



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

**PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ESTUDOS
LINGUÍSTICOS (POSLIN)**

GERLICE TEIXEIRA ROSA

NOTICIABILIDADE E IMAGENS DE SI:

**ser mulher e ser notícia em jornais direcionados para
mulheres**

Belo Horizonte

Janeiro/2016

Gerlice Teixeira Rosa

NOTICIABILIDADE E IMAGENS DE SI:
ser mulher e ser notícia em jornais direcionados para
mulheres

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Linguística do Texto e do Discurso.

Belo Horizonte

Janeiro

2016

Ficha catalográfica elaborada pelos Bibliotecários da Biblioteca FALE/UFMG

Rosa, Gerlice Teixeira.

R788n

Noticiabilidade e imagens de si
[manuscrito] : ser mulher e ser
notícia em jornais direcionados
para mulheres / Gerlice Teixeira
Rosa. – 2016.

293 f., enc. : il., (color)

Orientadora: Ida Lúcia Machado.

Discurso.

Área de concentração: Linguística do Texto e do

Linha de Pesquisa: Análise do Discurso.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Minas
Gerais, Faculdade de Letras.

Bibliografia: f. 270-279.

Anexos: f. 279-293.

1. Feminino (Jornal) – Teses.



FOLHA DE APROVAÇÃO

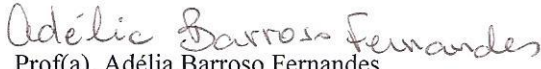
Noticiabilidade e imagens de si: ser mulher e ser notícia em jornais direcionados para mulheres entre os séculos XIX e XXI

GERLICE TEIXEIRA ROSA

Tese submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em ESTUDOS LINGÜÍSTICOS, como requisito para obtenção do grau de Doutor em ESTUDOS LINGÜÍSTICOS, área de concentração LINGÜÍSTICA DO TEXTO E DO DISCURSO, linha de pesquisa Análise do Discurso.

Aprovada em 15 de janeiro de 2016, pela banca constituída pelos membros:


Prof(a). Ida Lucia Machado - Orientador
UFMG


Prof(a). Adélia Barroso Fernandes
UniBH


Prof(a). Emilia Mendes Lopes
UFMG


Prof(a). Grani David Silva
CEFET/MG


Prof(a). Cláudio Humberto Lessa
CEFET/MG

Belo Horizonte, 15 de janeiro de 2016.

*Às mulheres, por serem o motivo...
Aos meus pais, por serem o incentivo
Aos meus irmãos, por serem a luz
Ao Márcio, por ser o apoio.*

AGRADECIMENTOS

“Que a minha inteligência seja sempre sensível às vossas celestes inspirações, ó Espírito Santo”. Durante esses quatro anos, esse foi o meu pedido. Hoje, revela-se em agradecimento. Impossível não agradecer ao dono de toda a inspiração e de toda a motivação para a vida! Obrigada Deus por ter cuidado de cada detalhe e em cada instante revigorar-me com vosso amparo, ânimo e coragem! O refrão desta música evidencia o meu agradecimento a Ele: “Sinto esta mão quando comigo está, quando não tenho forças// É a mão que vem me levantar, quando chegam as provas// É a que me sustenta quando vou cair// É a que me dá forças para resistir (...) a mão de Deus”.

À minha mãe agradeço o dom da vida; ao meu pai os sábios ensinamentos, as palavras serenas e a confiança que sempre depositou nas minhas empreitadas e aventuras (sejam elas acadêmicas ou não...). Aos meus irmãos, obrigada por estarem por perto (ainda que distantes). Em especial, agradeço à Gerlaine pelas palavras acalentadoras nos momentos de dificuldades e pelo incentivo motivador na hora do desânimo. Não posso deixar de agradecer suas reflexões empreendidas sobre a mulher na sociedade e a importância do *ser mulher*; pesquisa que muito ainda tem a revelar no âmbito da Fenomenologia. Ao meu amado Márcio, agradeço a paciência, a espera e a compreensão nas minhas ausências. Obrigada pela firmeza e pela motivação de sempre a me dizer: “Coragem! Tome ânimo”.

À minha orientadora agradeço, primeiramente, pela acolhida sincera e pela solicitude de sempre. Obrigada pelo exemplo de pesquisadora, pela motivação com cada novo estudo, pela simplicidade com que vê o universo da pesquisa e pelo cativante trabalho que realizou (e ainda realiza) na Análise do Discurso.

Agradeço ao CNPQ pelo financiamento que facilitou a continuidade da pesquisa. Lembro também minha gratidão ao POSLIN e a todos os funcionários que sempre se mostraram solícitos e interessados em auxiliar os alunos. Faço um agradecimento especial à Eliane Amarante e Malu que após a minha inserção no Doutorado me auxiliaram com o envio do projeto de pesquisa que eu havia perdido em meus arquivos. A presteza e o altruísmo desse momento comoveram-me e marcaram-me

profundamente. Lembro também as ajudas sempre oportunas da Graça no esclarecimento das dúvidas e dos prazos relacionados à pesquisa.

Agradeço a gentileza e solicitude de Adélia Fernandes, Cláudio Lessa, Emília Mendes, Giani Silva e Sônia Pessoa E Wander Emediato ao aceitarem o convite para participar dessa empreitada acadêmica no universo feminino.

Durante os quatro anos, a companhia dos colegas foi importante e contribuiu para o meu crescimento acadêmico, advindo das reflexões em sala de aula, na lanchonete e nos grupos de estudos. Não posso esquecer as leituras e estudos do NETII, sempre motivador de reflexões e discussões transgressivas e transgressoras não só sobre o universo acadêmico, mas muito além dele (para a vida).

Para que todo o projeto da tese se realizasse, várias pessoas contribuíram e, por isso, tornaram-se ainda mais especiais. Merecem, portanto, minha sincera gratidão. Ao CFEMEA agradeço por ter viabilizado o andamento desta pesquisa. À Guacira, Masra, Mirla e Jolúzia, agradeço a acolhida na sede do jornal e por terem compartilhado parte da história de luta das mulheres. À Juçara pela acolhida em Brasília durante os dias de pesquisa no CFEMEA. Familiares que tornaram-se colaboradores diretos desta pesquisa merecem hoje meu agradecimento: à Marina Alves, pela ajuda na confecção dos quadros, pelo apoio e motivação; a tio Márcio (MENDES, 2015), agradeço as pesquisas sobre a *Rede Manchete*; à tia Ladinha, agradeço o carinho, a preocupação e a acolhida nos momentos em que o que eu mais queria era paz para escrever; à Leandro Mendes, agradeço as decisivas palavras de incentivo no momento em que mais precisei delas. À grande amiga Lara Coelho, agradeço pelo apoio na escrita e na arte de fazer-se e desfazer-se no universo das letras.

Especialmente, agradeço à Emília Mendes pelo apoio durante a pesquisa, pelo envolvimento e interesse pelo tema (que sempre me motivou a ir além); sem falar no empréstimo dos livros que muito me auxiliaram na ampliação do universo de pesquisa.

Agradeço, carinhosamente, a amizade de Mariana (Procópio-Xavier) em primeiro lugar. Consequência disso, vieram os conselhos, os auxílios, os compartilhamentos de ideias, as orientações (em todos os sentidos).

Não posso deixar de falar de Fábio Thomaz pela competência com que me ensinou francês e Shisley pela dedicação e pelos conselhos durante as aulas.

Às colegas da *Clínica Foco* e aos alunos agradeço por terem me mostrado uma outra possibilidade de compreensão do aprendizado, do amor e do mundo (e, por que não, da capacidade empreendedora das mulheres?).

Com carinho, agradeço à Warlem Dias pelo interesse, pelas referências e pelas palavras de motivação. Aos amigos do Grupo de Oração *Alfa e Ômega* pelas orações, pela compreensão (diante das minhas ausências) e pela confiança.

Aos amigos do *Universidades Renovadas* por (direta ou indiretamente) trazerem à tona em meu coração o desejo de um sonho de amor para o mundo (e para as mulheres, em especial). Ao Ministério de Comunicação Social, agradeço pelo aprendizado no decorrer desta caminhada.

Aos meus alunos (de Divinópolis, de Sete Lagoas), agradeço por serem inspiração para a pesquisa e para a continuidade da vida acadêmica e do desejo de trocar experiências em sala de aula.

Diante do tema escolhido, não posso me esquecer de agradecer às mulheres por serem o motivo de toda inquietação desta pesquisa. Em especial, manifesto a minha gratidão a todas aquelas que foram (e se sentiram) vitimadas de alguma forma pelos homens, pela sociedade, por outras mulheres.

[...] somos mutantes, mulheres em transição. Como nós, não houve outras antes. E as que vierem depois serão diferentes. Tivemos a coragem de começar um processo de mudança. E porque ainda está em curso, estamos tendo que ter a coragem de pagar por ele. [...] Tudo começou tão ontem, que de fato ainda está começando. (Marina Colasanti, 1981)

APRESENTAÇÃO

Penso que uma tese de Doutorado é fruto de um intenso trabalho do pesquisador, do auxílio de seu orientador e, por que não dizer, de inquietações pessoais, que motivam o início dos questionamentos de pesquisa. Essa tese não faz sentido se não compreendermos toda a trajetória percorrida até que ela se concretizasse por inteiro. O eterno *descobrir* é a motivação primeira do estudo aqui apresentado. Por isso, ousei escrever essas linhas com um pouco da minha trajetória pelo universo da pesquisa. Sou eternamente grata pelos presentes que me foram dados pelo caminho e tenho certeza de que Senhorinha Diniz foi um desses presentes divinos que mudaram completamente a minha rota. Por isso, desejo apresentar um pouco dessa história, para que a compreensão da tese tenha ainda o gostinho da lembrança de seu início.

Antes de falar da motivação por estudar a mulher na Academia, preciso ressaltar a minha observação sobre as mulheres do cotidiano. Peço licença para colocar aqui um pouco da minha subjetividade e falar da minha mãe. Mulher forte, determinada e corajosa. Sempre me ensinou a caminhar com firmeza nas minhas decisões. Aos 10 anos, vi essa mulher se divorciar e assumir a criação das três filhas. Não que meu pai estivesse ausente, pelo contrário, mostrou-se muito participativo, especialmente no que dizia respeito aos estudos; mas o cotidiano do cuidado com as filhas, era responsabilidade dela. Portanto, cresci vendo uma mulher autônoma, independente e corajosa. Essa era a imagem que trazia comigo da figura da mulher. No âmbito da academia, essa imagem foi assumindo outra configuração. Alongo-me um pouco mais para explicar tal trajeto pela universidade.

Na Academia, o interesse pelos estudos de gênero surgiu devido à motivação inicial advinda de Stella Maris Scatena Viladarga (nome do qual nunca me esqueci), professora da disciplina de *Formação Histórica do Brasil*. Contar a história do Brasil por meio da imprensa foi a tarefa empreendida por Stella na turma de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, no ano de 2006. Em meio aos registros de surgimento da imprensa no Brasil e dos primeiros jornais, havia um tópico sobre *as jornalistas mulheres no Brasil*. Logo me interessei pelo assunto. Pouco tempo depois, já tendo finalizado a disciplina, procurei a professora para falar-lhe do meu interesse em estudar mais sobre o assunto das mulheres jornalistas.

Um dia, entre os intervalos das aulas no Laboratório de Jornalismo, vi o anúncio de um concurso no mural: *Construindo a igualdade de gênero*. O estalo veio em seguida. Participar do concurso era uma forma de estudar mais sobre a presença feminina na imprensa brasileira. Após uma longa e interessante conversa com a professora Stella, decidimos que para tentar o concurso, focaríamos na figura de uma jornalista mineira. A busca começou aí: fui apresentada à Mary del Priore e “História das mulheres no Brasil”. Um *inventário de mulheres jornalistas* também foi crucial para a pesquisa. Logo estava eu diante do nome: Francisca Senhorinha da Motta Diniz, fundadora do jornal *O Sexo Feminino*. O nome do jornal me chamou a atenção desde o início. Quando descobri que o periódico havia sido publicado no sul de Minas Gerais, na cidade de Campanha, o meu interesse foi ainda maior. Queria saber como tudo havia se processado, quem era Senhorinha Diniz, qual a recepção do jornal no século XIX, que tipo de texto a jornalista escrevia, quais os objetivos dela com o jornal, etc....Enfim, a inquietação de pesquisadora surgiu ali.

Depois de definida a jornalista a ser pesquisada, os trabalhos se intensificaram. Era preciso ir em busca de outras pesquisas, dados históricos, e mais ainda, era preciso encontrar os jornais para a leitura. Mais trabalho, mais buscas na internet. Assim, descobri que os arquivos se encontravam na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, disponíveis em microfilme. Uma luz se acendeu. Comentando com a Stella, ela me aconselhou a solicitar uma cópia do microfilme para o acervo digital do Departamento de História. Agradeço muitíssimo ao coordenador do departamento que se interessou pelo arquivo e financiou a compra do material. (Havia uma cópia também na Biblioteca da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, porém a distância dificultaria o trabalho de pesquisa, uma vez que eu estava em Viçosa).

Com o material em mãos, a leitura dos jornais foi iniciada. A cada linha, um encantamento, uma descoberta, um desejo de continuar a ler Senhorinha Diniz, deliciando-me com sua sagacidade, sua inteligência e astúcia na escrita, na oratória e na argumentação. À época, esbocei um artigo. Devido ao meu restrito conhecimento sobre o tema e à minha falta de habilidade com a área de pesquisas, não conseguimos levar o artigo para concorrer. Mas isso não me entristeceu. Visualizava um caminho longo de pesquisas e aprofundamento pela frente. E foi exatamente o que aconteceu.

Aproximava-se o fim do curso de Jornalismo e eu deveria apresentar um projeto de pesquisa. Estava lá uma proposta: Senhorinha Diniz. A minha ideia era verificar que imagem essa mulher construía com a sua escrita no jornal, que imagem ela queria passar no auge do século XIX? Bem, é importante ressaltar que até então eu não conhecia a Análise do Discurso. Um episódio engraçado aconteceu: fui em busca de professores do curso de Jornalismo que se interessassem pelo meu tema e que tivessem interesse em me orientar na produção da Monografia de final de curso. Lembro-me de uma delas, Soraya Ferreira. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC- SP, à época lecionava a disciplina de Telejornalismo. Quando a indaguei sobre a imagem da jornalista através do jornal, ela me disse que só conhecia os estudos sobre a imagem concreta, formada por um signo, que esse tipo de imagem ela não conhecia e não poderia me ajudar.

A minha busca continuava... Dentre os professores do curso, nenhum se achava digno de me orientar em tais estudos. Uma outra luz veio para o meu caminho. Já no final do curso, 7º período, a disciplina de *Assessoria de Imprensa* recebeu uma nova professora substituta: Mariana Ramalho Procópio. Com seu jeito doce e a firmeza necessária para uma turma de comunicadores, Mariana conquistou a todos pela competência e dedicação que tinha em ministrar as aulas. Desde a primeira aula, ela falou da sua vinculação à Análise do Discurso. Entre uma conversa e outra, comentei sobre o meu interesse de pesquisa e ela logo se prontificou a me ajudar. Apresentou-me à Mônica Santos de Souza Melo.

Exemplo de dedicação e solicitude, com sua serenidade, Mônica colocou-se disponível a me ajudar. Que maravilha! Ela compreendeu o que eu queria estudar e logo me disse que isso era possível pelo viés da Análise do Discurso, que havia um ramo de pesquisas sobre *ethos*, que se empenhava em analisar as imagens de si construídas por meio da fala. Fiquei encantada com tudo. Finalmente, havia alguém que me compreendia. Mais do que isso, descobri um universo inteiro de pesquisas sob aquela ótica e fui me deliciando com cada leitura, com cada estudo. Identificava-me facilmente com as leituras. O “Dicionário de Análise do Discurso” foi uma aquisição importante. Precisava conhecer melhor o assunto. Mônica tornou-se minha orientadora de Monografia e Mariana minha co-orientadora. Fui muito bem assessorada pelas duas pesquisadoras.

Monografia defendida e um projeto de mestrado a caminho. Foi assim a trajetória. Queria conhecer mais sobre Senhorinha Diniz, queria conhecer mais sobre a Análise do Discurso. No último semestre do curso de Jornalismo, cursei como ouvinte a disciplina, lecionada por Maria Carmen Aires Gomes. Eu já a conhecia desde o início do curso de Jornalismo, com as famosas disciplinas de *Oficina de texto I e II*. Sua competência e seu encantamento pela AD também me chamavam a atenção. Com o olhar mais atento e extremamente interessado por esse campo de estudos, estava eu como ouvinte na turma de Letras. (E este era apenas o início de tudo).

No final de 2008, fiz duas seleções de Mestrado, para os programas de Pós Graduação da UFV e da UFMG. Tive a alegria de ser selecionada nos dois processos. Mesmo gostando muito de Viçosa (e sabendo da competência dos professores de lá), queria conhecer um universo diferente, descobrir outras formas de ver o mundo e ainda, estar mais próxima da minha família, em Sete Lagoas. Em março de 2009 iniciava o curso de Mestrado na UFMG, sob orientação do professor Doutor Renato de Mello. A cada aula, uma novidade, uma descoberta; a cada leitura, um universo inteiro se abria diante de mim e tinha sede de conhecer mais, de descobrir mais sobre essa área.

Durante o curso, o estudo sobre AD se mesclava aos estudos de gênero, universo também distante (inicialmente). O apoio e a competência de Renato de Mello foram essenciais para o desenvolvimento da pesquisa. Aos poucos, fui adquirindo maturidade nas investigações acadêmicas. As aulas do POSLIN e a participação nos Congressos da área também contribuíram sobremaneira para o desenvolvimento dos estudos.

Em março de 2011 defendia a minha dissertação de mestrado. Um pouco de fôlego era preciso. Depois de conhecer Senhorinha Diniz, queria saber onde essa história das mulheres jornalistas ia parar, o que estava acontecendo atualmente, já que as reivindicações de Senhorinha se pareciam muito com as da atualidade. Surgia outra pergunta: o que mudou do século XIX para o XXI? Sim, isso já era outra pesquisa, que culminou em um projeto de Doutorado. Durante as buscas e pesquisas na internet, conheci outros dois jornais, *Mulherio* e *Fêmea*, produções realizadas no século XX. Os nomes dos periódicos logo me chamaram a atenção. Três jornais cujos nomes se referiam diretamente à mulher, três períodos distintos de produção. Era a oportunidade que eu tinha de investigar com mais detalhes a forma como as mulheres se manifestavam através da imprensa, como elas eram representadas.

Tive a felicidade de ser aprovada na seleção de 2012 para o curso, sob a orientação da professora Ida Lucia Machado. Durante o Mestrado havia cursado disciplinas suas e pude me encantar com sua leveza ao falar da AD. Trabalhando juntas, pudemos avançar um pouco mais nas pesquisas sobre a mulher, sobre a AD e sobre os jornais. Após quatro anos de esforço, pesquisas, buscas e descobertas, o trabalho é aqui apresentado. Não tenho a pretensão de dizer que ele está finalizado, porque novos estudos são sempre possíveis. Asseguro, porém, que empenhamo-nos em concluir nossos objetivos com essa pesquisa e, de alguma forma apresentar aos leitores um pouco do que desenvolvemos nessa trajetória instigante de pesquisadoras.

