram a Cruzada Nacional de Educação Política, motivando ao engajamento.

Também abre as portas para as palestras da Cruzada, tornando-se, ele próprio, posto de alistamento e participando ativamente dos eventos até as eleições de 1934.

Está na Hora de Trabalhar

Se alguém quer saber onde e em que trabalha a mulher na década de 1930, basta consultar *A Gazeta*. O vespertino acompanha de perto a inserção feminina no mercado de trabalho, registrando novas profissões, atuações de destaque, prêmios e avanços obtidos. Esses registros aparecem sob a forma de artigos, notas, fotolegendas e reportagens, e não se restringem apenas à seção feminina.

Quando localizados naquela seção, os artigos são assinados pelas colunistas Elza e Marilu. Os temas mais recorrentes em Elza são o direito ao trabalho e à educação, sempre ponderando o que chama de “equilíbrio”: a mulher pode ocupar quaisquer posições no campo de trabalho, desde que não se esqueça de sua missão no lar, como bem o fez “Amélia Earhart, a ‘dominadora dos ares’, a mulher que soube se equiparar ao homem mais destemido e de nervos mais fortes (*Esposa e aviadora In A Gazeta*, 12/07/1937:10)”. Por ocasião do desaparecimento da famosa aviadora, Elza aponta como “incontestavelmente a figura feminina mais valorosa do nosso tempo” e ressalta que “à parte de sua glória de aviadora festejada e de ‘senhora dos espaços’, soube ela conquistar a glória mais apagada, mas mais querida a um coração de mulher – que é o de esposa dedicada e senhora do seu lar (*Idem*)”.

A articulista Marilu partilha do mesmo pensamento, avançando num ponto importante: não existem restrições para as atividades femininas. Para ela “a mulher pode tudo, leva tudo de vencida quando deseja. Ela sabe ser, como ninguém, a mãe, a esposa nas horas de paz, mas transmuda-se por artes mágicas na enfermeira incansável, no diplomata arguto e até no soldado patriota, quando o governo solicita forças para defender a nação que se mobiliza para lutar contra o invasor desumano (*A mulher e a guerra In A Gazeta*, 21/05/1940:8)”. Durante a guerra, multiplicam-se as referências sobre o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, ressaltando a importância para o desenvolvimento social e econômico de um país do reconhecimento da capacidade feminina. Ressalta-se a participação eficiente em profissões antes apenas ou majoritariamente exercidas por homens, das mais intelectualizadas – medicina, engenharia e direito – às braçais, como motorista de ônibus e caminhão, além da intensa substituição nas linhas de montagem industriais.

O médico e integrante da Academia Brasileira de Letras, Medeiros e Albuquerque, um dos articulistas *habitués* da primeira página do vespertino, é um dos grandes incentivadores da participação feminina em todos os campos – inclusive o das Forças Armadas – e do reconhecimento da igualdade de direitos entre homens e mulheres. Suas intervenções datam dos debates da Constituinte. Àqueles que opõem à concessão plena de direitos o fato da compleição física feminina ser, em geral, mais frágil que a masculina, responde: “Não há ligação alguma entre força e gozo de direitos. Para ser capaz de gozar de um direito não é preciso que alguém seja dotado de um certo grau de força (*Direitos femininos In A Gazeta*, 26/05/1934:1)”.

Outro *habitué* da primeira página com reflexões sobre a condição feminina é o também médico Maurício de Medeiros. Partindo da polêmica americana em torno do ingresso da mulher no funcionalismo público – polêmica que, pouco tempo depois, registrar-se-ia no Brasil –, afirma: “A antiga concepção kaiseriana, segundo a qual a mulher tinha um destino fixado por três K. K. K. (kindern, kuchen, kirche – filhos, cozinha e igreja) ficou inteiramente distraída pela aspereza da conquista do pão cotidiano. A mulher entrou para o rol dos trabalhadores e, pouco a pouco, foi aí

fazendo um lugar, em que os direitos tiveram de ser iguais aos do homem (*Mulheres funcionárias In A Gazeta*, 4/08/1937:1)”.