RESUMO

O principal fator que causou esta pesquisa foi o interesse que sempre tivemos sobre a construção da imagem da mulher na imprensa dita feminina. Dando prosseguimento a estudos já começados no Mestrado, esta pesquisa visa aprofundar a compreensão do que seja a identidade feminina representada em três jornais brasileiros, a saber: *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*. Tais jornais têm a particularidade de terem sido criados e editados por mulheres entre os séculos XIX e XXI. A distância temporal que separa uma publicação de outra não impediu uma análise e uma abordagem cujo objetivo, de modo geral, foi o de refinar questões e temas ligados à mulher e à sua inserção na sociedade. A partir desse *corpus*, realizou-se uma análise que investigou a criação da notícia na imprensa escrita, por meio de uma seleção temática. Foram efetuadas escolhas de notícias ou escritos jornalísticos e estes sempre se centraram na luta feminina por mais igualdade e no modo como ela foi contada ou transcrita por meio dos veículos midiáticos supracitados. A observação da construção das notícias deu lugar a outra observação: a dos imaginários sociodiscursivos e das identidades ali contidas. A análise dos referentes empregados para nomear a mulher constituiu um dos pontos principais da pesquisa. Em suma, o conceito de noticiabilidade e o dos referentes identitários que povoam as páginas dos jornais foram um objeto privilegiado de estudo. Algumas noções vindas de teóricos da linguagem e da psicologia social, tais como Moscovici, Amossy, Charaudeau, Leal e Abric (entre outros) revelaram-se de grande ajuda para que melhor fossem expostos os conceitos de representação, identidade e construção da notícia jornalística em um contexto, sem dúvida, bem feminista. A pesquisa propôs também um estudo contrastivo entre os três jornais supracitados, na qual foram examinados os jogos que se criam entre enunciadores e destinatários das notícias. O grande objetivo da tese foi então o de estudar a imagem da mulher brasileira e as mudanças que esta imagem foi recebendo, ao longo desses três séculos, por meio de imprensa escrita feminista. Ao mesmo tempo, objetivou-se também verificar quais estratégias discursivas permaneceram ainda nos dias de hoje e quais outras foram sendo introduzidas nesse campo e no domínio da imprensa escrita. Os resultados das análises apontaram para a existência de uma *representação identitária focalizada* nos jornais em pauta. Isso significa que, a partir das intenções e dos valores instituídos em cada instância de produção, identidades foram criadas ou silenciadas a fim de cumprir as visadas das editoras de *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*.

RESUMÉ

Le principal facteur déclencheur de cette recherche a été l'intérêt que l'on a eu égard la construction de l'image de la femme dans des journaux dits féministes. En poursuivant des études déjà initiées lors d'un *Master brésilien*, ce travail vise à approfondir la compréhension de l'identité féminine représentée dans trois journaux brésiliens, à savoir : *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*. Ces journaux ont la particularité d'avoir été créés et édités par des femmes entre les XIX^e. et XXI^e. siècles. La distance temporelle qui sépare la parution des trois périodiques n'empêchera pas une analyse et une approche qui veut raffiner des questions et des thèmes traités concernant les femmes et leur insertion dans la société. En puisant dans ce *corpus*, on analyse la création des écrits de presse par moyen d'une sélection thématique. On effectue donc des choix et eux tous concernent la lutte féminine et sa mise en place dans les véhicules médiatiques cités. On y observe et on y analyse aussi la construction des nouvelles de presse et on vérifie les imaginaires socio-discursifs et les identités y contenues. L'analyse des référents employés pour nommer la femme constitue un élément-clé dans cette recherche. En somme, a travaillé sur des critères de *noticiabilidade* et des référents identitaires qui peuplent les pages des journaux. Des notions venues des théoriques du langage comme Moscovici, Amossy, Charaudeau, Leal e Abric (entre autres) ont été de grande aide pour qu'on puisse mieux exposer les concepts de représentation, d'identité et de construction de la nouvelle journalistique dans un contexte décidemment féministe. On propose une étude contrastive des trois journaux, en étudiant le jeu qui se passe entre énonciateurs et destinataires. On a donc, l'intention d'étudier l'image de la femme brésilienne et ses changements dans les trois derniers siècles par moyen de cette presse écrite féministe et en même temps, vérifier quelles stratégies discursives restent encore dans le jour d'aujourd'hui et, au contraire, quels changements se sont produits dans ce champs et dans le domaine de la presse écrite. Les résultats des analyses pointent vers l'existence d'une *représentation identitaire focalisée* dans les journaux en question. Cela veut dire que, à partir des intentions et des valeurs instituées dans chaque instance de production, des identités ont été créées ou alors ont été effacées pour accomplir les visées de éditrices de *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Pioneiros da imprensa feminina no século XIX	73
FIGURA 2 – Jornais importantes na consolidação da imprensa feminina.....	75
FIGURA 3 – Referências do jornalismo feminino entre 1922 e 1947.....	77
FIGURA 4 – Capas da primeira edição das revistas <i>Capricho</i> e <i>Cláudia</i>	78
FIGURA 5 – Capas das revistas <i>Eva</i> (dez/1977) e <i>Carícia</i> (1975)	78
FIGURA 6 – Capa da edição número 1 da revista <i>Nova</i>	79
FIGURA 7- Capa da revista <i>Marie Clarie</i> (1991)	80
FIGURA 8 – Capa das revistas <i>Atrevida</i> , <i>Ana Maria</i> e <i>Viva Mais!</i>	80
FIGURA 9 – Capa de <i>O Sexo Feminino</i> , edição número 5	136
FIGURA 10 – referência de esquema argumentativo.....	146
FIGURA 11- História em quadrinhos do jornal <i>Mulherio</i> , edição 5 (jan/fev 1982)	171
FIGURA 12 – Capa do jornal <i>Mulherio</i> , novembro/dezembro de 1981.....	180
FIGURA 13 – Capa do jornal <i>Mulherio</i> set/out de 1981.....	181
FIGURA 14 – Capa do jornal <i>Fêmea</i> , de maio de 1992.....	189
FIGURA 15 – Esquema de representação da dupla atuação do CFEMEA	202
FIGURA 16 – Charge do jornal <i>Fêmea</i> , de outubro de 1992.....	206
FIGURA 17 - Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal <i>O Sexo Feminino</i>	216
FIGURA 18 – Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal <i>Mulherio</i>	219
FIGURA 19 - Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal <i>Fêmea</i>	220
FIGURA 20 – Representação piramidal do funcionamento da comunicação linguageira.....	234
FIGURA 21 – Noção de <i>ethos</i> efetivo para Maingueneau	236

FIGURA 22 – Cabeçalho do jornal <i>O Sexo Feminino</i> , 1873.....	238
FIGURA 23 – Vínculos entre identidade e representação	248
FIGURA 24 – Construção identitária em jornais feministas.....	259

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – A história da mulher contada em datas	99
QUADRO 2 – Temas do jornal <i>O Sexo Feminino</i> , edições de 7 de setembro de 1873 a 4 de outubro de 1873.....	140
QUADRO 3 – Referentes do jornal <i>O Sexo Feminino</i>	153
QUADRO 4 – Categorização dos referentes femininos em <i>O Sexo Feminino</i>	154
QUADRO 5 – Referentes do jornal <i>Mulherio</i> , edição de maio de 1982 a fevereiro de 1982.....	163
QUADRO 6 – Categorização dos referentes femininos em <i>Mulherio</i>	170
QUADRO 7 – Temas do jornal <i>Mulherio</i> , de maio de 1981 a fevereiro de 1982...	177
QUADRO 8 – Temas do jornal <i>Fêmea</i> , edições 1 a 5.....	190
QUADRO 9 – Referentes do jornal <i>Fêmea</i> , de maio de 1992 a fevereiro de 1993.	198
QUADRO 10 – Interseções temáticas nos jornais.....	251
QUADRO 11 – Contrastividade de referentes nos jornais.....	254
QUADRO 12 – Comparativo sobre o modo de fazer dos jornais feministas.....	263
QUADRO 13 – Permanências e alterações nos periódicos feministas entre os séculos.....	267

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	23
PARTE I-COMUNICAÇÃO, JORNALISMO, NOTÍCIA E ACONTECIMENTO.....	29
Capítulo 1 - Caracterização e história do jornalismo.....	30
1.1 Considerações iniciais	30
1.2 Panorama histórico do jornalismo.....	30
1.3 Jornalismo no Brasil.....	32
1.4 Das teorias da comunicação às teorias do jornalismo.....	40
1.5 Teorias do jornalismo e a imagem do jornalista.....	46
1.6 Função social do jornalista.....	53
1.7 Considerações finais do capítulo	57
Capítulo 2 – Construção do discurso através dos jornais.....	58
2.1 Considerações iniciais.....	58
2.2 Perspectiva social do jornalista.....	58
2.3 Considerações finais do capítulo.....	66
Capítulo 3 – Mulher na imprensa.....	67
3.1 Considerações iniciais.....	67
3.2 Entre silêncios, sussurros e palavras públicas.....	67
3.3 Os jornais e as mulheres (Ou as mulheres nos jornais).....	72
3.4 Considerações finais do capítulo.....	83
Capítulo 4 – Recorrências, regularidades e reconhecimento do gênero notícia	83

4.1 Considerações iniciais.....	84
4.2 Gêneros do discurso no jornalismo.....	84
4.3 Concepção de notícia.....	86
4.4 Critérios de noticiabilidade: operadores da construção do acontecimento.....	89
4.5 Notícia e acontecimento.....	91
4.6 Considerações finais do capítulo.....	95

PARTE II MULHER (ES) E SUAS IMAGENS ATRAVÉS DOS JORNAIS 97

Capítulo 5 – Mulher: substantivo histórico, social e midiático.....	98
5.1 Considerações iniciais.....	98
5.2 Um pouco de história.....	98
5.3 Por que estudar a mulher (na imprensa)?.....	110
5.4 Afinal, o que significa ser mulher?.....	112
5.4.1 A mulher na perspectiva religiosa.....	115
5.4.2 A mulher na perspectiva histórica.....	120
5.4.3 Aspecto biológico da constituição feminina.....	127
5.5 Mulher de papel e o papel da mulher.....	131
5.6 Considerações finais do capítulo.....	135
Capítulo 6 – Construção da imagem da mulher através dos jornais.....	136
6.1 Considerações iniciais.....	136
6.2 Sobre a materialidade do jornal do século XIX – <i>O Sexo Feminino</i>	136
6.2.2 Educação – o caminho para emancipar-se.....	142
6.2.3 Ser mãe – a razão de educar-se	144
6.2.4 O fim de todo o processo: emancipar-se.....	148
6.2.5 Uma pitada de narrativa – empecilhos à emancipação racional da mulher.....	149

6.2.6 Afinal, de que mulher estamos falando?.....	152
6.2.7 Notícia e noticiabilidade em <i>O Sexo Feminino</i>	157
6.3 O conjunto de mulheres na década de 1980 – <i>Mulherio</i>	160
6.3.1 Pluralidade de mulheres em <i>Mulherio</i>	161
6.3.2 Conversas entre o <i>Mulherio</i> na década de 1980.....	176
6.3.3 Noticiabilidade em <i>Mulherio</i>	184
6.4 Fêmea: a luta por espaço na lei e na vida	188
6.4.1 Noticiabilidade em <i>Fêmea</i>	197
6.4.2 Coletividade e abrangência do eu em <i>Fêmea</i>	198
6.5 Considerações finais do capítulo.....	209
 PARTE III – INTERSEÇÕES TEMÁTICAS E REFERENCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE FEMININA	 210
 Capítulo 7 – Caminhos teóricos	 212
7.1 Considerações iniciais.....	212
7.2 A representação por trás das palavras.....	212
7.3 Para entender melhor a situação comunicativa – competências discursivas	214
7.3.1 Competência situacional	214
7.3.2 Competência semântica (discursiva).....	220
7.3.3 Competência semiolinguística	222
7.3.4 Sobre os efeitos de gênero	223
7.4 Considerações finais do capítulo	226
 Capítulo 8 – Identidade e seus arranjos discursivos.....	 228
8.1 Considerações iniciais.....	228
8.2 Identidade – diferentes concepções de um mesmo termo.....	228

8.3 <i>Ethos</i> e identidade – aproximações e distanciamentos.....	234
8.4 Considerações finais do capítulo.....	237
Capítulo 9 – Representação Social	240
9.1 Considerações iniciais.....	240
9.2 Origem e filiação do termo.....	240
9.3 Estereótipos.....	244
9.4 Vínculo entre e identidade e representação – uma proposta de entendimento...	246
9.5. Considerações finais do capítulo.....	248
Capítulo 10 – A caminho de um modelo identitário (de representação) da mulher nos jornais	250
10.1 Considerações iniciais	250
10.2 Interseções temáticas	250
10.3 Referentes identitários de um discurso jornalístico	252
10.4 Esquema de representação (identitária) em jornais especializados.....	255
10.5 Considerações finais do capítulo.....	262
Conclusão.....	264
Referências.....	270
Anexos.....	279

INTRODUÇÃO

Teoria, experiência e sensibilidade estão imbricados quando se fala na elaboração de uma tese. A pesquisa mostra a necessidade do desenvolvimento de linhas teóricas que auxiliam na compreensão do *corpus* referenciado. A experiência do pesquisador moldará a forma como os estudos serão conduzidos, além de ditar as linhas teóricas escolhidas. A sensibilidade, por mais que tenha sido questionada no âmbito da pesquisa, hoje tem sido aceita como elemento formador do universo acadêmico. Pensamos que dessa maneira se dá o desenvolvimento de uma tese. A nossa caminhada no âmbito da pesquisa justifica-se, em um primeiro momento, pelo interesse particular por questões relacionadas às mulheres e sua inserção social, especialmente no universo jornalístico.

Filiamo-nos à Análise do Discurso e recorremos a ela para uma reflexão. Reflitamos, pois, sobre a postura do analista. Tomamos empréstimo das palavras de Machado, quando afirma que “[...] o analista do discurso observa, escuta, lê o mundo ao seu redor. Sua profissão deseja trazer alguma luz para os diferentes usos linguageiros de uma sociedade” (MACHADO, 2012, p.190). Esse ponto é crucial para compreendermos a nossa inserção no universo da pesquisa.

Sob esse prisma é que se dará nossa pesquisa. Pretendemos, ainda que ousadamente, clarificar a nossa compreensão sobre a representação da mulher na imprensa feminista.

Ao consultar outras pesquisas relacionadas ao tema, verificamos que a grande maioria faz apenas um percurso histórico pelos jornais, com citações e somente em alguns casos verificamos análises a respeito da representação da mulher na imprensa. Destacamos os estudos de Buitoni, publicados no livro “Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa brasileira”. Publicada em 2009, a obra faz um panorama da imprensa feminina desde seu início, no século XIX, até as publicações do final do século XX. A jornalista Buitoni traz um texto de análise com o histórico de todos os jornais e sua avaliação a respeito de tal publicação e da imagem da mulher nele representada.

Além desse, outros estudos anteriores citam os jornais femininos (e feministas) pesquisados por nós e abrangem perspectivas distintas (das nossas). A historiadora Almeida (1998), por exemplo, analisa a perspectiva educacional dos primeiros jornais

do século XIX. Lopes (2009) estuda a importância da imprensa oitocentista como propulsora da produção intelectual das mulheres. Nascimento (2004) estudou o jornal *O Sexo Feminino*, pelo viés da educação com o objetivo de analisar a imagem da docência e da mulher educadora.

A historiadora Nascimento (2014) analisa o jornal *Mulherio* sob a perspectiva da representação do corpo feminino. Também historiadores, Tedeschi e Mosqueira estudam *Mulherio* como jornal alternativo e analisam o conteúdo de suas publicações a respeito de liberdade sexual, trabalho e igualdade de direitos. Freitas (2014) estuda a agenda feminista de *Mulherio* sob o olhar da História. A pesquisadora busca aliar a teoria política feminista e a história do movimento feminista. *Mulherio* é também analisado em uma dissertação de Mestrado na área de História Social por Tamião (2014). O periódico aparece junto a outros dois das décadas de 1970 e 1980 (*Nós, mulheres* e *Brasil Mulher*) e traz a perspectiva da historiografia e da análise do corpo da mulher. Na área de Linguística, o jornal é estudado por Gonzaga (2014), em uma dissertação defendida pela UFSCar com o objetivo de analisar se houve alteração das temáticas publicadas no periódico em seus sete primeiros anos. A metodologia usada pela pesquisadora está baseada nos postulados de Foucault, Malinowski e Courtine.

Sobre o jornal *Fêmea* encontramos um artigo publicado em 2004, pela jornalista e pesquisadora Barbosa. Em seus estudos, interessou-se pela análise do conteúdo dos jornais, especificamente dos 10 primeiros anos de reivindicações do periódico feminista. Há também uma monografia, publicada em 2014, no curso de Comunicação Social (Sergipe), por Santos, em que a autora verifica o uso do jornalismo como estratégia de ação política no jornal *Fêmea* (entre 2011 e 2013). Em outras publicações, o jornal é citado como produção jornalística feminista.

A partir desse levantamento de pesquisas envolvendo, especialmente, os jornais selecionados para análise nesta tese, verificamos que não há, na Análise do Discurso ou em outra área afim, pesquisa que se dedique à análise contrastiva dos jornais supracitados. Mesmo se considerarmos individualmente os jornais, não verificamos pesquisas que se debrucem em uma análise discursiva mais aprofundada sobre os periódicos em questão. Desse modo, ressaltamos a importância da pesquisa aqui realizada no sentido de contribuir para a continuidade dos estudos sobre a mulher na imprensa sob outro viés, diferente do histórico e do antropológico, apresentado até então.

Defendemos, em nossa pesquisa, a diversidade metodológica e a interface da AD com outras disciplinas. Estão imbricadas nesta tese, especialmente as grandes áreas da Comunicação (Jornalismo) e da Linguística (Análise do Discurso), além dos estudos históricos e antropológicos. As metodologias analítico-discursivas e os postulados teóricos funcionam como instrumentais para o desenvolvimento das questões de pesquisa e para nortear as discussões por nós empreendidas.

Reconhecemos que há duas perspectivas em que podemos observar a presença das mulheres na mídia: quando elas assumem a posição de produtoras de conteúdo, ao gerenciarem um jornal, publicarem uma notícia ou apresentarem determinado programa televisivo; e quando elas são tematizadas pela mídia, aparecem em publicidades, são temas de notícias, crônicas ou artigos de opinião.

Nossa intenção de verificar a imagem e representação da mulher tangencia as duas perspectivas. Optamos por analisar jornais escritos por mulheres e que apresentam em seus artigos temáticas também referentes ao universo feminino. Dessa maneira, os dois aspectos serão contemplados, porém o nosso foco é a imagem da mulher que emerge dos jornais, das notícias, dos artigos. Dito de outra forma, pretendemos verificar as imagens construídas discursivamente sobre as mulheres e, de certa maneira, produzidas por elas mesmas.

Escolhemos o universo jornalístico para verificar a maneira como essas imagens aparecem articuladas. Portanto, os jornais *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea* serão o ambiente discursivo de onde emergirá a imagem da mulher brasileira no entre séculos. É importante apresentar os periódicos em questão para que possamos identificar a que quadro sócio histórico nos referimos e em qual situação comunicativa nos enquadrados.

Interessa-nos, especialmente, o estudo dos jornais escritos por mulheres no intervalo dos séculos XIX e XXI, para verificarmos os imaginários sociodiscursivos, identidades e concepções de notícias veiculadas na imprensa. Duarte (2011) acompanha em sua pesquisa a trajetória do movimento feminista e afirma que hoje se vive uma nova fase do movimento: “As jovens escritoras já não consideram necessário vincular sua obra com questões específicas das mulheres, e o movimento feminista parece atravessar um necessário e importante período de amadurecimento e reflexão” (DUARTE, 2011, p.81).

Sendo assim, trazemos para reflexão três veículos de comunicação, datados de períodos distintos, mas nem por isso com distância suficiente que possa impedir uma análise e uma aproximação com fins de resgate e aprimoramento temático.

Com o intuito de aprofundar a temática estudada no Mestrado e avançar nossas contribuições sobre estratégias discursivas, identidades, representações e imagens de si, propomos o estudo comparativo de três jornais, escritos por mulheres: *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*. Os próprios nomes dos periódicos indicam que a *mulher* é tomada como tema (e isso também será analisado no nosso estudo) e foi este um dos motivos para essa escolha.

Analisaremos a concepção de *notícia* empregada nos jornais supracitados por meio da seleção temática e das escolhas feitas pelos editores ao veicularem os jornais *especializados* nos assuntos de luta feminina. Salvando as devidas proporções temporais, históricas e tecnológicas, queremos observar e analisar como cada um dos jornais compreende a noção de *notícia* e em que perspectiva tal *notícia* é construída para o público.

Propomos a aproximação desses três jornais, valendo-nos da possibilidade de circunscrever seus espaços de atuação mediante a construção do enunciador e do destinatário. Pretendemos, pois, estudar onde a imagem da mulher brasileira mudou nesses séculos, verificar em que medida as estratégias discursivas permanecem ou trazem novas configurações na construção midiática. O *valor da verdade*, tão ligado à imprensa será também objeto de reflexão. Nesse âmbito, as ideias de Charaudeau nos serão de grande valia. Segundo o teórico,

[...] o valor da verdade [...] se realiza através de uma construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem (mesmo que seja ele quem a tenha construído), objetivante e objetivada, que pode definir-se como um conjunto de técnicas de saber dizer, de saber comentar o mundo (CHARAUDEAU, 2007, p.49).

Assim, vemos que a observação do mundo e da realidade que cerca o sujeito permite que ele, enquanto enunciador, construa seu espaço na enunciação e traga para o discurso seus modos de dizer e de ver o mundo.

No campo discursivo é necessária uma compreensão das técnicas que são usadas para favorecer a construção de uma ideia, sob o ponto de vista jornalístico, que atenda

também aos interesses mercadológicos e cumpra sua função de revelar ao leitor os acontecimentos do dia a dia:

[...] dizer que uma notícia é uma ‘estória’ não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da própria validade interna. (TUCHMAN, 1976 *apud* TRAQUINA, 2005, p.19).

Traquina (2005) cita Hall (1984)¹ para reafirmar a concepção da notícia enquanto realidade construída e pontua que esse caráter não desmerece o trabalho do jornalista, nem invalida seu compromisso com a realidade. Há aqui um ponto importante a ser discutido, que será cuidadosamente tratado em um dos capítulos da tese.

Apresentado o campo jornalístico, necessário nos é refletir sobre a temática de gênero e suas construções identitárias. Grossi afirma que a análise sobre identidades femininas é um dos caminhos recentes para as pesquisas de gênero.

Ainda nos estudos sobre identidade feminina, observa-se uma preocupação mais recente que tem buscado compreender como se constroem identidades a partir das relações que as mulheres estabelecem com outras mulheres, seja em conventos, em bordéis, vizinhas ou empregadas (GROSSI, 1994, p.340/341).

Assim, a imprensa torna-se esse espaço onde as diversas vozes de mulheres se tocam, divergem e, acima de tudo, são reveladas e colocadas em contato.

Para cumprir nosso objetivo nesta pesquisa, recorreremos à Sociologia e a Psicologia Social e suas concepções de representação e identidade social. Da Análise do Discurso (AD), interessam-nos as discussões em torno dos estereótipos, construções de identidades discursivas e de estratégias. Historicamente, valem-nos das pesquisas sobre a mulher e seu papel social. Os estudos de gênero também nos são caros no sentido de nortear as reflexões a respeito da imagem e representação da mulher. Os conceitos de notícia desenvolvidos no Jornalismo e as perspectivas de contratos sociais tratados da Análise do Discurso também são importantes nas análises.

¹ HALL, S. *The narrative construction of reality: an interview with Stuart Hall*. Southern Review, vol.17, n.1

Metodologicamente, estruturamos a tese com base nos referentes vocabulares e nos temas publicados no jornal. Consideramos os *critérios de noticiabilidade* como categorias de análise, juntamente com as palavras selecionadas pelo grupo editorial. Valemo-nos do pensamento desenvolvido por Charaudeau, ao afirmar que

[...] o sujeito enunciador emprega diferentes palavras, escolhendo-as em suas memórias: a discursiva, aquela que se refere às situações de comunicação por ele vividas ou pressentidas e a memória dos signos da língua, na qual vai ou deve se comunicar (CHARAUDEAU, 2004, p.19-20).

Dessa maneira, as palavras usadas em cada um dos periódicos analisados são carregadas de sentido, marcadas historicamente por elementos sociais, representacionais e reveladores da própria maneira como os sujeitos percebem e contam o mundo ao seu redor.

Dito isso, cumpre-nos apresentar a estrutura desta tese. Ela está dividida em três partes. A primeira, com quatro capítulos, dedica-se ao estudo da comunicação e, especialmente, do jornalismo. Partimos da noção geral de imprensa brasileira e, de forma bastante pontual, voltamo-nos para a imprensa feminina e suas características. A concepção de *notícia* e de *acontecimento* também nos é cara neste primeiro momento, uma vez que a discussão retornará ao tratarmos da imagem da mulher e, conseqüentemente, dos jornais feministas.

A segunda parte envolve questões mais relacionadas à concepção de mulher em distintas áreas (História, Biologia, Religião). Nesse momento, apresentamos a maneira como os jornais percebem a mulher, ou seja, de que forma a mulher é nomeada nos periódicos e quais os temas estão a ela associados. Nos capítulos 5 e 6, fazemos a união entre a perspectiva histórica e social da compreensão de mulher com seu aspecto jornalístico, ao tratarmos dos temas e das seleções realizadas para a publicação.

A parte III contém quatro capítulos e apresenta o desenvolvimento teórico para a compreensão dos estudos empreendidos. Apresentamos um percurso processual, em que os elementos jornalísticos emergem à medida que os históricos e sociais relacionados à presença da mulher também são convocados.

Nosso percurso é ilustrado, ao longo dos capítulos, por enunciados ou fragmentos de textos retirados de nosso *corpus*.

Parte I - Comunicação, Jornalismo, Notícia e Acontecimento

1. Caracterização e história do jornalismo

1.1 Considerações iniciais

O jornalismo assume cada vez mais, no decorrer dos tempos, a função de divulgar, anunciar algo que será tematizado e discutido pelo público e promover a reflexão das temáticas recorrentes na sociedade. A partir de tal ponto de vista, nesta pesquisa, veremos os meios de comunicação como uma espécie de vitrine que expõe - a partir de critérios, prioridades e escolhas - recortes de vida de determinados sujeitos que nela estão inscritos historicamente.

Nosso foco será o estudo sobre a mídia impressa, uma forma de registro da história social que teve seu início no século XV, com a invenção da prensa mecânica, de Gutenberg, mas que evoluiu e se aprimorou durante os séculos. De forma mais especificada, voltaremos nosso olhar para a imprensa feminina, desenvolvida no Brasil a partir do século XIX.

1.2 Panorama histórico do jornalismo

A criação da prensa de tipos móveis inventada pelo alemão Johannes Gutenberg, em meados de 1455 (século XV), trouxe avanços e implicações políticas e sociais para a Europa, em um primeiro momento, e para o mundo como um todo, se refletirmos sobre as relações de trocas comerciais e de informação estabelecidas *a posteriori*. É interessante ressaltar que no Oriente (China e Japão) a impressão já era feita desde o século VIII (BURKE & BRIGES, 2006, p.24), com o uso do método conhecido como “impressão em blocos”. O processo adaptava-se mais aos ideogramas orientais do que ao alfabeto ocidental, por esse motivo não teve impacto direto em nossa cultura. De todo modo, a possibilidade de imprimir e reproduzir um texto no século XV (antes apenas manuscrito, ou reproduzido através da xilogravura²) significou a expansão da leitura e da escrita. Estabelecia-se na sociedade a possibilidade de registrar de forma mais concreta e, portanto, mais palpável a história de homens e mulheres. Além disso, a

² Trata-se de uma técnica chinesa de gravação em madeira. O artesão entalha sua arte, sua escrita ou desenho na madeira, preenche com tinta e, em seguida, utiliza algum tipo de prensa para reproduzir a imagem para o papel ou outro suporte.

velocidade de propagação dos impressos passa a ser maior, o que implicou a possibilidade de mais pessoas lerem ao mesmo tempo os materiais impressos. Desse modo, documentos foram sendo construídos ao longo do tempo e começaram a ser responsáveis por *contar* a maneira como a sociedade se constituiu, o modo de vida de cada época e de cada localidade. Assim, os livros e outros documentos de registros como jornais e folhetins tornaram-se fontes de informação sobre a humanidade.

As mais antigas notícias impressas referem-se ao torneio esportivo da Itália em 1470. Houve também publicação de panfletos referentes às Guerras Turcas. Subsequentemente, foram sendo lançadas as primeiras publicações impressas em Veneza, Nápolis, Cracóvia, Hungria e Londres. O primeiro jornal impresso só consegue ser publicado quase 150 anos após a invenção da tipografia, em 1632, quando foi lançado o *Gazzete de France*, publicação de quatro páginas, de propriedade de Renaudot, que divulgava notícias das diferentes cidades estrangeiras. Em 1645 começa a circulação de *Post Och Inrikes Tidningar* (*Correio e Tendências Domésticas*). Tratava-se de uma publicação governamental afixada em vias públicas, ordenada pela rainha suíça. O jornal ainda circula, atualmente, porém em formato *on line*. Outro primórdio do jornalismo é o *Daily Courant* (Inglaterra), primeiro periódico diário no mundo.

As publicações inéditas da imprensa foram o pontapé para o desenvolvimento e aprofundamento da técnica e do conteúdo veiculado nos periódicos. Com o passar dos séculos, a noção de *notícia* foi sendo aprimorada, os assuntos abordados foram assumindo a perspectiva do inédito, do recente e daquilo que despertava interesse no público. Sua consolidação na sociedade está ligada diretamente ao espaço construído socialmente de troca de informações, através da criação do telégrafo, dos serviços de correio, da melhora no sistema de transporte e da alfabetização da sociedade (LAGE, 2005, p.30), relacionada diretamente ao público destinatário das produções impressas. O auge do jornalismo se deu no século XIX, “devido a fatores sociais, evolução política e econômica” (TRAQUINA, 2005, p.35). Os anos oitocentos representaram um ambiente favorável ao estabelecimento da produção jornalística e da recepção dos impressos na sociedade. Apresentamos, na sequência, um panorama da formação jornalística no país, com destaque para a constituição de tal prática na sociedade.

1.3 Jornalismo no Brasil

As iniciativas de implantação da imprensa no Brasil foram tardias em relação aos outros países da América e, mais ainda, em relação aos países europeus. A condição de colônia retardou o interesse em desenvolver impressos no país. Para Sodré (1999), a ausência do capitalismo e da burguesia no Brasil colônia explica o desinteresse pela imprensa nos anos iniciais. Sabe-se de algumas iniciativas isoladas, ainda no século XVIII, em Recife, com a construção de uma tipografia para impressão de letras de câmbio e orações devotas. A ação foi logo abolida pela *Carta Régia* que ordenava não imprimir livros ou papéis avulsos na colônia e ainda recolher os materiais impressos pela tipografia (SODRÉ, 1999). Outra iniciativa, em 1746, foi também condenada pela metrópole. Antônio Isidoro da Fonseca era impressor em Lisboa e trouxe material tipográfico, quando veio para o Brasil. Com o temor de que se propagassem ideias contrárias ao interesse do Estado, essa oficina tipográfica também foi destruída pelas autoridades metropolitanas. O pesquisador Sodré atribui o atraso tipográfico do Brasil às relações estabelecidas entre colônia e metrópole. Segundo ele, “manter as colônias fechadas à cultura era característica própria da dominação. Assim, a ideologia dominante deve erigir a ignorância em virtude” (SODRÉ, 1999, p.18). Junto a esse retardo do estabelecimento da imprensa e da crítica nacional, estão também os atrasos econômicos nas relações comerciais e na autonomia política, que não serão discutidos diretamente nesta pesquisa.

Após as tentativas reprimidas pela Corte de instalação da imprensa no Brasil, a ação foi introduzida no país pelo próprio rei D. João VI. A chegada da família real ao Brasil, em 1808, modificou não apenas a estrutura física do país, com construções de vias largas e museus, mas também o modo de pensar do brasileiro. Buscava-se adequar a realidade brasileira à europeia, para atender à necessidade da Corte que se instalara no Rio de Janeiro. A imprensa surge a partir de tais adequações. Era necessário divulgar todos os atos e decretos do rei e, para isso, a imprensa fazia-se urgente. Sendo assim, os equipamentos necessários para a instalação da prensa no Brasil foram trazidos da Europa e instaurados em 13 de maio de 1808, na capital.

A oficialização da imprensa no país, sob os mandos do príncipe regente, foi estabelecida a partir do decreto-lei de maio de 1808.

Tendo-Me constado, que os Prelos, que se achão nesta Capital, erão os destinados para a Secretaria de estado dos Negocios Estrangeiros, e da Guerra; e Attendendo á necessidade, que ha da Officina de Impressão nestes Meus Estados: Sou servido, que a Caza, onde elles se estabelecêrão, sirva interinamente da Impressão Regia, onde se imprimão exclusivamente toda a Legislação, e Papeis Diplomaticos, que emanem de qualquer Repartição do Meu Real Serviço; e se possão imprimir todas, e quaesquer outras Obras; ficando interinamente pertencendo o seu governo, e administração á mesma Secretaria [...] (BRASIL, 1836, p.16):³

Estava estabelecida, portanto, a imprensa brasileira. É necessário, porém, fazer uma ressalva. Os materiais impressos inicialmente no país passavam por uma seleção conteudista. Dito de outra forma, havia censura no Brasil Império, sustentada pela ação dos censores régios. A principal intenção era evitar que os ideais da Revolução Francesa (1789) se espalhassem pelo país. Desse modo, os censores selecionavam os materiais antes de serem impressos para garantir que somente circulasse no Brasil conteúdos que interessassem à corte e comungassem com os valores defendidos pela realeza. Os censores eram homens letrados, pertencentes à Corte Portuguesa e cuidavam de garantir que não se produzisse nada que atentasse “contra a religião, governo e bons costumes” (BRASIL, 1836, p.29). Sendo assim, “... nada se imprimia sem a censura prévia: os originais eram encaminhados à Imprensa Régia, por aviso da secretaria de estrangeiros e da Guerra, e examinados pelos censores régios e pelo Desembargo do Paço” (NEVES & FERREIRA, 1989, p.114). Portanto, eram os próprios censores que definiam o que devia ser lido pelos brasileiros. A tentativa da Corte de impedir a influência dos princípios iluministas não foi totalmente eficaz. Os livros eram contrabandeados, ou mesmo trazidos ao Brasil através dos burgueses que se formavam na Europa e voltavam ao país inebriados pelas ideias libertárias, especialmente as francesas.

O jornal oficial da Corte, *Gazeta do Rio de Janeiro*, foi publicado em 1808. Seu conteúdo era extraído dos jornais de Lisboa e da Inglaterra. Depois, o material era todo revisto pelo conde Galveias (SODRÉ, 1999) para assegurar que os assuntos divulgados agradariam ao rei. Contemporâneo à *Gazeta do Rio de Janeiro* estava o *Correio Brasilienze*, jornal produzido em Londres e veiculado no Brasil, lançado três meses antes do oficial da Corte. O jornal tinha caráter mais formativo, não muito preocupado

³ Optamos por conservar a grafia original nos textos utilizados nessa pesquisa, inclusive os de Senhorinha Diniz, tal como eles foram escritos no século XIX.

em noticiar fatos ocorridos, mas desenvolvido com o propósito de fornecer ao leitor uma avaliação de questões sociais, políticas e históricas, tudo isso disposto em mais de cem páginas em cada edição. Ele “se aproximava mais do tipo de periodismo que hoje conhecemos como revista doutrinária, e não jornal” (SODRE, 1999, p.22). O interesse do fundador, Hipólito da Costa, era levantar questões referentes à política, economia e fomentar a crítica nos brasileiros.

Certo é que a imprensa brasileira teve seu início marcado pela censura da Imprensa Régia (1808-1821). Aos poucos, ela foi assumindo o caráter de construção da opinião pública, mais precisamente a partir de 1820, quando se começava a formar no Brasil, um público leitor que se interessava por questões políticas e via nos periódicos o espaço público de socialização e compartilhamento de ideias.

O ano da independência motivou o surgimento de diversos jornais. Ainda que efêmeros, os periódicos evidenciavam o pensamento político idealista de seus proprietários. Morel e Barros (2006) asseguram que os anos 1820⁴ e 1821 marcaram mudanças na estrutura política de Portugal e Espanha e, conseqüentemente, das colônias a eles relacionadas. A censura prévia foi abolida em março de 1821, o que implicou um aumento de 110% nos periódicos produzidos no Brasil (MOREL & BARROS, 2006). Discutia-se, essencialmente, a permanência ou não da família real no Brasil em função das exigências da Península Ibérica. Assim, os jornais sobreviviam a 10 ou 15 publicações e duravam cerca de quatro ou cinco meses. Também em 1831 a imprensa teve forte papel, uma vez que “a fase excluía a possibilidade de êxito para periódicos especializados, concedendo-a apenas aos que se afirmassem como políticos no sentido mais restrito” (SODRÉ, 1999, p.121). O período regencial (1831-1840) motivou a proliferação de publicações, mais conhecidas como pasquins. Segundo Sodré, as características mais comuns a esse tipo de publicação eram: formato de quatro páginas, um só artigo ocupava todo o espaço do jornal, sempre se mencionava a oficina tipográfica onde se imprimia o material, todos com vida efêmera e de periodicidade irregular.

Algumas características do início da imprensa no Brasil precisam ser ressaltadas. Em primeiro lugar, o caráter artesanal das produções. Os proprietários dos jornais eram, geralmente, os redatores, responsáveis por produzir todo o conteúdo do jornal. Eles

⁴ A Revolução Constitucionalista do Porto (1820), movimento liberal que, entre outros pontos, exigiu a volta de D. João VI a Portugal, teve grande influência no processo que conduziria à independência do Brasil, cf Romancini & Lago, 2007, p.29.

estavam vinculados a grupos políticos e/ou idealistas, por isso os jornais assumiam seu caráter panfletário. As produções independentes mantinham linguagem rebuscada, com estilo doutrinário e propagandístico. Os jornais eram vendidos nas próprias tipografias, local que se tornava, juntamente com as bancas, ponto de discussão dos assuntos tematizados nos periódicos. Os folhetins foram muito importantes para o aumento das vendas de jornais. Grandes obras da literatura brasileira, como *O Guarani*, de José de Alencar, foram publicadas em formato de folhetim: a cada edição, um trecho da história era publicado. O interesse em dar continuidade à narrativa fazia com que o leitor logo se interessasse em adquirir a próxima edição do periódico. Morel e Barros (2006) afirmam que muitas obras literárias estrangeiras também eram traduzidas e publicadas livremente no Brasil. Segundo os historiadores, no período de 24 anos, foram mais de 70 traduções publicadas. As obras brasileiras tiveram mais espaço no rodapé das páginas a partir da década de 1850.