A posição dos dois articulistas afina-se com o posicionamento d’*A Gazeta*, para a qual o trabalho feminino está incontestavelmente atrelado, primeiro, à comprovação da capacidade intelectual feminina no mesmo plano da masculina e, segundo, à luta pela conquista da igualdade de direitos políticos e civis. Durante a campanha pelo direito ao voto feminino, crescem os registros destacando a atividade profissional feminina – forte argumento em favor dos direitos políticos femininos. Uma vez que a mulher passa a exercer atividades produtivas fora do âmbito doméstico, deve-se conferir a ela direitos de cidadã.

É festejado o Prêmio Nobel de Química, atribuído, em 1935, a Irene Curie Joliot, filha da cientista Mme. Curie. Não somente, porém, as personalidades merecem registro, mas igualmente aquelas que, de maneira discreta, mas incisiva, contribuem para alargar os horizontes femininos no mundo do trabalho. É o caso de “(...) duas jovens, que trabalhavam como assistentes em um laboratório de Nova Iorque. Permitiram elas que para experiência lhes fosse inoculado um soro feito de germens da paralisia infantil (*Abnegação In A Gazeta*, 14/10/1935:10)”.

Diante dos novos papéis desempenhados pelas mulheres no mundo inteiro, ensaiam-se mudanças na educação feminina. É preciso se informar e se instruir. Na cobertura diária, destacam-se tanto cursos de aprimoramento na execução das tarefas domésticas como bolsas de estudo oferecidas pelo governo norte-americano para aprimoramento universitário. Em agosto de 1936, o jornal convocava as “senhoras de pre-para acadêmico” a concorrer a uma bolsa de estudos oferecida pela *American Association of University Women*, para se aprimorarem em sua área de atuação. Os campos contemplados são educação, pesquisas científicas, biblioteconomia, trabalho de previsão social, saúde pública e higiene –atividades ainda relacionadas aos papéis de mãe e esposa.

A importância dada às atividades profissionais que refletem os chamados papéis femininos não diminui, contudo, a valorização da capacidade intelectual feminina. É o caso de Anita Castilho Cabral, vencedora do concurso de técnico de educação, cujo prêmio foi uma bolsa de estudos de aperfeiçoamento em Northampton (Massachusetts – EUA). O destaque dado a ela não pode ser limitado ao fato de ser professora, uma atividade reconhecida como feminina, mas deve ser creditado ao valor profissional. Professora de Psicologia Educacional da Escola Normal Caetano de Campos e assistente da cadeira de Psicologia da Seção de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, foi recomendada por dr. Rubião Meira, então reitor da USP; dr. Fernando de Azevedo, diretor da Faculdade de Filosofia; dr. Lourenço Filho, professor da Universidade do Brasil e diretor do Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos; professor Jean Mangué e Paul Arbousse-Bastide, da USP, e dr. Edmundo Miranda Jordão, presidente do Instituto da Ordem dos Advogados Brasileiros e consultor jurídico da embaixada norte-americana – que atestam sua qualidade profissional.

Também as iniciativas femininas nas artes encontram espaço. A cantora lírica Bidu Sayão, cuja carreira de sucesso na Europa e nos Estados Unidos – onde se radicou – projetou o nome do Brasil em todo mundo, tinha lugar cativo nas páginas do jornal. O mesmo se dá com as pianistas Guiomar Novaes e Magdalena Tagliaferro. Ambas de carreira consolidada na Europa, com a II Guerra, transferiram-se para os Estados Unidos.

Da mesma forma, na literatura, *A Gazeta* incentiva e valoriza as iniciativas femininas por intermédio do registro minucioso das conquistas. Em 1935, enaltece Gabriella Mistral, ressaltando o reconhecimento da intelectualidade espanhola por

aquela que é a consulesa do Chile em Madri. Em 1937, festeja a participação da escritora francesa Collete em uma sessão do Instituto de França que, a exemplo da Academia Goncourt, não admite mulheres. No ano seguinte, festeja a atribuição do Prêmio Nobel de Literatura à escritora americana Pearl Buck.