Se continuarmos na caminhada da imprensa pelo século XIX, percebemos que na segunda metade do século, houve expansão e aperfeiçoamento dos jornais na divulgação de notícias. Com o crescimento da classe média e o avanço da burguesia nos anos 1860, a imprensa e a leitura também assumiam mais importância no conjunto das atividades culturais. A classe culta do país, formada por intelectuais, militares, padres e estudantes começava a se firmar a partir dos anos 1870 e 1880. Nesse sentido, as exigências dos leitores e a evolução da técnica também impunham aos produtores da notícia a necessidade de aperfeiçoar o *modo de fazer jornalístico*, sua linguagem, e circulação.

Outro momento histórico importante motivou a imprensa a desempenhar seu papel na publicização de ideias. A luta a favor da abolição da escravatura, em fins do século XIX, dividiu a sociedade em abolicionistas e escravagistas. Essa divisão expandiu-se para as páginas dos jornais. Discorrendo sobre a imprensa, Neves e Machado (1999, p.371) afirmam que ela “passou a ser fundamental para veicular as ideias abolicionistas, contribuindo para a derrocada do escravismo”. Os abusos dos senhores de escravos eram narrados nos jornais com o intuito de provocar nos leitores certa compaixão que os estimulasse a defender a liberdade dos negros. Jornais como *A Gazeta da Tarde*, *Gazeta de Notícias* e *Cidade do Rio* destacaram-se na luta abolicionista através da imprensa.

Outra divisão da sociedade brasileira, entre monarquistas e republicanos, marcou a atuação da imprensa. A partir de 1870, os periódicos começaram a retratar a realidade política do país. Destacaram-se *O Abolicionista*, *O País* e *A República*, como jornais que incentivaram as discussões sobre a necessidade de o Império transformar-se em República.

Ainda com o intuito de recuperar a história do jornalismo, faz-se necessário retornar à primeira publicação iconográfica do país, a Revista *Semana Ilustrada*, publicada em 1860. A Guerra do Paraguai, em 1864, já foi contada em forma de ilustrações, com desenhos e caricaturas (MOREL & BARROS, 2006). A fotografia aparece apenas em 1900, no periódico *Revista da Semana*.

De modo geral, a imprensa moldava-se e motivava-se pelos acontecimentos⁵ políticos e sociais. A cada novo acontecimento, um periódico idealista surgia para marcar a opinião de determinada classe social, defender certo posicionamento político na tentativa de angariar novos adeptos, pelo poder de convencimento e de argumentação dos homens letrados da sociedade. Para o historiador Sodré, “a imprensa continuou no seu papel, refletindo as contradições sociais e políticas e influenciando no andamento dos acontecimentos” (SODRÉ, 1999, p.128). Esse caráter intervencionista da imprensa na realidade brasileira será tratado mais adiante, especialmente na discussão sobre as teorias do jornalismo e a influência do cotidiano no agendamento de notícias e vice-versa.

Nesse sentido, criou-se a necessidade de construir um espaço de socialização dos fatos publicados e que proporcionasse um movimento de interação e discussão das ideias publicadas. A partir de 1892 no Rio de Janeiro, surgem as bancas de jornais e revistas, que funcionam como espaço de venda e leitura dos periódicos e discussão dos acontecimentos neles narrados.

Junto com o formato e o conteúdo, as técnicas de impressão também evoluíram no decorrer do século XX. A velocidade e a mobilidade do século implicaram na aceleração do modo de se fazer jornalismo. A imprensa teve que se profissionalizar, melhorar sua qualidade, aumentar as tiragens dos periódicos e alcançar regiões mais distantes. Logo no início do século XX, em 1908, é fundada a *Associação Brasileira de*

⁵ Abordaremos, mais adiante, o conceito de *acontecimento*. Por hora, torna-se necessário pontuar que o termo é empregado neste momento como uma ocorrência fora do discurso, algum evento, um ocorrido. No capítulo quatro (4) avançaremos a discussão e apontaremos os diversos pontos de vista a respeito do termo na comunicação e no âmbito discursivo.

Imprensa (ABI), com o intuito de tornar-se um centro de ação da classe jornalística, agregar os periodistas e garantir-lhes benefícios assistenciais. Sob a direção de Gustavo Lacerda, a ABI foi fundada na então capital do Brasil, Rio de Janeiro. Para somar forças, em 1934 surge o primeiro sindicato da categoria em Juiz de Fora, e somente em 1948 a profissão é regulamentada no país.

A partir dos anos 1950, o jornalismo assumiu caráter mais informativo que doutrinário. Com a chegada da televisão (anos 1950), com o desenvolvimento do processo de produção jornalística adquirido pela era do rádio, modifica-se a perspectiva da notícia. As mudanças de mentalidade do povo brasileiro, consequência da sociedade urbana e industrializada que se formava no país, contribuíram para que o periodismo deixasse de lado as avaliações e opiniões da instância de produção e desse lugar aos acontecimentos e aos fatos. A sociedade mecanizada, com padrão de vida consumista e adepta às novas tecnologias implicaria transformações no modo de fazer jornalismo. O desenvolvimento de outros meios de comunicação de massa também contribuiu para que o jornalismo assumisse um novo formato. A consolidação do rádio nos anos 1940 no Brasil e a chegada da televisão em 1950 implicou uma alteração direta no *modo de fazer* jornalístico.

Sabemos que a produção e veiculação da notícia em um meio específico (rádio, televisão, impresso ou internet) implica, necessariamente, um modo diferente de produzir a notícia, ou seja, há exigências que o próprio meio determina para que se possa atingir o público pretendido. A velocidade da informação estava em pauta e era preciso que a imprensa escrita organizasse os instrumentos para competir com a rápida chegada de informação proporcionada pelo rádio e pela televisão.

No jornalismo impresso, especificamente, há uma rotina de produção da notícia que começou a ser estruturada no século XX, no Brasil. O modelo artesanal do jornalismo, feito por um só (característica do século XIX) é progressivamente substituído pela divisão do trabalho nas redações. A noção de empresa impulsiona os jornais a buscarem sua estrutura organizacional. Assim, “o jornalismo passou a ser uma área com diversos profissionais e funções como redatores, articulistas, críticos, repórteres, revisores, desenhistas, fotógrafos, além do quadro de funcionários dos setores administrativos e de operacionalidade” (SILVA, 2010, p.8). Desse modo, cabia ao produtor programar a execução do trabalho de campo do jornalista, aos repórteres a apuração das informações, ao editor a decisão do que deveria ser publicado.

Até os anos 1920 o Brasil seguia o padrão de linguagem jornalística europeia. O vocabulário rebuscado, muito próximo do gênero literário dava espaço para a opinião, a crônica e a crítica. Além disso, havia uma forte relação entre política e a produção dos periódicos. “Até a década de 1940, a maioria dos diários era ainda essencialmente instrumento político” (RIBEIRO, 2003, 148). Tanto a proximidade com a Literatura, quanto a relação com a política interferiam no tipo de produção discursiva elaborado pelos jornalistas.

Com o propósito de padronizar a redação jornalística, foi lançado o primeiro *Manual de Redação*, em Pernambuco. Esse modelo de escrita aproximava-se do produzido nos Estados Unidos desde o final dos anos oitocentos. A Semana de Arte Moderna (1922) também trouxe implicações para a linguagem jornalística. Passava-se, pois, a dar valorizar mais à aproximação do texto literário com as pessoas do que a reprodução de vocabulário culto sem completa compreensão dos interlocutores.

As técnicas americanas impuseram ao jornalismo noticioso um conjunto de restrições formais que diziam respeito tanto à linguagem quanto à estruturação do texto. Inspirado no noticiário telegráfico, o estilo jornalístico passou a ser mais seco e forte. A restrição do código lingüístico - com uso de reduzido número de palavras, expressões e regras gramaticais - aumentava a comunicabilidade e facilitava a produção de mensagens. As regras de redação, além disso, supostamente retiravam do jornalismo noticioso qualquer caráter emotivo e participante (RIBEIRO, 2003, p. 148).

O texto jornalístico também sofreu interferência com a chegada da televisão em 1950. Era preciso adaptar-se à nova realidade que se moldava na sociedade. A perspectiva da agilidade, do avanço e da modernidade exigia a modernização também da imprensa. Entre as décadas de 1950 e 1960, a produção jornalística começa a adotar o *lide*⁶ em sua estrutura, são produzidos textos mais objetivos, claros e de fácil compreensão para o leitor.

A transformação atingiu também os gêneros, que começaram a se firmar no espaço jornalístico: havia conteúdos com caráter informativo, que cumpriam *prioritariamente* a função de informar o leitor, outros como os artigos de opinião, escritos por articulistas e especialistas que tendiam a construir um juízo de valor a respeito de determinado assunto. Por outro lado, outros gêneros assumiam a função de

⁶ Termo de origem inglesa, *lead* refere-se ao modo como o jornalista busca conduzir

entreter e divertir o leitor de alguma forma e outros ainda buscavam prestar serviços de utilidade pública. Essas transformações foram necessárias em função das modificações ocorridas na sociedade mercadológica, capitalista e setorializada.

Outra mudança importante que implicou alteração no modo de fazer jornalístico foi o momento histórico vivido pelos brasileiros na década de 1960, com o golpe militar de 1964. A imprensa enfrenta forte censura em função do regime ditatorial que perdura no país até 1984. O Ato Institucional número 5 (AI-5, de 1968) em seu artigo 5º proíbe “atividades ou manifestação sobre assunto de natureza política” e cassa mandatos dos candidatos eleitos pelo povo, fato que coíbe a ação dos jornalistas na divulgação de fatos políticos e econômicos. Neste período houve perseguição a jornais e jornalistas, prisões políticas e medidas coercitivas utilizadas para “defender” o regime ditatorial. Destarte, houve adaptação das publicações àquilo que se era permitido publicar. Vários jornais apresentavam páginas em branco ou receitas culinárias em meio às notícias para indicar que ali havia uma notícia censurada. Só a partir do início do governo Figueiredo, em 1979, que a liberdade de imprensa cumpriu, no Brasil, as exigências mínimas de uma democracia; mesmo assim, persistiu a censura sobre os meios eletrônicos de comunicação. A imprensa passaria, pois, por uma readaptação do seu modo de compreender a democracia e de *fazer jornalismo*. O desejo latente pela liberdade de imprensa impulsionou o fortalecimento do papel interventor da mídia na sociedade.

Já no final da década de 1990, o crescimento da internet e a expansão das redes sociais e dos blogs implicou uma nova alteração no modo de compreender o jornalismo. O ineditismo do fato não cabia mais ao jornal impresso, pois instantaneamente a internet dava conta das demandas informativas. O jornal se readaptaria para continuar sendo um atrativo, mesmo diante dos recursos de som, imagem, texto, movimento e interatividade proporcionados pela internet. É desse período a inserção de formatos on-line de jornais tradicionalmente veiculados de forma impressa. A linguagem jornalística também precisou sofrer alterações: deixar de lado o formalismo excessivo e adaptar-se à linguagem mais compreensível pelo público. Os jornais populares também ganharam espaço, não só pelo preço acessível, mas também pelas temáticas, sempre ligadas à violência, *fait-divers*⁷ e entretenimento. O público leitor também se modificou. A agilidade da informação e da rotina do final do século XX transformou o leitor em um

⁷ São notícias inusitadas, que ganham a atenção do público pelo seu caráter inovador, curioso e, até mesmo, chocante.

sujeito também apressado, impaciente e imediatista. Desse modo, o jornalismo também precisou (e ainda precisa) adequar-se a essas novas demandas. Essas são características ainda em construção na prática jornalística, portanto precisamos ainda nos manter como observadores e atuantes (como produtores ou receptores de informações) antes de concluir algo a respeito do novo formato e constituição do jornalismo no Brasil.

Ainda que de forma breve, esse percurso sobre a imprensa brasileira motiva-nos a refletir sobre a teorização que se fez sobre o jornalismo no país, para que melhor compreendamos o sentido que a sociedade deu (e dá) à comunicação e ao próprio jornalismo.

1.4 Das teorias da comunicação às teorias do jornalismo

A comunicação entre os homens é algo pré-histórico e que vem sendo desenvolvido, ampliado, modernizado e, por que não dizer, *mediatizado*. As relações interpessoais precisaram, com o passar do tempo, ser feitas a partir de meios específicos, utilizados para potencializar e intensificar o alcance de tal troca discursiva. Desse modo, as publicações escritas, o desenvolvimento dos jornais, rádio, televisão, internet e mídias móveis exemplificam-nos a necessidade de mediar o discurso para torná-lo mais amplo e com maior alcance.

O século XX trouxe, junto com o desenvolvimento da Ciência e da necessidade de racionalizar as ações humanas e explicá-las, a demanda pela explicação das ações de comunicação. O fenômeno da comunicação em larga escala instigou pesquisadores de diversas áreas que se interessaram pela origem e pelas implicações de tal movimento social. A Antropologia, a Matemática, a Sociologia, a Psicologia e as Linguagens uniram-se para buscar compreender como se dava o funcionamento de todo o processo comunicativo. Desse modo, diversas teorias surgiram no século XX, cada uma compreendia as relações intercomunicativas de determinada maneira, sob certa perspectiva. De um âmbito geral para um mais específico, podemos apontar que o aprimoramento das teorias da comunicação levou ao surgimento das teorias do jornalismo, que pretendem explicar não apenas a técnica em si, mas as relações estabelecidas a partir dela. Desse modo, as teorias do jornalismo também são limítrofes ao entendimento da função específica do jornalista, sujeito que age diretamente na produção do conteúdo veiculado na imprensa. Será este, portanto, o caminho

desenvolvido nessa reflexão: apontar as discussões desenvolvidas no século XX (especialmente) para explicar o fenômeno da comunicação de massa para, em seguida, apresentar as teorias do jornalismo e, concomitantemente, a imagem do jornalista a elas vinculada. Este ponto é o que mais nos interessa nesta pesquisa: a partir dos estudos das teorias da comunicação e do jornalismo, colocar em cena a figura do profissional jornalista e abrir espaço para discutir sua identidade.

A necessidade de cientificar o processo que se ampliava na sociedade foi concretizada com a *teoria matemática da informação*. Os engenheiros Shannon e Weaver buscaram em seus estudos verificar a quantidade de informação que um canal poderia transmitir, sem ruído. Dessa forma, entendiam o canal como o instrumento comunicativo utilizado para repassar informações e torná-las públicas e acessíveis aos receptores. A informação é compreendida como todo dado compartilhado através da mídia. A *teoria matemática* caracteriza-se, pois, mais pela quantificação de dados do que pela compreensão do processo. Os matemáticos compreendem a comunicação como parte de um sistema e, portanto, não investigam os sujeitos nela envolvidos, apenas a maneira como as informações são colocadas no dispositivo comunicacional.

Com o desenrolar da Grande Guerra, os estudiosos da Psicologia e da Sociologia começaram a se inquietar com a constituição da sociedade que se “alimentava” das informações fornecidas pela mídia. Nomeada como sociedade de massa, ela começa a ser estudada de forma mais particular na década de 1920. São desse período a teoria hipodérmica, a teoria matemática da comunicação e a corrente funcionalista de Lasswell, desenvolvidas por sociólogos, cientistas políticos e psicólogos que se envolveram na nova dinâmica que se estabelecia na sociedade ocidental. Os acontecimentos históricos foram fundamentais para a formação da sociedade. As duas Grandes Guerras Mundiais contribuíram para a expansão e difusão das informações. Além da imprensa escrita, o rádio assumiu seu lugar de propagador da informação e teve seu auge nos anos 1930 e 1940, no Brasil. A busca por informações e a conexão que começava a se estabelecer entre as nações estimulou sociólogos e psicólogos a refletirem sobre o recente movimento social.

Com o intuito de abranger um pouco mais o processo de troca de informação, psicólogos políticos da Escola Norte-Americana desenvolvem a teoria hipodérmica, que teve seu auge nos anos 1930. Neste período, a compreensão do sujeito enquanto homem de massa veio à tona e constituiu sentido na sociedade. Wolf (1985) caracteriza a massa

como “um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais” (WOLF, 1985, p.8). Dessa forma, a teoria estabelece que os meios de comunicação, agora conhecidos como *mass media*, direcionam-se a essa massa homogênea, uniforme e totalizante. Tal teoria ignora, pois, a individualidade do processo de comunicação e dos sujeitos nele envolvidos.

A partir da contribuição behaviorista, compreende-se que os indivíduos (entendidos como massa uniforme) reagem a estímulos provocados pela informação. Tem-se, portanto, o modelo *estímulo-resposta*. Os meios de comunicação empreendem um estímulo midiático à massa que reage àquele estímulo de modo a produzir uma resposta também de caráter uniforme. Os teóricos “(...) defenderam a ideia de que os meios de comunicação tinham uma influência direta sobre as pessoas e a sociedade, podendo provocar só por si mudanças de opinião e de comportamento nas pessoas” (SOUSA, 2002, p.133). Ou seja, a teoria propõe uma representação da sociedade como uma massa homogênea que reage mecanicamente diante dos estímulos da mídia, especialmente os propagandísticos.

Destarte, outras contribuições foram sendo acrescentadas à teoria com o intuito de avançar na compreensão do processo de comunicação, como a corrente funcionalista. Após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), surgem quatro correntes distintas para explicar a comunicação: a corrente funcionalista, a escola canadiana, os estudos críticos e a sociologia interpretativa. Veremos, inicialmente, a teorização referente à corrente funcionalista, que tem como expoentes: Lasswell, Merton e De Fleur.

Na década de 1930, Lasswell estabelece quatro variáveis para se definir o ato comunicativo: *quem? diz o quê? com que efeito? através de que canal?*. Vê-se aqui um resquício do pensamento matemático da comunicação, pois ainda há a preocupação com o canal usado para repassar os dados comunicativos. Porém a informação assume outro caráter, pois agora ela é proveniente de um sujeito; considera-se que há *alguém* que produz a informação e tem uma intenção para tal ato comunicativo. Wolf (1985, p.11) relembra as premissas do modelo lasswelliano: os processos são assimétricos (com emissor ativo e massa passiva de receptores), a comunicação é intencional e objetiva um efeito, os papéis do comunicador e do destinatário são independentes das relações sociais, situacionais e culturais. Apesar de os receptores ainda serem considerados uma

massa passiva, nesta teoria os produtores da informação são vistos com mais atenção e, portanto, assumem um lugar diferenciado no processo de comunicação.

Outro modelo funcionalista é nomeado de *fluxo de comunicação em múltiplas etapas*. Formulado por Lazarsfeld, em 1944, a partir do livro, *The People's Choice: How do the voters Makes His Mind in a Presidential Campaign*, o estudo buscou verificar a influência da imprensa na decisão de votos dos cidadãos. Como resultado, desenvolveu-se a ideia de que em um primeiro momento, a mensagem divulgada pelos meios de comunicação, é recebida e mais ou menos assimilada por um líder de opinião. Depois, tal indivíduo compartilha suas escolhas de voto para as pessoas que ele conhece. Concluiu-se também, a partir desses estudos, que as pessoas tendiam a ler ou escutar conteúdos com os quais já estavam de acordo, ou ler materiais escritos por pessoas conhecidas, cuja opinião era favorável à sua. Desse modo, havia uma pré-seleção na imprensa por parte do público.