Espaço maior ganham atrizes e roteiristas do cinema, em decorrência da influência deste veículo nos costumes da sociedade brasileira. Com o crescimento do mercado, multiplicam-se os concursos promovidos pelas empresas do setor e até pelos governos, revelando o talento feminino não apenas para a interpretação – já tão conhecido – mas para o roteiro e a direção. Em 1934, a Fox, uma das principais empresas cinematográficas norte-americanas, movimenta os países da América Latina, do México e da Espanha com o concurso “Cine Mundial – Fox”, cujo objetivo é descobrir novos e talentosos roteiristas. O evento contou com diversos patrocinadores locais, entre os quais, *A Gazeta*. A vencedora, a brasileira Júlia Fonseca Guimarães, teve o roteiro *Em plena loucura* filmado, além de um prêmio de 500 dólares.

Está na Hora de Ficar Mais Bonita e Saudável

Gradativamente o cinema afirma-se como referência comportamental, sobretudo no que se refere aos padrões estéticos. O vespertino reconhece esse mecanismo, mas também alerta para a mutabilidade: o que hoje é belo, amanhã pode ser ridículo. Nessa perspectiva, o cinema torna-se o novo indicador dos padrões estéticos – daí a proliferação de fotos de atrizes, ilustrando as matérias sobre moda e beleza; os padrões são rapidamente assimilados pelo público, das mais diversas camadas sociais: daí o alerta para a importância de se observar o próprio tipo físico, na hora de copiar uma artista, dado o perigo de, na busca da elegância, tornar-se ridícula, bem como considerar-se o dia-a-dia em contrapartida com uma moda criada para a ficção: “não vejo como um penteado desses pode aspirar-se a tornar-se uma moda permanente quando oferece tantas complicações. Hoje procuramos combinar beleza com o lado prático das coisas (Segredos de Hollywood *In A Gazeta*, 6/12/1938:8)”, critica Max Factor – criador, em 1914, da famosa marca norte-americana de cosméticos – a propósito da “febre” de cabelos presos à moda de determinado filme; daí também o alerta para a valorização da prática esportiva como instrumento para atingir determinado padrão de beleza.

Entre os novos comportamentos que o cinema contribuiu para disseminar – num País em que a prática esportiva feminina ainda é vista com preconceito – a cultura física entre as mulheres não só como ferramenta de embelezamento, mas como costume salutar. Já em 1929, Greta Garbo ressalta numa entrevista sobre seus hábitos diários de beleza a importância de caminhar regularmente. As dicas oferecidas pelas estrelas cinematográficas funcionam como reforço às reportagens e artigos sobre o tema: “o esporte é considerado, hoje em dia, um dos grandes fatores, ou melhor – o grande aliado da elegância feminina. Toda mulher que tem pretensões a ser elegante e esbelta procura praticar a cultura física, qualquer que seja a sua modalidade (A mulher, o esporte e a moda *In A Gazeta*, 25/11/1935:8)”. O cinema dita os novos padrões estéticos: homens musculosos, mas esbeltos; mulheres esguias, de formas bem delineadas; indivíduos ágeis e esguios, resultado do trabalho físico diário. A esportista é, por excelência, a mulher do século XX: “uma criatura nova, cheia de vida, pele sadia, ar otimista, sorrindo para a vida promissora que a espera (Vie au grand air *In A Gazeta*, 12/12/1939:8)”. Assim, o esporte não leva apenas à beleza estética, mas também à saúde.

São diversos os programas mínimos, relacionando esporte, saúde e beleza. Neste mesmo ano, Max Factor orienta beber pelo menos seis copos de água durante o

dia; comer legumes, cereais e frutas diariamente; fazer três refeições diárias; consumir açúcares apenas no fim das refeições; dormir oito horas diárias; fazer exercícios diários; fazer a sesta; tomar sol; consultar o dentista e o médico pelo menos uma vez por ano; não usar roupas extremamente justas; descansar após as refeições (A base da beleza In *A Gazeta*, 7/05/1940:8).