A abordagem dos *usos e gratificações* também faz parte da corrente funcionalista, que compreende o receptor como agente e a comunicação é utilizada para suprir as necessidades do indivíduo. Ela “procura entender os usos que as pessoas fazem da comunicação social para satisfazerem necessidades e serem gratificadas” (SOUSA, 2002, p.175). Esses estudos tiveram início em 1944, com Herta Herzof (SOUSA, 2002) com a pesquisa sobre as radionovelas, nos Estados Unidos e a relação com o público feminino. A conclusão a que chegou a pesquisadora é que as mulheres usavam as radionovelas para adquirirem conselhos, para se libertarem ou mesmo para compensar seus próprios problemas. Mais adiante, Schramm, Lyle e Parker (1961) modernizaram a pesquisa e em sua análise sobre a relação das crianças com a mídia, postularam que meninos e meninas utilizavam a televisão, especialmente, para conseguirem suas recompensas. Concluiu-se, portanto, que as pessoas não eram passivas como propunha a teoria hipodérmica, mas que elas agiam e buscavam se beneficiar, conseguir suas gratificações por meio da mídia. Fala-se, portanto, em uma relativização do poder dos meios de comunicação e a concessão de autonomia ao público que interage e se beneficia das relações comunicacionais.

Os anos de 1950 e 1960 representaram um avanço para as teorias da comunicação ao analisar a tecnologia e os efeitos da mídia. A Escola Canadense teve como seu grande representante, Marshall McLuhan, que desenvolveu o conceito de aldeia global. Juntamente com ele, Pierre Lévy e Edward Shils estudaram os meios de

comunicação como uma forma ativa de se relacionar na então nomeada *era digital*. Para McLuhan os meios de comunicação se transformam em um prolongamento dos sentidos humanos (BARREIRA, 2013, p.35), capaz de promover o encontro entre os indivíduos. Apesar de a teoria ter se desenvolvido em meados do século passado, é especialmente no desenrolar do século XXI que ela toma corpo e propriedade com a concretização do uso da internet e dos meios digitais.

Faz parte do escopo dos estudos da *teoria culturológica* (1960) o desenvolvimento da Escola Francesa, com representantes como Morin, Lévy, Bourdieu, Althusser e Baudrillard. Essa teoria estuda a cultura de massa (cultura produzida pela mídia) e a relação entre elementos antropológicos, “o objeto de estudo é a definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea” (BARREIRA, 2013, p.51). A publicação de “*Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo*” (1962), de Edgar Morin, é considerada marco no estabelecimento da teoria culturológica. A teoria “entende que a cultura de massa forma um sistema de cultura, constituindo-se como um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens, que concernem tanto à vida prática como ao imaginário coletivo” (BARREIRA, 2013, p.51). O autor francês assegura que a cultura de massa segue as normas do capitalismo e por isso tende à homogeneização (sincretismo) dos costumes, destina-se a um aglomerado de indivíduos. Essa tendência teórica traz à tona as contradições do sistema cultural e atribui mais atenção à relação entre consumidor e objeto de consumo. Desse modo, a produção cultural adequa-se ao imaginário do consumidor composto por arquétipos, estereótipos e fantasias, a partir do sincretismo entre o real e imaginário.

Na Inglaterra, desenvolveram-se os *estudos culturais* (*Cultural Studies*), a partir de meados dos anos 1950, que se consolidaram nos anos 1960 através do centro contemporâneo de estudos culturais, em Birmingham. Fala-se da “análise de uma forma específica do processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade e ao desenvolvimento de uma cultura de práticas sociais compartilhados em uma área comum de significados” (BARREIRA, 2013, p.54). Os estudos culturais objetivam uma análise da cultura, história e sociedade. São abordados temas ligados às culturas populares e à construção de identidades.

No Brasil, tais estudos repercutiram no desenvolvimento da *Folkcomunicação*, em fins do século XX. Trata-se da primeira contribuição brasileira para as pesquisas em comunicação. O representante maior é Luiz Beltrão, estudioso que discute as

implicações das manifestações culturais populares e sua relação com a mídia. Beltrão define a figura do líder comunitário “como um formador de opinião a partir do que é transmitido pelos meios de comunicação de massa” (BARREIRA, 2013, p.38). A *folkcomunicação* dedica-se a estudar a comunicação daqueles que estão à margem da sociedade. Ela seria, portanto, “uma forma de resistência ou, no mínimo, um esforço para suprir as necessidades locais de comunicação” (BARREIRA, 2013, p.41).

A partir dos anos 1970 surge uma nova perspectiva nos estudos da imprensa: passa-se a considerar a notícia como construção. Sob esse prisma, estão autores como Berger e Luckman (1971) e Tuchman (1978), para citar os mais conhecidos. Para esses teóricos, “é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos que devem ‘refletir’ essa realidade porque as notícias ajudam a construir a própria realidade” (TRAQUINA, 2005, p.168). Essa perspectiva é a que mais se aproxima da concepção discursiva da notícia, sob o nosso viés da Análise do Discurso. A partir dessa teoria, considera-se não apenas a dificuldade do profissional jornalista de manter sua isenção dos fatos, mas também a problemática do uso da linguagem e de suas estratégias na construção e defesa de um ponto de vista.

A Escola de Frankfurt tem sua maior representação com Theodore Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer e Hebert Marcuse. A Escola teve seu início em 1932, mas com a política nazista precisou ser fechada e somente retornou na década de 1960. Como escola multidisciplinar, os pensadores cunham o termo *indústria cultural*, em detrimento do termo cultura de massa, já conhecido do início dos anos 1920. A segunda geração tem como expoente Jurgen Habermas. Influenciados pelas ideias de Marx e Freud, os teóricos criticam a sociedade burguesa. O termo *indústria cultural* “aponta para algo explorado, construído, manipulado e organizado em grande escala para o consumo” (BARREIRA, 2013, p.45) e substitui o termo cultura de massa. A partir dessa teoria, a indústria começa a ser compreendida como mercadoria. Desse modo, a indústria age na disciplina e na aceitação do indivíduo a ponto de fazê-lo satisfazer e criar necessidades. Há uma pseudoindividualidade, uma vez que o indivíduo está submetido aos interesses da sociedade industrial e mercadológica.

Procuramos apresentar nas linhas acima um panorama das teorias que primeiramente explicaram a comunicação e seus efeitos sociais (a curto e longo prazo). Para melhor compreender a relação *mídia x sociedade* e discutir mais a respeito do papel social do jornalista, apresentaremos o panorama das principais *teorias do*

jornalismo que fornecem instrumentos para a análise e compreensão dos elementos e estratégias jornalísticas que contribuem para a formação da imagem do profissional da área.

1.5 Teorias do jornalismo e a imagem do jornalista

As primeiras teorias que buscaram explicar a imprensa surgiram em fins do século XIX, com o intuito de construir a memória do jornalismo e definir os conceitos de liberdade de imprensa. Tais estudos foram realizados especialmente nos Estados Unidos, França, Itália e Espanha e seguiram este perfil até os anos 1930. Como o *fazer jornalístico* estava ainda se adaptando às configurações sociais, era necessária uma teoria que explicasse os limites da fala pública.

A primeira teoria que buscou compreender o processo jornalístico foi a *teoria do espelho*, surgida em 1850, na imprensa norte-americana. Segundo essa teoria, “o jornalista seria um mediador desinteressado, um observador isento, imparcial, que descreveria objetivamente os fatos. O princípio básico seria a separação de fatos e opiniões” (CASTRO, 2012, p.5). Desse modo, compreendia-se que o jornalismo era capaz de ser um espelho da verdade, de reproduzir fielmente os fatos como eles aconteceram. Essa teoria surgiu também para dar um direcionamento ao jornalismo que se consolidaria no século XX. A mescla entre jornalismo e literatura, próprios do século XVIII, ancorada na opinião dos redatores e proprietários dos periódicos deveria ser isolada, em função do pensamento científico que se desenvolvia a partir de meados dos anos oitocentos. De inspiração positivista, a teoria do espelho prima pela objetividade jornalística, algo que é fortemente questionado a partir de fins do século XX, quando surgem novas teorias que associam a construção de notícias à opinião de redatores e editores (o que está ligado à visão institucional da imprensa).

Durante o século XX, especialmente com o desenvolvimento do jornalismo enquanto curso nas Universidades, as teorias avançaram e buscaram a compreensão mais holística da interação entre produtores e receptores de informações.

Em 1922, Walter Lippman fala da representação da realidade social construída pelos meios jornalísticos. Segundo o pesquisador, os meios de comunicação reproduziam, de forma estereotipada, a realidade e criavam um “pseudoambiente” que se aproximava do ambiente real (SOUSA, 2002, p.129). O escritor e jornalista Lippman

considerava, portanto, o jornalista como um agente modelador de conhecimento, capaz de, a partir de suas percepções sobre a realidade, organizar o mundo e o pensamento de forma a tornar-se inteligível e credível ao leitor destinatário. Juntamente com Park (1939), Lippman defendia que “as notícias podem indicar a realidade, representar a realidade, mas não são a realidade nem o seu espelho” (SOUZA, 2002, p.130). Essa teoria contrapõe de forma vigorosa a compreensão de imprensa isenta, sustentada inicialmente pela *teoria do espelho*, do século XIX. Para os pesquisadores dessa linha, “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (TRAQUINA, 2005, p.146). Desse modo, consideramos que as ideias desses escritores antecipam o pensamento atual da mídia como seletiva e construtora da realidade, tal como defendem Charaudeau (2007), Leal (2006), dentre tantos outros estudiosos da Comunicação.

Ao tomarmos como base os preceitos discursivos sobre a comunicação, desenvolvidos em fins do século XX, vemos a incompletude das teorias incipientes do início do século passado, especialmente da teoria hipodérmica. Com o passar dos anos, os estudiosos perceberam as falhas de explicação do processo comunicacional através da teoria hipodérmica.

A partir de meados do século XX, as teorias para explicar o jornalismo associam-se à visão mercadológica que a notícia assume. Warren Breed é precursor da teoria organizacional, que pretende analisar a nível mais amplo a atuação da imprensa. Para o sociólogo, “o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo” (TRAQUINA, 2005, p.152). Breed elenca seis fatores que conformam o jornalista às ideias e propostas editoriais da organização à qual filia. Dentre eles, cita a autoridade institucional, o desejo de mobilidade, o sentimento de estima para com os superiores e o prazer da atividade jornalística. A teoria organizacional evidencia o caráter mercadológico da notícia e aponta o elemento econômico como determinante para a compreensão da atividade jornalística como um negócio.

A partir dessa compreensão vemos que passam, pois, pelo crivo da imprensa as informações e acontecimentos antes de serem divulgadas. Desse modo, apenas o que interessa aos grupos editoriais deve ser publicado. Várias teorias do jornalismo surgiram para explicar a seleção temática estabelecida pela imprensa. Dentre elas, está a teoria do *gatekeeper*, que afirma que a mídia é um grande portal, responsável por filtrar as informações antes de elas se tornarem públicas. Sendo assim, o jornalista assume a

função de “seletor”, de organizador de fatos e informações. Segundo a teoria, os líderes de opinião funcionam como selecionadores (*gatekeepers*), capazes de filtrar, escolher o que será publicado, divulgado na mídia. Essa teoria, também conhecida como teoria da ação social, surgiu nos anos 1950 e foi desenvolvida por David White. A partir desses estudos, compreende-se que

(...) o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (TRAQUINA, 2005, p.150)

Toda essa formulação em torno da figura do jornalista e do produto da imprensa, a notícia, leva-nos a apontar a instituição midiática como definidora do que é notícia. Nesse sentido, o jornalista deixa de ser isento, como propunha a *teoria do espelho*, para tornar-se peça fundamental na escolha daquilo que é pertinente à sociedade conhecer e informar-se.

Contemporânea à teoria do *gatekeeper*, está a *teoria de ação política*. Há nesses estudos um interesse crescente em temas que envolvam a ideologia. A teoria é influenciada pelas ideias de Gramsci (autor marxista), Barthes (semiótica francesa) e Hall (escola culturalista britânica). A partir dos anos 1970, a imprensa passa a ser percebida de forma mais parcial. Nessa teoria, conforme Traquina, “os autores consideram que o conteúdo noticioso é determinado por certas propriedades estruturais dos *media*, em particular por sua ligação com os negócios e com o governo” (TRAQUINA, 2005, p.165). Essa teoria foi desenvolvida a partir dos estudos sistemáticos relacionados à propaganda política, justifica-se, pois, a sua compreensão da notícia vinculada a interesses políticos, econômicos e particulares.

Os estudiosos notam duas vertentes distintas da teoria, uma de cunho direitista e outra esquerdista. Para a vertente direitista da *teoria de ação política*, representada por Kristol (1975) e Efrom (1971), “os jornalistas constituem uma “nova classe” com claras parcialidades políticas que ‘distorcem’ as notícias para a propagação de suas opiniões anticapitalistas” (TRAQUINA, 2005, p.163). Já na vertente esquerdista, o papel dos jornalistas é pouco importante, eles são vistos como instrumentos a serviço do capitalismo. Herman e Chomsky são representantes desta teoria e defendem que “[...] os *media* reforçam os pontos de vista do *stablishment* (o poder instituído) devido ao poder

dos donos dos grandes meios de comunicação social e dos anunciantes” (TRAQUINA, 2005, p.165). Ao interpretar essa vertente da teoria, Barreira afirma que “[...] a mídia simplesmente defende, ou dá mais ênfase, aos valores sociais, políticos e econômicos que melhor representam seu contexto político-social” (BARREIRA, 2013, p.80). Os elementos elencados anteriormente sobre a questão asseguram a visão instrumentalista da imprensa, pois compreende-se que há no espaço midiático a organização da atividade jornalística em função de interesses políticos e econômicos.

Sob outra perspectiva, desenvolve-se uma teoria que assegura ser a imprensa a responsável por definir temas e assuntos a serem discutidos no cotidiano da sociedade. Dessa forma, imagina-se que a imprensa orienta a sociedade ao estabelecer o que os indivíduos devem discutir. Com o nome de *agenda setting*, essa teoria é desenvolvida nos Estados Unidos, em 1972, a partir dos estudos de McCombs e Shaw. Tal teoria rompe com o modelo funcionalista e apresenta um avanço na proposta de avaliar os efeitos da mídia sobre a sociedade. Assim, o jornalista assume o importante papel de agendar assuntos, ou seja, definir sobre o que as pessoas falarão, qual será a temática relevante para ser discutida em grupos. Caminhamos, portanto, para as teorias que concedem ao profissional da imprensa um lugar de destaque, de definição e estabelecimento daquilo que é importante para a sociedade.

Os anos 1970 introduzem o modelo construcionista a fim de compreender a imprensa, sustentado pelos teóricos Tuchman, Hall, Cohen e Berger. A partir desse modelo, a notícia é vista como uma construção. Nega-se a imparcialidade jornalística em função da incapacidade da linguagem se manter isenta. Além disso, a teoria considera a interferência da mídia tanto na definição do que é notícia como na forma de se noticiar um acontecimento. Por outro lado, a notícia não é compreendida como ficção, uma vez que, como defende Tuchman “dizer que uma notícia é uma estória não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora de sua própria validade interna” (TUCHMAN1976/1993, p.262 *apud* TRAQUINA, 2005, p.169).

Com a mesma perspectiva da teoria construcionista estão as *teorias estruturalista e interacionista*. A teoria *estruturalista* tem como principais representantes Saussure (1916) e François Dosse. O desenvolvimento da teoria trouxe as contribuições de Lévi-Strauss, Barthes, Althusser, entre outros que fornecem

elementos para se discutir a comunicação sob o viés estruturalista da análise sógnica e do funcionamento da sociedade. A teoria *interacionista* reconhece os jornalistas como ativos no processo de construção da notícia. Para os teóricos, a comunidade jornalística comunga determinados valores que os permite interagir entre si e entre as fontes e promover a construção da realidade sob determinado prisma. São representantes interacionistas os sociólogos Tuchman e Molotch. Aborda-se, nessa teoria, a rotinização do trabalho do jornalista, o fator *tempo* na construção da notícia e a relação dos jornalistas com as fontes de informação. De modo geral, conforme pontua Traquina (2005, p.174), as duas teorias (interacionista e estruturalista) “sublinham a importância da cultura jornalística, nomeadamente a estrutura dos valores-notícia dos jornalistas, a ideologia dos membros da comunidade, e as rotinas e procedimentos que os profissionais utilizam para levar a cabo seu trabalho” (2005, p.173). Essas teorias reconhecem a importância e a autonomia do jornalista na mobilização dos saberes para a construção da notícia.

Há também na década de 1970 um rompimento com as teorias que buscavam explicar os efeitos da mídia. Surge, em 1973, com os estudos da socióloga alemã Elisabeth Noelle-Neumann, a teoria do *espiral do silêncio*. Para a socióloga, por medo de se isolarem, as pessoas tendem a assumir o pensamento, a opinião da maioria, para não fugir dos parâmetros éticos e dos comportamentos aceitáveis pela maioria. Nesse sentido, Sousa (2002) afirma que para o espiral do silêncio “os meios de comunicação tendem a consagrar mais espaço às opiniões dominantes, reforçando-as, consensualizando-as e contribuindo para “calar” as minorias pelo isolamento e pela não referência” (SOUSA, 2002, p.171). Ao aproximar essa reflexão dos dias atuais, vemos a pertinência de tal pensamento, uma vez que, apesar da dita democracia e do espaço dado aos órgãos de imprensa para exporem suas opiniões, temos, em contrapartida, o poder massacrante da grande mídia, que isola as mídias alternativas e, por questões econômicas e mercadológicas, se sobressai e tem maior alcance de público.

Se fizermos uma aproximação das Teorias do Jornalismo com a Teoria Semiolinguística, desenvolvida por Charaudeau (1983, 1992, 2007), encontramos a definição de sujeitos distintos envolvidos no processo de comunicação. O linguista o vê como um desdobramento do processo comunicacional e defende que existe um destinatário ideal para cada discurso, conhecido como *sujeito-destinatário* (ou público-alvo, termo mais frequente na Comunicação) e um *sujeito-interpretante*, ou seja, um

receptor real constituído pelo público efetivo que consumirá a informação publicada pela instância de produção. Para o pesquisador francês, trata-se do público que “interpreta as mensagens que lhe são dirigidas segundo suas próprias condições de interpretação” (CHARAUDEAU, 2007, p.26). Essa diferenciação de comportamentos da instância de recepção imprime, necessariamente, a especificidade e individualização dos recebedores das mensagens midiáticas.

Essa relação entre os sujeitos determina o tipo de discurso estabelecido entre eles, pautado pelas demandas de cada instância, pelos recursos linguísticos e estratégicos disponíveis para a construção da *mise en scène*. Faz-se necessário pontuar a definição do contrato e da situação de comunicação na qual se inserem os sujeitos discursivos. Para Charaudeau “a situação comunicativa sobredetermina, em partes, todos os sujeitos quando falam”⁸ (CHARAUDEAU, 2014). A situação estabelece a finalidade comunicativa do ato discursivo. Juntamente com ela, é estabelecida a tematização da fala entre os sujeitos, ou seja, é estabelecido o propósito da *mise en scène*. A partir desses elementos é possível também definir os gêneros discursivos, o que discutiremos mais adiante.

É preciso delinear com detalhes a compreensão que Charaudeau estabelece sobre as relações entre os sujeitos discursivos envolvidos em seu modelo sócio-comunicativo (e semiolinguístico). Para o pesquisador francês, a sociedade coloca-se em funcionamento à medida que os sujeitos se comunicam e estabelecem entre si relações formadas a partir de situações específicas de comunicação e de trocas languageiras. Junto aos elementos de trocas discursivas estão a projeção dos sujeitos envolvidos no discurso. A proposta charaudiana de compreender o funcionamento do discurso baseia-se na relação entre as entidades (os sujeitos) que se colocam em relação. A partir desse “colocar-se em relação” surgem as diferenças e o princípio da alteridade, que regula a atividade languageira.

Segundo tal princípio,

(...) cada um dos parceiros da troca está engajado num processo recíproco (mas não simétrico) de reconhecimento do outro e de diferenciação para com o outro, cada um se legitimando e legitimando o outro através de uma espécie de “olhar avaliador” - o que permite

⁸ Congresso Internacional de Estudos Discursivos, I, 2014, realizado na USP/São Paulo de 6 a 8 de agosto. Anotações feitas por nós durante conferência do citado professor.

dizer que a identidade se constrói através de um cruzamento de olhares: “existe o outro e existo eu, e é do outro que recebo o eu”. (CHARAUDEAU, 2009).

Essa construção da identidade a partir do olhar do outro será detalhada especialmente na análise que faremos do *corpus*, mais para frente. Por hora, é importante salientar que um sujeito se define a partir do outro. Sendo assim, em nossa temática sobre a imprensa, e tendo em vista a relação que há entre produtores e receptores de notícias, é possível concluir que produtores se moldam pelo olhar de receptores e vice-versa. Tal perspectiva fica clara quando pensamos na lógica de seleção de notícias por (e para) determinado veículo de comunicação. A instância produtora de informações pauta-se a partir daquilo que pensa (e deseja) seu público alvo. A intenção da mídia é atingir certamente seu alvo com as demandas específicas de conhecimento e informação. Sendo assim, torna-se possível verificar a perspectiva do olhar de um sujeito sobre o outro (ainda que estejamos falando de grupos de indivíduos que representam uma entidade ou instituição). Do mesmo modo, a maneira como os leitores percebem os veículos de comunicação determina não só a impressão que se tem sobre aquela mídia, como também os julgamentos e valores que são produzidos a partir desse olhar.

Seguindo a teoria de Charaudeau, quando os sujeitos se colocam em relação um com o outro, há um *desdobramento de si* para a situação de comunicação em que eles se encontram, fato que é capaz de estabelecer também suas identidades sociais, psicológicas e discursivas. Portanto, a partir da finalidade discursiva, da motivação que se tem para que os sujeitos façam suas trocas linguageiras, o EU projeta uma imagem de si para o discurso, um EU discursivo (e imaginário) que exerce trocas com um ser projetado, idealizado, receptor da fala de EU, quer seja, um TU destinatário. Sob a perspectiva da imprensa, verificamos que a instância de produção projeta sua imagem discursiva para se inserir na situação comunicativa e leva em conta sua finalidade e os meios utilizados para que a *mise en scène* se estabeleça. Esse EU também idealiza um destinatário perfeito para sua comunicação (seu público alvo). O destinatário projetado deve ser capaz de compreender de forma clara e precisa a sua comunicação, ou seja, o projeto de fala do sujeito discursivo é direcionado ao destinatário.

A partir dessa relação de desdobramento entre os sujeitos, estabelece-se um jogo que baliza as trocas discursivas, regula as ações entre os indivíduos e instaura as identidades sociodiscursivas. Nesse sentido, cumpre refletir de forma mais direcionada o papel do jornalista na relação midiática com a sociedade.

1.6 Função social do jornalista

A recuperação da história do jornalismo no Brasil e as propostas de compreensão das trocas discursivas e linguageiras impulsionam-nos a discutir, em primeiro lugar, a função da imprensa no país e, por consequência, a função do próprio jornalista.

Nossa história surge da censura e esse fato é salutar na definição do tipo de imprensa que se formou no país. A necessidade de publicizar atos e ações particulares ocorridas no Brasil e em Portugal surgiu do próprio governo. Desse modo, a Imprensa Régia (1808-1821) foi representativa da força autoritária da metrópole sobre a colônia. Portanto, não houve uma necessidade motivada por populares para o surgimento da imprensa no Brasil, mas sim uma aceitação daquilo que as autoridades metropolitanas definiam como adequado ao país.

Ademais, as tentativas de implantação da prensa tipográfica ainda no século XVIII foram reprimidas pela corte, fato que evidencia a dominação não apenas territorial, mas política, econômica e cultural que a metrópole exercia sobre a colônia.

Como vimos na seção anterior, o jornalismo foi se firmando durante o século XIX. A produção familiar e artesanal deu lugar à produção mais informatizada do século XX. Em fins dos anos oitocentos, os jornais inseriram figuras e desenhos às suas páginas e, no século XX as fotografias já completavam o sentido das notícias. O caráter doutrinário deu lugar ao informativo, mais próximo do modelo de *fazer jornalístico* que conhecemos atualmente.

Sob essa perspectiva, faz-se necessário refletir sobre o papel do jornalista na construção da imprensa e da opinião pública no país. Se no início da imprensa no Brasil, o jornalista apenas reproduzia os decretos-lei enviados pela Corte e publicava, de forma seletiva, as notícias dos periódicos ingleses e portugueses, no decorrer dos séculos ele assumiu seu lugar de formador de opinião. Ainda no século XIX, os momentos de maior proliferação de pasquins foram os correspondentes à efervescência política no país:

Independência, Regência, Abolição e República. Desse modo, começava a se delinear a função da imprensa na sociedade brasileira. De forma incipiente e artesanal, os periódicos contribuíram para dar voz aos grupos políticos e idealistas que se formavam no país recém-independente. Para Traquina (2005), o novo grupo social que se formava, composto pelos jornalistas, reivindicava o monopólio do saber e a comercialização da informação como mercadoria. Além disso, eles foram responsáveis por travar discussões importantes e construir o espaço de socialização de ideias. Dito de outra forma, a imprensa tornava públicos os pensamentos que antes se mantinham privados e restritos a determinados grupos de intelectuais em seus salões de discussão.

Não apenas no Brasil, mas no mundo inteiro, a urbanização contribuiu com os avanços na transmissão de informação, especialmente com a criação das linhas telegráficas, nos anos 1850 e 1860 na Europa que uniram os europeus aos norte-americanos (TRAQUINA, 2005, p.39). Todo esse processo facilitou a proliferação dos jornais, fato que ocorreria no Brasil apenas no século XX. O desenvolver do século XX firmou a imprensa como a propagadora de informações.

Havia uma associação direta da imprensa aos movimentos políticos. Durante o século XX, quanto mais a imprensa se solidificava, mais ela representava a sociedade de forma pública, associada aos eventos políticos. O espaço democrático começava a se delinear através do novo instrumento de representação social. “Os jornais eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania sensível” (TRAQUINA, 2005, p.47). Nesse sentido, aqueles que escreviam nos jornais tinham a tarefa de lutar pela democracia, de ser a voz da sociedade e de representar publicamente determinados grupos sociais. A história do Brasil colaborou diretamente para o processo de expansão da imprensa. Quanto mais a sociedade brasileira tornava-se livre politicamente, mais o jornalismo assumia seu lugar de crítica e avaliação social. Desse modo, a Proclamação da República, no final do século XIX contribuiu sobremaneira para o avanço do papel social da imprensa. Para Silva (2012),

A expansão da imprensa também foi impulsionada pela liberdade, por meio da conquista de direitos fundamentais e da democracia como nova forma de governo. Os jornais passaram a ser reconhecidos como um meio de denunciar as mazelas e injustiças sociais. (SILVA, 2012, p.2)

Portanto, durante o século XX o jornalismo se deslancha em sua representação da sociedade. Sob tal perspectiva, os jornais começaram a se especializar em temas e assuntos específicos, de acordo com a linha editorial dos grupos idealistas que se formavam. Esses vínculos que se formavam eram de ordem política, econômica e social. A especialização também atingiu a estrutura material dos jornais, pois foi necessário dividir o conteúdo por assuntos para melhor distribuir os temas e proporcionar ao destinatário uma leitura mais direcionada. A partir de então, surgiram no final do século XIX as editorias especializadas (notícias, sociais, policiais, regionais, etc), juntamente com novos gêneros explorados nos jornais, além dos já conhecidos folhetins (textos literários publicados no rodapé da primeira página dos jornais) e as notícias, também mescladas ao estilo literário.

Outro fato importante que estabelece o progresso da imprensa é a sua institucionalização no espaço acadêmico. O jornalismo enquanto curso nas universidades surge nos Estados Unidos, em 1860. A partir de então, a profissão é regulamentada e tem início também a teorização da produção jornalística e o estabelecimento de conceitos sobre o *fazer jornalístico*. No Brasil, esse processo ocorreu quase um século depois, quando em 1935 foi criada a primeira cadeira de Jornalismo, integrando-se à Universidade do Distrito Federal. Em 1942 e 1943 são criados cursos de Jornalismo no Rio de Janeiro e em São Paulo (HOLFELDT & VALLES, 2008). Assim, estava estabelecido o espaço para o desenvolvimento dos embasamentos teóricos da comunicação.

Se retomarmos a função social do jornalista, verificamos que além de representar a sociedade e motivar as discussões sociais, o jornalista assume o lugar de propagador da “verdade”. Para usar os termos de Charaudeau (2007), há uma instância de produção credível que assume a função de produtora e veiculadora da “verdade”. Tal imaginário ao redor da figura do jornalista permite a construção e solidificação na sociedade da ideia de que a mídia torna-se o quarto poder. Em referência direta aos três poderes instituídos pelo filósofo iluminista Montesquieu e sustentadas pelo artigo segundo da Constituição Brasileira, a mídia ainda é considerada por muitos como a sobreposição dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. Para o imaginário social, a mídia tem influência na tomada de decisões, sejam elas políticas ou comportamentais, e interfere (direta ou indiretamente) na condução de um país. Dito de outro modo, aquilo que a mídia divulga, promove e publica com seu efeito de verdade, pode ser

assumido socialmente, em termos de moda, escolhas alimentares e comportamentais, opiniões políticas e econômicas, enfim, toda a visão de mundo propagada pela instância de produção tende a ser aceita pelos grupos alvo de tal proposta midiática.

Ao noticiar os fatos, o jornalista é também figura testemunhal. Ele assume o lugar daquele que presenciou o acontecimento e dele dá testemunho. O pensamento de Charaudeau segue tal perspectiva, pois defende que o jornalista conquista sua legitimidade à medida que seu público confia em suas palavras e as torna credíveis.

Faz-se necessário pontuar que a notícia é compreendida aqui como construção. Portanto, o jornalista não é capaz de “reproduzir” tal verdade de forma isenta. Por haver uma distância temporal e espacial entre o fato ocorrido e a notícia narrada/publicada no veículo impresso, há uma lacuna entre o fato e o discurso jornalístico. Sendo assim, podemos compreender, em concordância com Charaudeau, que “o jornalista se apresenta como intérprete dos acontecimentos, buscando-lhes as causas e situando-os. (...) Enfim, o jornalista pretende ser didático, aspirando ao papel de educador da opinião pública” (CHARAUDEAU, 2007, p.78). A produção/construção da notícia explora os sentidos e a percepção do jornalista, como também evidencia seus valores e o conjunto de regras morais às quais ele se filia. Produzir uma notícia é também implicar-se enquanto ser social e discursivo, submetido a determinadas sanções e imbricado em valores e modos de compreender o mundo e retratá-lo.

Sob esse prisma, Charaudeau (2007) define dois papéis específicos ao jornalista no processo de comunicação midiática. Segundo o pesquisador, o jornalista desempenha a função de pesquisador-fornecedor e de descritor-comentador. Em determinados momentos, ele é responsável pelo contato com as fontes, realizar pesquisas, buscar as informações e organizá-las; em outro momento, ele explica os fatos, busca certa didática em seu discurso para fazer com que o destinatário compreenda a narrativa. As duas funções revelam a imagem e função do jornalista a partir do processo discursivo de produção da notícia.

Com a consolidação da democracia, o jornalista assume o papel de elo entre a opinião pública e as instituições governamentais. Cabe a ele ser porta-voz do cidadão no exercício de seus direitos. Ele é considerado, em muitos casos, como o “justiceiro”, aquele capaz de resolver o problema social, de solucionar uma dificuldade vivida pelo cidadão. Sendo assim, compreende-se que a produção e veiculação de notícias na mídia são utilizadas para o exercício da cidadania e o jornalista é peça fundamental neste

processo, pois ele será o alerta para o leitor a respeito daquilo que é feito/articulado por instituições e governantes. De forma mais objetiva, podemos dizer que o jornalista observa, analisa e avalia (a partir do seu olhar) e publica aquilo que a sociedade deveria ver (escolha também pautada pelo olhar do profissional da comunicação).

1.7 Considerações finais do capítulo

Sucintamente, a sociedade reconhece o jornalista nas seguintes funções: testemunha, pesquisador, narrador dos fatos e formador de opinião. Essas imagens do jornalista, construídas a partir do modelo de papéis exercido por esse profissional serão utilizadas mais adiante, quando nos empenharemos em discutir também a identidade do jornalista vinculado a jornais direcionados para mulheres (*corpus* dessa pesquisa)

A seguir, nos empenharemos em alargar a discussão sobre a imprensa sob o ponto de vista da produção do discurso e das implicações que tal produto possui na sociedade.

2. Construção do discurso através dos jornais

2.1 Considerações iniciais

Neste capítulo, discutiremos o aspecto discursivo e social do jornalismo. Consideramos, nessa discussão, a mídia como responsável pela difusão e emissão de discursos que são recortes de uma parcela de nossa realidade sócio-histórica. Com o uso de recursos discursivos, a imprensa atribui ênfase a aspectos sociais que vão ao encontro dos interesses econômicos, editoriais e sociais.

Compreender o jornal como um espaço de discussão de ideias e apresentação de pontos de vista é uma questão essencial para avançarmos na discussão dos documentos de imprensa e podermos captar o *porquê* de suas escolhas e da formação de *imagens de si* projetadas por tais documentos.

2.2 Perspectiva social do discurso jornalístico

As teorias que explicam o jornalismo e a função social do jornalista já nos envolvem no ambiente de construção social e parcial da notícia. Não podemos, pois, desconsiderar a influência que a mídia exerce na sociedade. Por outro lado, é exagero afirmar que o público apenas sofre o efeito de comunicação, conforme pensava a teoria hipodérmica, em uma relação pragmática de *estímulo x resposta*.

Consideramos, portanto, nesta tese, que o jornalismo possui capacidade de interferir na realidade social. O nível de influência exercido por um periódico (ou pela mídia, em geral) pautará seu lugar na sociedade e, conseqüentemente, o papel desempenhado pelo seu público alvo (ou destinatário).

Retomamos as reflexões de David-Silva sobre a mídia e sua organização sócio discursiva. O pensamento da pesquisadora a respeito da imprensa ajuda-nos a reconhecer e avaliar a relação entre a linguagem jornalística e suas implicações sociais.

A informação é essencialmente linguagem e, como linguagem, ela não se refere tão somente ao sistema de signos internos da língua, mas ao sistema de valor de uso desses signos, constituindo-se assim em discurso, testemunho da maneira pela qual se organiza a circulação da palavra em uma comunidade social. Dessa forma informação é assunto do discurso (DAVID-SILVA, 2007, p. 4).

É preciso salientar também que há no ambiente midiático um interesse mercadológico que impulsiona jornalistas e editores a produzir conteúdos que vendam. Ou seja, é preciso oferecer ao mercado notícias que interessem o público e sejam capazes de despertar nele o desejo da compra do produto (a notícia, materializada em jornais impressos, no caso da imprensa escrita). Diferentemente do discurso publicitário que já traz consigo a necessidade de persuadir seu destinatário, o discurso jornalístico é um pouco mais ameno, mas da mesma forma se empenha em despertar o leitor para a compra do produto, no caso, a notícia. A pesquisadora Cremilda Medina escreve em meados da década de 1970 o livro *Notícia: um produto à venda*, que traz um panorama da visão mercadológica da imprensa. Juntamente com ela, vários pesquisadores assumem o caráter organizacional e a perspectiva econômica da imprensa que empreendem uma nova maneira de compreender a notícia.

Torna-se salutar compreender as relações que se estabelecem entre as instâncias de produção e recepção da notícia. Charaudeau (2007) relembra que há sempre no destinatário do discurso jornalístico um desejo de ser informado e a instância de produção busca oferecer as informações que são demandadas pelo destinatário. Por ter o domínio da informação⁹, os produtores da notícia empreendem o trabalho de recortar da sociedade aquilo que eles julgam ser importante aos seus destinatários. Dessa maneira, o tratamento dado à informação, a escolha dos temas a serem noticiados e, especialmente, as estratégias usadas na composição da notícia mostram a visão que a imprensa tem a respeito do mundo, sua forma de *contar* o que acontece.

De maneira geral, a mídia é conhecida como portadora da verdade. Por trabalhar com dados informativos, com a organização de fatos reais, com depoimentos e visões de testemunhas sobre os fatos narrados, a sociedade atribui à imprensa o *status* de portadora da verdade e propagadora da mesma. É como se a imprensa assumisse a voz

⁹ Vale a pena ressaltar aqui que a sociedade passa por mudanças no que diz respeito ao domínio e à democratização da informação. Com a ampliação do acesso aos fatos e à informação, a popularização das tecnologias e o frequente avanço das tecnologias, o ineditismo perde espaço para a pluralidade de produtores de notícias. O fluxo de comunicação não é feito apenas de um para todos, mas sim de todos para todos. Esse novo paradigma não isenta a legitimidade e a importância dos tradicionais meios de comunicação, produtores de notícia. Por não ser esse o foco da nossa pesquisa, não avançaremos na discussão, apenas pontuamos tal reconfiguração social.

da verdade, da justiça, do direito, ou seja, da consciência cidadã, o que lhe permite certo reconhecimento perante a sociedade. Para David-Silva, “[...] a mídia extrai a sua legitimidade do fato de que o seu dever é aliado ao direito do cidadão. “Nós devemos informar e vocês, cidadãos, têm o direito de construir a verdade”” (DAVID-SILVA, 2007, p.4).

Em seus estudos sobre a mídia, Charaudeau articula os conceitos de credibilidade e legitimidade para explicar o papel da mídia. Para ele, “a credibilidade está ligada à necessidade, para o sujeito falante, de que se acredite nele, tanto no valor de verdade de suas asserções, quanto no que ele pensa realmente, ou seja, em sua sinceridade” (CHARAUDEAU, 2009, s/p). A legitimidade já se relaciona a um estado, a um reconhecimento social que confere o direito de fala às pessoas.

Segundo o linguista, o jornalista se empenha em buscar a verdade para tornar-se credível. Por não possuir uma posição de autoridade para dizer o que quer dizer, ou seja, por não possuir tal legitimidade, ele se compromete a construir estratégias que permitem sua fala ser aceita socialmente.