Proposta para Laboratório de Crítica e Produção Midiática

A mulher moderna assim se desenha e se redesenha pouco a pouco nas páginas d'*A Gazeta*, transformada, por opção, em espaço público de debate. O vespertino substitui, de certa forma, como ponto de encontro, onde se realiza a troca de informações e experiências, os saraus das moças da elite, as mercearias e as feiras, da classe média, e os tanques de lavadeiras, das moças pobres³.

Refletindo, pois, a partir de nossa experiência como pesquisadora em História da Comunicação e como professora e coordenadora de cursos de Pós-Graduação em Comunicação Social, tentamos identificar algumas metas que possam nos auxiliar a desenvolver um modelo libertador de ensino nesta área, estimulando a renovação da produção midiática de maneira crítica, competente e criativa. Acreditamos que a relação ensino-aprendizado legitima-se na produção reflexiva. Daí propormos o estabelecimento de um Laboratório de Crítica e Produção Midiática, voltado ao aprofundamento em segmentos específicos – econômico, político, esportivo etc. –, e a públicos específicos – infantil, juvenil, feminino etc. –, considerando como denominador comum a interlocução midiática característica da pós-modernidade.

Trata-se, pois, de um laboratório para criação de produtos midiáticos dirigidos a segmentos específicos, partindo da desconstrução das produções vigentes no mercado impresso e audiovisual. A partir do desenvolvimento de uma percepção crítica em relação a formatos, linguagens e conteúdos, pretende-se favorecer a organização do pensamento, despertar e estimular a criatividade, além de capacitar para a utilização dos instrumentais necessários à revisão dos próprios formatos, linguagens e conteúdos, contribuindo para a consolidação dos conceitos de interação, acessibilidade e sincronicidade na base do processo de concepção dos produtos midiáticos. Dessa forma, favorece a atualização e a capacitação profissional, conseqüentemente potencializando as possibilidades de atuação na área. É dirigido aos graduados em Comunicação Social ou em outra área do conhecimento, desde que interessados em se aprimorar em produção midiática.

Em linhas gerais, o conteúdo programático está articulado em três módulos. No primeiro deles, busca-se a capacitação para identificar e refletir criticamente sobre conteúdos, linguagens e formatos das produções midiáticas dirigidas ao segmento em questão. Está organizado em estudo de:

1. Conteúdo:

1.1. Identificação de Público;

1.2. Técnicas de Observação do Real para identificar temáticas pertinentes ao universo selecionado;

³ Michelle Perrot destaca que a cidade tem espaços masculinos, femininos e mistos. Os equipamentos coletivos como hospitais, creches, escolas e igrejas, por exemplo, por corresponderem às tarefas femininas, seriam espaços de convergência das mulheres (M. Perrot, 1992: 221-224). Nesse sentido, consideramos *A Gazeta* como espaço de troca de experiências e informações: o ponto de encontro da mulher que está se modernizando ou quer se modernizar.

2. Formatos:
 - 2.1. Identificação dos padrões de formato oferecidos em relação aos veículos de comunicação;
 - 2.2. Caracterização dos padrões identificados, visando estabelecer os parâmetros fundamentais de cada um, de acordo com a dinâmica do veículo; público e objetivos do programa;
3. Linguagem:
 - 3.1. Identificação dos diferentes tipos de narrativa empregados pelos diversos veículos;
 - 3.2. Caracterização dos padrões identificados, visando estabelecer os parâmetros fundamentais de cada um, de acordo com a dinâmica do veículo; público e objetivos do programa.