As mídias, em sua visada de informação, estão em confronto permanente com um problema de credibilidade, porque baseiam sua legitimidade no fazer crer que o que é dito é verdadeiro. Desse modo, estão engajadas em um jogo da verdade, que consiste em corresponder aos diferentes imaginários que as questionam (CHARAUDEAU, 2007, p.90).

A busca pela verdade é um pressuposto do discurso jornalístico. Além dessa característica, há outras que definem e especificam tal discurso. Faremos um panorama de tal situação discursiva para que possamos melhor compreender como se organizam socialmente as notícias, os papéis sociais do jornalista e a função da mídia.

Retomamos a teoria da comunicação vinculada à perspectiva da sociologia interpretativa, na década de 1980, para visualizar o papel da imprensa na relação dialógica com o público. Tuchman reconhece a construção da realidade engenhada pela mídia e estabelece que “os meios jornalísticos possuem uma função institucionalizada que é a de prover o público de informação, reservando à notícia a capacidade de tornar público determinados acontecimentos e não outros” (SOUSA, 2002, p.142). Dessa forma, compreende-se que a tarefa prioritária de jornalistas é buscar informações para

“abastecer” o público necessitado de se informar. Sendo assim, tal perspectiva define não apenas o papel da mídia, como também a necessidade do seu público.

Um pensamento da Análise do Discurso que pode ser somado às ideias de Tuchman é a proposta contratual delineada por Charaudeau em seus estudos sobre discurso. O estabelecimento do contrato¹⁰ (ainda que indireto) entre informantes e informados é crucial para entendermos a dinâmica da produção e distribuição da notícia. De forma pragmática, há uma necessidade do cidadão de ser informado sobre o que acontece e uma capacidade (ou empenho) do jornalista (e também da mídia enquanto instituição) de dar essas informações. Isso define o que Charaudeau denomina de visada de informação (2009). Segundo ele, aquilo que estabelece o objetivo da nossa comunicação é entendido como visada. Portanto, em um contrato jornalístico, a finalidade da instância de produção é dar informações, informar o público a respeito de algo. Todo o discurso da mídia será pautado, portanto, nessa finalidade discursiva. A visada informativa não exclui a existência de outras visadas no discurso construído. É possível que uma notícia, além de informar, possa emocionar, como é o caso de temas mais subjetivos e comportamentais. Importa-nos esclarecer que em um primeiro momento a notícia tem como atividade central a necessidade de informação. Junto a essa, outras demandas podem surgir e redefinir o sentido da mesma.

Tendo a visada informativa como pressuposto, cabe-nos analisar e discutir as “personagens” envolvidas neste contrato. O jornalista (como informante) e o público (como informado) já estabelecem dois núcleos distintos na situação enunciativa: o de produção e o de recepção. Na instância de produção, é necessário considerar a hierarquia própria do meio. Jornalistas estão submetidos ao pensamento de seus editores, que conseqüentemente, é definido por diretores e chefes de redação. Acima dessas hierarquias definidas por cargos na imprensa, está a linha editorial, pensamento que deve nortear todas as ações do discurso jornalístico. Desse modo, a escolha dos gêneros, dos temas, recursos e estratégias jornalísticas são pensadas a partir da definição da linha editorial daquele veículo de comunicação¹¹.

¹⁰ Conceito definido por Charaudeau em 1983.

¹¹ Encontra-se aqui a brecha para o desenvolvimento do jornalismo especializado, sobre o qual discutiremos mais adiante. A necessidade de especificar sobremaneira a linha editorial estimula grupos produtores de notícias a delimitar seu trabalho com assuntos tematizados.

Por outro lado, na instância de recepção estão destinatários ideais do discurso (conforme Charaudeau), mas também estão os sujeitos reais, aqueles que de fato entram em contato com a notícia, no caso da imprensa. Cabe aqui retomar o princípio charaudiano da alteridade que estabelece ser o parceiro *Eu* responsável por produzir seu discurso para o *outro*. Sendo assim, toda a organização discursiva é pensada de acordo com o sujeito destinatário do discurso, ou como chamamos no ambiente jornalístico, o público alvo.

Amossy (2008, p.32) também estabelece que “cada discurso comporta sua própria situação de enunciação e realiza uma verbalização singular da tese ou do ponto de vista proposto ao auditório. Ele depende ainda de uma estrutura de troca global na qual se realiza a ação de persuasão”. Desse modo, trazendo os conceitos para o ambiente jornalístico, podemos apreender que para a troca linguageira entre jornalista e leitor acontecer, é preciso que toda a estrutura do discurso esteja organizada para tal. Para melhor explicar, podemos pensar na preparação de um espetáculo musical. Antes da orquestra entrar em cena e colocar os instrumentos para funcionar, é preciso preparar o ambiente, organizar os assentos para os músicos, afinar os instrumentos, preparar o espaço para receber o público, etc. Todo esse estágio de preparação organiza e possibilita o desenvolvimento do espetáculo musical. Assim também ocorre com a produção discursiva da imprensa. A estrutura jornalística, a definição dos papéis sociais de cada instância, a materialização do discurso e o planejamento da proposta midiática permitem que a *mise en scène* se estabeleça e toda a organização discursiva produza efeitos nos sujeitos envolvidos, tanto produtores quanto receptores.

Ao se estabelecer o papel social da mídia, estabelece-se também, nessa relação com o outro, a identidade própria de tal instância. Discutiremos com mais afinco essa perspectiva em outro momento, mas cabe aqui delinear que é desta maneira que a instância de produção define sua identidade: a partir de seu papel social, das relações que estabelece com outros sujeitos da linguagem, daquilo que a define como produtora de discursos e das expectativas em torno de sua ação social.

Não só a relação estabelecida com o destinatário do discurso define a identidade e o papel social da imprensa: o vínculo organizacional do jornalista também definirá o seu *ser jornalista*. A respeito do processo de socialização do jornalista na organização midiática, Sousa afirma haver nas relações de subordinação o estabelecimento de valores institucionais que impedem que os pessoais ou de grupo sejam trazidos à tona.

“Quando ingressa no jornalismo ou numa determinada organização, um neófito é aculturado, por forçado processo de socialização, numa esfera cultural de teor organizacional e profissional” (SOUSA, 2002, p.100). Essa visão da teoria organizacional do jornalismo implica ainda a redução da diversidade dos discursos jornalísticos, uma vez que a submissão tolhe a possibilidade de o profissional “aventurar-se” na produção discursiva.

Sob essa perspectiva, a mídia enquanto empresa traz consigo uma série de valores que são impostos àqueles que se vinculam profissional e mercadologicamente a ela enquanto instância produtora de discursos.

Por outro lado, o pesquisador Traquina afirma haver na individualidade do jornalista o caminho da definição da sua imagem. Para ele, “ser jornalista implica a crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade” (TRAQUINA, 2005, p.131). Ao afirmar a liberdade do jornalista, o pesquisador reconhece que há possibilidades de o profissional “driblar” os ditames organizacionais e fazer emergir certas marcas de sua liberdade e individualidade. Apenas para citar alguns exemplos, podemos verificar marcas de individualidade discursivas na própria escolha das fontes jornalísticas. Apesar de considerar todo o processo de produção ao qual o jornalista está submetido no próprio ambiente de trabalho (a redação), sabemos que é possível que o repórter selecione *fontes*¹² diferentes para a sua reportagem, ou mesmo sugira outras para a equipe de produção¹³, ainda que seja em um contexto mais ou menos definido, com uma pequena margem de manobra para suas escolhas. No momento de tessitura da reportagem, o jornalista seleciona palavras, maneiras de dizer e contar determinado fato, organiza as ideias e a sequência de acontecimentos. Desse modo, ele assume certa liberdade na produção da notícia. Há que se considerar o trabalho do editor chefe que revisa e autoriza (ou não) a publicação de tal conteúdo na mídia. O editor funciona como um seletor daquilo que será divulgado pelo veículo de comunicação. Esse profissional (ou a equipe de profissionais) é responsável por alinhar os pensamentos do jornalista com as propostas editoriais daquela mídia. Sendo assim, o jornalista "move-

¹² Trata-se de um termo comumente utilizado no discurso jornalístico e que se refere às pessoas entrevistadas pelo repórter, aquelas escolhidas para dar depoimentos sobre algo que viram, testemunharam, ou para compartilhar conhecimentos (a exemplo de profissionais especializados que opinam ou avaliam determinado assunto).

¹³ No jornalismo, são pessoas responsáveis por organizar a produção da reportagem. O produtor direciona a angulação da reportagem, o que deve ser perguntado e/ou abordado no texto, faz uma pré - entrevista com a fonte e elabora sugestões para o repórter que irá a campo produzir a reportagem.

se” pouco em meio às estruturas produtivas da notícia, mas possui na tessitura discursiva e nas marcas textuais o espaço de manobra para sua individualidade e/ou manifestação de sua identidade.

Para ilustrar a discussão travada sobre o poder social da imprensa, cabe, aqui, apresentarmos (ainda que brevemente) o *corpus* desta pesquisa. Tratamos de jornais escritos por e para mulheres. Desse modo, há uma “ideologia corporativa”, segundo os termos de Sousa (2002), que impele os jornalistas de tais veículos de comunicação a produzir seus discursos pautados na maneira que a instituição vê e compreende o mundo. Sendo assim, podemos observar no século XIX a produção do jornal *O Sexo Feminino*, lançado em 1873, escrito e editado por Francisca Senhorinha da Motta Diniz. Esse periódico possuía caráter artesanal e era produzido através de um modelo familiar. Por se intitular um semanário “dedicado aos interesses da mulher”, o jornal marca seu credenciamento a determinado campo ideológico e do saber. Conforme analisamos em nossa pesquisa (ROSA, 2011, p.30):

As publicações eram compatíveis com a linha editorial proposta por Senhorinha, fato este lembrado no exemplar número 13, de 29 de novembro de 1873, quando a redatora especifica que o jornal só aceitará para publicação, artigos que se enquadrem no programa editorial de *O Sexo Feminino*: “A redação desta folha só aceita artigos que se não directa ao menos indirectamente emplaquem com o seu programa que é instrucção, educação e illustracção da mulher, e tudo mais que importe defesa de seus direitos até agora conculcados”. (DINIZ, 1873, p.3)

Nesta fala, Senhorinha Diniz reafirma a proposta do periódico de rejeitar os demais posicionamentos que se opõem a defesa dos direitos femininos. Reafirma ainda que sua proposta é de mudança, diante da condição em que se encontram as mulheres. Para a proprietária do jornal, é preciso defender os direitos das mulheres, direitos que foram até aquele momento “conculcados”, ou seja, negados às mulheres.

Conforme expusemos acima, o periódico delimita as publicações de modo a estimular os leitores/escritores a produzir apenas conteúdos que corroborem a proposta editorial de *O Sexo Feminino*. É possível perceber a partir da delimitação da jornalista-editora alguns elementos fundamentais das teorias do jornalismo, a saber a capacidade de seleção do jornalista (*gatekeeper*) e a relação de estímulo-resposta, esperada pela redatora diante do direcionamento feito aos leitores.

No século XX, o jornal *Mulherio*, publicado na década de 1980, afirma em sua edição número zero, lançada em março/abril de 1981, as pautas específicas que conduzirão o periódico.

Mulherio, com 16 páginas, terá sempre um artigo de fundo, de análise, abordando um tema polêmico (...). Várias reportagens e notas curtas abordarão a mulher no Brasil e no mundo. Uma seção será dedicada a pesquisas, teses e outros estudos sobre a mulher. Outra procurará abrir espaço para grupos feministas e femininos para que divulguem suas atividades (MULHERIO, 1981, p.1, grifo da autora).

É possível notar nos direcionamentos da equipe editorial a que se propõe o periódico, de modo geral: abrir espaço para que a mulher brasileira apresente suas atividades pelo país, mostre suas ações de luta nas ruas e no ambiente acadêmico. Em outro momento, lemos no periódico:

Sim, nós vamos nos assumir como *Mulherio* e, em conjunto, pretendemos recuperar a dignidade, a beleza e a força que significam as mulheres reunidas para expor e debater seus problemas. De uma maneira séria e consequente, mas não mal-humorada, sizuda ou dogmática (MULHERIO, 1981, p.1, grifo da autora).

A fala de apresentação do jornal coloca-nos frente à proposta de abrangência de *Mulherio*. Surge aqui a imprensa que se apresenta como *nós*, que age em conjunto, que busca congregar as mulheres ao redor de um mesmo ideal. Desse modo, a força da imprensa como instrumento de voz e de representação aparece aqui diretamente associada ao grupo feminista.

Essa imagem é reforçada na produção do jornal *Fêmea*, publicação do Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), sediado em Brasília. Na primeira publicação do jornal, há uma marcação discursiva específica a respeito do que se pretende com tal publicação, como podemos ver a seguir:

Para uma ação ágil e integrada das organizações de mulheres visando uma legislação não discriminatória precisamos fortalecer nossa articulação em todo o país. O FÊMEA é um instrumento do projeto DIREITOS DA MULHER NA LEI E NA VIDA para isto (FÊMEA, 1992, p.2).

A vinculação do jornal ao projeto de lei é clara e lembrada em várias edições do periódico, como veremos adiante. O que mais nos interessa neste momento é

perceber a importância da imprensa no direcionamento dado ao público leitor e também aos jornalistas vinculados àquele meio de comunicação.

A breve apresentação dos jornais que compõem o *corpus* desta pesquisa ajuda-nos a compreender com um pouco mais de clareza a maneira como atuam as organizações noticiosas na produção de seus conteúdos jornalísticos. Trazemos à tona o pensamento de Sousa (2002) a respeito da relação entre o jornalista e a imprensa enquanto instituição. O pesquisador afirma que

Pode-se verificar a influência dos processos de socialização e aculturação do jornalista na partilha transorganizacional de critérios de noticiabilidade, independentemente das características próprias de cada organização noticiosa e da existência de valores-notícia próprios (SOUSA, 2002, p.104).

Por vincular-se à determinada instituição jornalística, o profissional filia-se aos pensamentos da empresa e, dessa maneira, molda seu discurso de acordo com a linha editorial do jornal. Sendo assim, aquilo que o periódico propõe como tema e estratégia funciona como guia para os produtores de conteúdo daquela mídia específica.

2.3 Considerações finais do capítulo

A mídia imprensa (em geral) e os jornais de nosso *corpus* (em particular) constituíram em síntese a base da pesquisa que operamos neste capítulo. Apresentamos, na sequência, um breve panorama da imprensa feminina no Brasil, com o intuito de mostrar elementos que nos ajudem nessa apreensão dos usos e as razões da composição de um jornalismo voltado para as mulheres, foco desta pesquisa.

3 – Mulher na imprensa

3.1 Considerações iniciais

Reafirmamos, novamente, a proposta desta pesquisa: lançar um olhar analítico sobre a representação feminina na imprensa direcionada para as mulheres. Pretendemos verificar como as próprias mulheres falam de si, do órgão de imprensa ao qual estão vinculadas e, mais especificamente, como elas se referem ao gênero no que tange à identidade da mulher.

Destarte, faz-se necessário acompanhar como a imprensa feminina consolidou-se no país e de que forma as representações das mulheres começaram a aparecer nos periódicos.

3.2 Entre silêncios, sussurros e palavras públicas

A divisão de espaços entre homens e mulheres marca também o *locus* de fala de cada um dos sexos. A palavra não foi concedida à mulher de forma livre em espaços públicos. Por ficar reservada ao ambiente doméstico, a fala feminina fazia-se presente apenas nos diálogos íntimos, frutos do relacionamento com os filhos e com o marido. Na Igreja, espaço público permitido às mulheres, elas eram fiéis do silêncio, acostumadas ao seu lugar de resignação e obediência.

O acesso à escrita, domínio sagrado, é também uma zona de afrontamentos e de controvérsias. Se não é mais possível “proibir que as mulheres aprendam a ler e a escrever”, como desejava Sylvain Maréchal, em um projeto de lei apenas imaginário, ao menos pode-se isolá-las em modos de escrita privada (a correspondência familiar, por exemplo) e formas públicas específicas (obras de educação). (PERROT, 2005, p.271)

É preciso retomar aqui o fato de que o ambiente escolar também não era facilmente acessado pelas mulheres. No Brasil, apenas em 1827 as mulheres são autorizadas a frequentarem escolas. Era comum as mulheres que tinham posses e cujos pais se interessavam pela alfabetização das filhas, terem professores em casa para evitar

a exposição pública. Em seus estudos, Morel e Barros buscaram compreender a relação da presença feminina nas escolas com sua produção literária. Segundo os autores,

(...) apenas na segunda metade do século XIX um número razoável de mulheres são tidas como alfabetizadas, que se interessavam pela poesia e os romances-folhetins, muitas vezes saboreados em conjunto, lidos pelas pessoas de maior talento teatral e voz mais harmoniosa, enquanto a família, ao redor, escutava avidamente... (MOREL & BARROS, 2006, p.60)

As leituras públicas, conforme descrito acima, eram uma oportunidade para que as pessoas não-letradas (inclusive as mulheres) tivessem conhecimento das publicações e livros escritos. Há que se considerar aqui a importância da Reforma Religiosa, ocorrida no século XVI, para a abrangência da leitura. Martinho Lutero questionou a ordem religiosa conduzida pela Igreja Católica e trouxe diversas mudanças na forma de pensar não apenas a Igreja enquanto instituição religiosa, mas também a sociedade e seu modo de compreender o mundo. Um ponto que nos interessa é a contribuição da Reforma para a perspectiva da leitura. Como nos lembra Perrot, “a Reforma protestante é uma ruptura. Ao fazer da leitura da Bíblia um ato e uma obrigação de cada indivíduo, homem ou mulher, ela contribuiu para desenvolver a instrução das meninas” (PERROT, 2007, p.91). De forma indireta, há reflexos da Reforma Religiosa na formação do público leitor e escritor dos séculos posteriores ao manifesto religioso.

Outro momento histórico importante para a flexibilização da lógica em relação à formação educacional das mulheres foi o advento do Iluminismo, desenvolvido na Europa a partir do século XVIII. Perrot (2007, p.92) nos recorda a proposta dos filósofos das Luzes, segundo a qual era preciso fornecer luzes às meninas e direcioná-las a partir de seus deveres. O pensamento iluminista influenciou a imprensa feminina que reivindicava emancipação no século XIX.

Sobre a busca pela libertação feminina, Soihet (1997) afirma que

A partir da segunda metade do século XIX, principalmente, as insatisfações de muitas mulheres inconformadas com sua exclusão do terreno público contribuem para a emergência de movimentos feministas na Europa Ocidental e nos Estados Unidos. Criando uma imprensa própria, organizando associações, quer aquelas que se limitavam a uma postura liberal, quer as que vinculavam suas propostas à instauração do socialismo, as mulheres lutam pelo

reconhecimento de seus direitos, incursionando algumas pelo terreno da sexualidade (SOIHET, 1997, p.99).

No Brasil, as ações femininas com esse caráter surgiram apenas no século XX, após a eclosão dos movimentos populares e estudantis da década de 1960. Todo o período que antecede essa data é marcado pela construção da história da mulher, muitas vezes desenhada pela exclusão política e do mercado de trabalho oficializado¹⁴.

Torna-se salutar, portanto, compreender o motivo da luta feminina. Ao falar em emancipação, ou liberdade feminina, estamos nos referindo à ausência de espaço para a mulher manifestar-se publicamente. Apesar dos jornais que surgiram em meados do século XIX, há uma história da mulher contada apenas em diários íntimos e, muitas vezes, revelada somente após sua morte. Há uma imagem de mulher que se isola, não se conta e não se consta na História.