No segundo módulo, tal capacitação possibilitará compreender as articulações da tríade conteúdo, linguagem e formato. Também está organizado em estudo de:

1. Conteúdo: para averiguar como as temáticas oferecidas correspondem aos interesses do público a que se destinam; assim como de que forma as temáticas oferecidas contribuem para o crescimento intelectual, o raciocínio crítico e um posicionamento mais consciente do público a que se destinam;
2. Formatos: para averiguar como medida os diversos padrões de formato utilizados atendem à dinâmica do veículo; ao público a que se destina; e aos objetivos do programa.
3. Linguagem: para averiguar em que medida as narrativas utilizadas atendem à dinâmica do veículo; ao público; aos objetivos do programa; assim como caracterizar as narrativas identificadas, observando: a Intencionalidade nas Fontes de Informação; Conotação e Denotação nas linguagens textuais e imagéticas; a Organização na Produção Textual em relação aos diferentes Gêneros Jornalísticos.

Por fim, no terceiro módulo, busca-se legitimar a experimentação de novos produtos, desenvolvendo uma proposta de produto jornalístico, voltado ao segmento previamente escolhido, que contemple o tripé Informação, Entretenimento e Educação, além de revisar os conceitos de interação, acessibilidade e sincronidade, vislumbrando possíveis desdobramentos de conteúdo.

Como ressalta José Manuel Moran, as novas tecnologias modificaram significativamente “algumas dimensões da nossa inter-relação com o mundo, da percepção da realidade, da interação com o tempo e o espaço (...). A miniaturização das tecnologias de comunicação vem permitindo uma grande maleabilidade, mobilidade, personalização (vide walkman, celular, notebook...), que facilitam a individualização dos processos de comunicação, o estar sempre disponível (alcançá-

vel), em qualquer lugar e horário (MORAN, 1995:24)”. Criam assim inúmeras possibilidades de contatos entre comuns e diferentes, nos mais diversos pontos do Planeta. Como identifica Castells, as novas tecnologias “logo que se propagaram e foram apropriadas por diferentes países, várias culturas, organizações diversas e diferentes objetivos, (...) explodiram em (...) aplicações e usos (CASTELLS, 2006: 43)”. Dessa forma, nos processos comunicacionais enfatizam-se os dispositivos personalizados e, por eles, a interação, na formação de redes. Trata-se, pois, de pensar a produção midiática com base nos conceitos de maleabilidade, mobilidade, acessibilidade, transdisciplinaridade, personalização, instantaneidade e interação, mas também, refletindo as possibilidades oferecidas à capacitação de cidadãos mais conscientes, integrados, articulados e – por que não? – felizes! Portanto, é preciso investir em espaços de reflexão e desenvolvimento que unam universidade e mercado num processo de criação capaz de gerar produtos midiáticos restauradores do sentido emancipatório das narrativas, renovando a tríade Informação, Entretenimento e Educação.

Referências Bibliográficas

AUSTREGESILLO, Athayde. **Perfil da Mulher Brasileira: Esboço acerca do Feminismo no Brasil**, 2ª edição, Rio de Janeiro, 1937.

BELLANGER, Claude *et al.* **Histoire Générale de la Presse Française**, Paris, Presses Universitaires de France, 1969.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia, de Gutenberg à Internet**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo; Paz e Terra, 2006.

HÄNNER, June Edith. **A Mulher no Brasil**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. **A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta**. São Paulo, dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1997.

_____. **Página Feminina: o Ponto de Encontro da Mulher Moderna – Estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano A Gazeta (1929-1943)**, São Paulo, tese de doutorado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 2002.

MAFFESOLI, Michel. **O Conhecimento Comum - Compêndio de Sociologia Compreensiva**, Editora Brasiliense, 1988.

MORAN, José Manuel. **Novas Tecnologias E O Re-encantamento do Mundo**, *In revista Tecnologia Educacional*, Rio de Janeiro, vol. 23, n.126, setembro-outubro 1995, pp. 24-26.

MOREIRA ALVES, Branca. **Ideologia e Feminismo: a Luta da Mulher pelo Voto no Brasil**, Petrópolis, Vozes, 1980.

PERROT, Michelle. **Os Excluídos Da História: Operários, Mulheres E Prisioneiros**, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1992.

RICHARD, Gaston. **La Femme dans l'Histoire; Étude sur l'Évolution de la Condition Sociale de la Femme**, Paris, Octave Doin, 1909.

Recebido para publicação em 07-05-13; aceito em 11-06-13