Pode-se dizer, de modo geral, que foi a partir do advento da *École des Annales* que a perspectiva dos estudos sobre a mulher sofre alterações. Passa-se a dar mais importância aos registros não oficiais da História e a considerar os elementos cotidianos que também contam história e revelam dados e fatos importantes sobre a sociedade. Desse modo, registros particulares feitos por mulheres ou que a elas se referiam, escritos em diários, cadernos e livros de receita, passam a contar a história esquecida das mulheres.

Sabemos que também no campo da sexualidade a mulher era impedida de agir com liberdade. “O adestramento da sexualidade, como parece claro, pressupunha o desvio dos sentidos pelo respeito ao pai, depois ao marido, além de uma educação dirigida exclusivamente para os afazeres domésticos” (ARAÚJO, 2004, p.50). A realidade vivida pelas mulheres até o século XIX as submetia pois, à autoridade desses dois membros masculinos da família.

Outra restrição das mulheres era referente à ocupação. A destinação da mulher aos afazeres domésticos restringia suas atividades à rotina familiar. Havia na sociedade o pensamento de que a mulher tinha a função de cuidar/educar os filhos e, conseqüentemente, das tarefas do lar. Em seu jornal, publicado em 1873, *Senhorinha*

¹⁴ Entendemos como mercado de trabalho oficializado aquele reconhecido e registrado através dos índices sociais e demográficos. Portanto, o trabalho informal não está presente nesta contabilização.

Diniz reivindica os direitos femininos e retoma a imagem que os homens tinham da mulher nos anos oitocentos.

O Século XIX, século das Luzes, não se findará sem que os homens se convenção de que mais da metade dos males que os opprimem é devida ao descuido que elles tem tido da educação das mulheres e ao falso suposto de pensarem que as mulheres não passam de um traste de casa, grosseiro e brusco gracejo que infelizmente alguns indivíduos menos delicados ousão atirar a face da mulher, e o que é mais as vezes, em plena sociedade familiar (DINIZ, 1873, p.1).

Esse relato de Senhorinha no periódico por ela criado e dirigido, reafirma a opressão e o isolamento vivido pelas mulheres oitocentistas. Mas as poucas manifestações femininas através da imprensa nessa época já constituem um marco que aponta para a representação e emancipação feminina nos anos que virão. Se o movimento feminista propriamente dito só se consolidará no final dos anos 1960 no Brasil, seus caminhos começaram a ser traçados desde os primeiros embates da mulher com a sociedade masculina, mesmo que a sua presença na imprensa tenha sido tímida, pois ainda envolvida com temas ligados à moda e aos folhetins.

Essa imprensa tem um grande desenvolvimento no século XIX, em razão de seu sucesso junto às mulheres, em busca de conselhos de moda. (...) Por trás dessa fachada algo banal, observa-se na escolha e no tom, uma vontade de emancipação das mulheres pela educação e mesmo pelo saber e pelo trabalho. (PERROT, 2007, p.33)

Com o tempo e o desenvolvimento da imprensa destinada às mulheres, as especificidades do discurso feminino foram surgindo e caracterizando a fala deste grupo na imprensa. Para Perrot, a imprensa que se forma direcionada às mulheres tem mais engajamento. Segundo ela, “As feministas têm consciência do papel da imprensa na opinião pública. Elas tomam essa tribuna com profissionalismo e também com muito idealismo” (PERROT, 2007, p.34).

No início, a voz feminina não era tão livremente aceita, por isso era comum as mulheres escreverem com pseudônimos masculinos para que seus textos pudessem ser lidos e publicados. A proibição civil e religiosa (Perrot, 2005) a elas impelida representava uma ameaça e sua ação contrária era não apenas uma afronta, mas uma

prova de coragem, determinação e ousadia para a sociedade enraizada em pensamentos machistas.

Buitoni (2009) apresenta vários nomes de jornais que foram assumidamente direcionados para as mulheres. Na lista da pesquisadora, periódicos como *O espelho diamantino*, *Echo das Damas* e *Jornal das senhoras* aparecem como os precursores de uma escrita feita para o público feminino. Como já foi dito, tais jornais abordavam temas como culinária, moda, cultura, religião e costumes. Tais assuntos eram considerados temas femininos e tratados com menor valor.

Há que se ressaltar aqui os pseudônimos masculinos usados pelas mulheres para terem seus textos publicados em jornais. Recordamos que a sociedade machista dos anos oitocentos aceitava apenas que os homens se manifestassem publicamente. Tal fato apontava dois caminhos para as mulheres: o silêncio e o isolamento público ou os pequenos sussurros que poderiam tornar-se gritos em prol da liberdade do gênero.

Algumas redatoras foram mais ousadas e investiram no ataque à sociedade machista. Dessa forma, sustentavam jornais mais diretivos, com propostas de emancipação e liberdade para as mulheres. Entre os periódicos que possuíam essa linha editorial está o jornal *O Sexo Feminino*, corpus da nossa pesquisa de Mestrado (ROSA, 2011), e ainda presente nos estudos desta tese. Esse periódico defendia o programa de emancipação racional da mulher, ou seja, a liberdade que seria adquirida por meio da educação. Sendo assim, a jornalista (e diretora) do jornal orientava as mulheres a estudar para se libertar de seus pais, maridos e, dessa maneira, conquistarem sua independência financeira, emocional e física. As palavras da jornalista Senhorinha Diniz, responsável pelo jornal *O Sexo Feminino*, levam-nos à conclusão de Perrot (2005) sobre o acesso das mulheres à palavra. Segundo a historiadora, o uso da palavra pública é símbolo de poder e forma de acesso à esfera pública, da qual as mulheres sempre foram excluídas.

Em meio à hegemonia masculina, a palavra pública feminina assumia um caráter de afronta e resistência. O Brasil era um país marcado pela privação da presença das mulheres em alguns lugares públicos, especialmente no período dos anos oitocentos. Destarte, conceder a elas o direito de publicar documentos e divulgar ideias para toda a sociedade gera, necessariamente, um confronto entre homens e mulheres.

3.3 Os jornais e as mulheres (Ou as mulheres nos jornais)

O discurso jornalístico voltado para as mulheres foi construindo seu espaço no decorrer dos séculos e, assim, constituindo seu público leitor. Como observa Luca (2006, p.140), “[...] a ênfase em certos temas, a linguagem e a natureza do conteúdo tampouco se dissociam do público que o jornal ou revista pretende atingir”. No entanto, a história das mulheres, em si, foi por muito tempo silenciada e pouco registrada. Em outras palavras: o interesse histórico pelos registros femininos é tardio. Perrot (2005) assim explica tal desinteresse no registro da história das mulheres:

[...] a irrupção de uma presença e de uma fala femininas em locais que lhes eram até então proibidos, ou pouco familiares, é uma inovação do século XIX que muda o horizonte sonoro. Subsistem, no entanto, muitas zonas mudas e, no que se refere ao passado, um oceano de silêncio, ligado à partilha desigual dos traços, da memória e, ainda mais, da História, este relato que, por muito tempo, "esqueceu" as mulheres, como se, por serem destinadas à obscuridade da reprodução, inenarrável, elas estivessem fora do tempo, ou ao menos fora do acontecimento (PERROT, 2005, p. 9).

Vários motivos podem ser elencados para justificar o relativamente pequeno empenho de pesquisadores pela questão feminina. Um deles é o restrito número de escritos sobre as mulheres, o que se deve talvez à inserção tardia destas no mundo intelectual e também no mundo do trabalho.

As dificuldades de inserção efetiva das mulheres no universo das letras explica-se pela preponderância da atuação masculina nas produções literárias. Podemos observar a presença feminina de forma ainda tímida. Conforme Perrot,

Inicialmente a imprensa é um mundo masculino, de que as mulheres vão lentamente se apropriando. Não sem dificuldade. Os cafés, círculos e clubes, as salas de leitura, onde se lêem principalmente os jornais, são reservados aos homens. Todavia, as mulheres insinuavam-se no jornal pelos rodapés – a parte de baixo das páginas dos jornais – que lhes era progressivamente reservados, sob forma de crônicas de viagens ou mundanas e sobretudo de romances-folhetins, cada vez mais femininos por suas intrigas, suas heroínas e até por sua moral. Mesmo assim, esse prazer da leitura continuava sendo um prazer escondido... (PERROT, 1998, p.77)

Sabemos das dificuldades de inserção da mulher no mundo das letras, mas ao mesmo tempo é pertinente recordar que, com o passar dos anos, sua presença nos jornais foi sendo mais visível e, por fim, ela tornou-se mediadora dos discursos femininos. Veremos, pois, nas análises, que a presença da mulher na imprensa configura a possibilidade de extensão da fala do espaço privado, doméstico para o espaço externo, público.

Nessa perspectiva, iremos dar especial ênfase a esse discurso e à contribuição da mídia no sentido de trazer as mulheres ao universo das letras, da discussão e da reivindicação.

A questão feminina tem despontado na imprensa desde meados do século XIX, quando, ainda timidamente, surgiram jornais que abordavam os interesses da mulher, exploravam as necessidades e os direitos femininos. Nesse ambiente surgiu *O Sexo Feminino*, jornal já estudado por nós, como dissemos, em trabalho anterior, durante a pesquisa de Mestrado¹⁵. Lembramos que este periódico, de propriedade da jornalista Francisca Senhorinha da Motta Diniz, mostrava sua temática logo no cabeçalho, onde se podia ler: “Dedicado aos interesses da mulher”. Juntamente com Senhorinha Diniz, outras mulheres lançaram seus escritos em páginas de jornal, tornando públicos pensamentos e maneiras de perceber a realidade que as cercava.

Citemos alguns dos títulos que representam a pioneira imprensa feminina do século XIX: *Jornal dos Senhores* (1852-1855), *Bello Sexo* (1862), *O jornal das famílias* (1863-1878), *Jornal das damas* (1890), *A Estação* (1879-1904), entre tantos outros periódicos surgidos neste período. Para ilustrar, apresentamos as capas dos referidos jornais pioneiros do protagonismo feminino.

FIGURA 1 – Pioneiros da imprensa feminina no século XIX.

- a) *O Jornal das Senhoras*
- b) *Bello Sexo*
- c) *A Estação*
- d) *Jornal das Famílias*
- e) *Voz Feminina*

¹⁵ ROSA, G. T. *Ethos e argumentação de Senhorinha Diniz em O Sexo Feminino*. 2011. Dissertação realizada no Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011, 136 p. Por conselho de nossa orientadora de doutorado, que neles viu material digno de um estudo mais aprofundado, voltamos a incluir jornais do *Sexo Feminino* na atual pesquisa.

a)



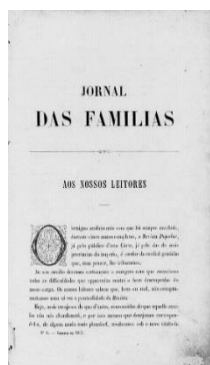
b)



c)



d)



e)



Fonte: Hemeroteca da Biblioteca Nacional: <http://memoria.bn.br>

Vê-se assim que nos anos oitocentos, no Brasil, a mulher começava a escrever para a imprensa, ou ser por ela tematizada. Já no início do século XX, o jornalismo em si já estava mais consolidado, com certa autonomia no país e deixava para trás o aspecto artesanal do século anterior. Assim, durante o último século, os jornais assumiram maior maturidade em sua produção.

É necessário ressaltar que a presença da corte portuguesa no país do início do século XIX foi um fator importante para o desenvolvimento (mesmo que tímido) da imprensa feminina.

A existência da corte passou a influir na vida da mulher no Rio de Janeiro, exigindo-lhe mais participação. O Rio estava deixando seu caráter provinciano para ser uma capital em contato com o mundo. Dentro desse contexto, a moda assumiu grande importância para a mulher que morava nas cidades, ainda mais se fosse na corte. As tendências europeias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda. A necessidade estava criada; havia, portanto, um mercado. (BITTONI, 2009, p.31)

A partir disso, explica-se, portanto, o lançamento do *Espelho Diamantino*, em 1827 (jornal categoricamente dedicado às mulheres), e de outros periódicos com temas femininos que surgiram especialmente a partir de meados dos anos oitocentos. Como já pontuamos em nossos estudos anteriores, “em função desse aprendizado contido e tardio das mulheres, sua presença nos jornais enquanto escritora pode ser observada apenas a partir de 1823, no *Sentinella da Liberdade*, de Cipriano Barata” (ROSA, 2011, p.22). Outros jornais destacaram-se no início da consolidação da imprensa feminina, a saber: *O Domingo* (1873-1875), que versava sobre literatura e moda, sob a direção de D. Violante A. X. de Bivar e Velasco; *O echo das Damas* (1885-1889), de propriedade de Amélia Carolina da Silva e Cia; *A Família* (1888-1889), de propriedade de Josephina Alvares de Azevedo, dedicado à educação da mãe de família, além de *A Pérola* (1889), folha literária bissemanal “... dedicada ao belo sexo”, segundo os estudos de Buitoni (2009).

FIGURA 2 – Jornais importantes na consolidação da imprensa feminina

- a) *O Domingo*
- b) *Echo das Damas*
- c) *A Família*



Fonte: <http://hemerotecadigital.bn.br/>

A respeito da produção literária, Perrot esclarece também o tipo de leitura que interessava às mulheres.

Além dos livros, há os jornais e as revistas – dos quais as mulheres são leitoras e produtoras. Elas pouco leem os jornais diários cujo conteúdo político se destina mais aos homens. Mas apoderam-se das

colunas dos folhetins. (...) A primeira imprensa feminina especializada é a da moda, que se inicia no século XVIII. Em sua maioria, são os homens que escrevem, mas as mulheres se introduzem pouco a pouco (PERROT, 2007, p.33).

O espaço público tomado pelas mulheres através da imprensa permitiu a elas desenvolver a atividade linguageira com o objetivo de lutar em prol da emancipação e de seus direitos. Woitowicz considera-a como mídia alternativa. Segundo ele,

O marco inicial que indica o surgimento da mídia alternativa feita por mulheres acontece ainda no século XIX, com a publicação de jornais que discutiam principalmente a participação política das mulheres e as mudanças de costumes. Ou seja, as experiências de produção de veículos (inicialmente femininos, depois feministas) acompanharam as lutas das mulheres por direitos, inclusive o direito à escrita. E lançaram as bases do que seria, décadas mais tarde, uma imprensa assumidamente feminista. (WOITOWICZ, 2012, p.1)

A mudança desse paradigma da imprensa ocorre durante o século XIX, momento em que proliferaram os jornais no país. O profissionalismo jornalístico contribuiu sobremaneira para esse panorama: com jornais consolidados, havia mais oportunidade para que o campo feminino se desenvolvesse. A criação do curso superior de Jornalismo¹⁶, em 1947, abriu espaço para que (aos poucos) mais mulheres conhecessem o método, a técnica do jornalismo e pudessem assumir essa atividade profissionalmente.

Sendo assim, durante o século XX, especialmente a partir da segunda metade, revistas e jornais para mulheres e escritos por elas surgiram e se consolidaram. Entre eles podemos citar o jornal *Voz Feminina*, fundado em 1900, em Diamantina e que lança em 1901 campanha a favor do voto feminino (BUITONI, 2009, p.53). Outros destaques do século XX mostram a mudança de paradigmas dessa imprensa que se especializava e construía para si imagens da interlocutora, a mulher brasileira. Buitoni lista, ainda no início do século XX, pequenos jornais femininos de curta duração, a saber: *O Chromo* (1901), *O Colibri* (1904), *O Sorriso* e *O Beijo* (1908)¹⁷.

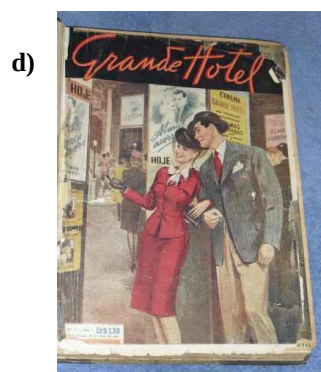
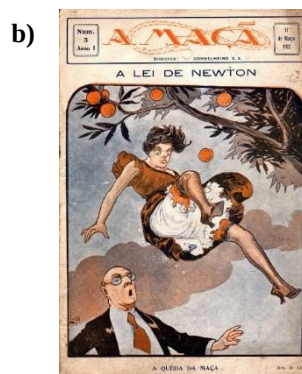
¹⁶ O curso foi criado pela Fundação Cásper Líbero em convênio com a Pontifícia Universidade Católica (PUCSP).

¹⁷ Não encontramos imagens das capas dos jornais referidos.

A publicação intitulada *A Revista Feminina*, lançada em 1914, “se destaca pela sua formulação mais “completa”” (BUITONI, 2009, p.56) o que a faz existir até a década de 1940. Também é do início do século XX a revista *A Cigarra* (1924), que abordava moda, cinema, beleza e esportes. Outros títulos também foram importantes na primeira metade desse século, como *A maçã* (1922), *A Renascença* (1923), *Grande Hotel* (1947)¹⁸.

FIGURA 3 – Referências do jornalismo feminino entre 1922 e 1947.

- a) *A Cigarra*
- b) *A maçã*
- c) *Renascença*
- d) *Grande Hotel*



Fontes: Biblioteca Digital, Biblioteca Nacional, (Renascença) Harpya Leilões.

¹⁸ Entre 1947 e 1961, a revista era uma tradução da revista italiana *Grand Hôtel*

O início da segunda metade do século marca a chegada de *Capricho* (1952), revista dedicada “à mulher moderna”. A sociedade consumista dará lugar, na década de 1960, à *Cláudia*, “revista que tem por trás o consumo emergente nas cidades (...)” (BUITONI, 2009, p.105).

FIGURA 4 – Capas da primeira edição das revistas *Capricho* e *Cláudia*.



Fonte: <http://www.justlia.com.br/2011/02/as-primeiras-capas-das-revistas/>

A temática do sexo aparecerá com mais vigor em *Eva* (1977) e *Carícia* (1975), revistas de formato menor, com o intuito de ser facilmente transportada pelas leitoras e evitar possíveis constrangimentos pela sua leitura.

FIGURA 5 – Capas das revistas *Eva* (dez/1977) e *Carícia* (1975).



Fontes: <http://olx.pt/anuncio/vendo-revista-eva-n-1221-natal-1977-IDy2ywJ.html> e <http://asfotonovelas.blogspot.com.br/2011/03/capricho-n-1-1952-raridade.html>

Em 1973, surge a revista *Mais*, dedicada à mulher de classe média e *Nova*, versão brasileira da revista americana *Cosmopolitan*. *Nova* é direcionada à mulher adulta, na casa dos 30/40 anos, casada (ou não), mas sempre uma mulher independente, livre, que tem uma profissão interessante e faz questão de ter uma boa vida sexual.

FIGURA 6 – Capa da edição número 1 da revista *Nova*.



Fonte: <http://asfotonovelas.blogspot.com.br/2011/03/capricho-n-1-1952-raridade.html>

Destacamos aqui, publicações também das décadas de 1970 e 1980 com perfil um pouco distinto daquelas que foram até agora listadas. Buitoni (2009) as chama de “tímidas tentativas artesanais de jornais e publicações que visam à promoção da mulher como ser humano”. Trata-se de jornais e revistas que abordam temáticas diferentes dos tradicionais assuntos desenvolvidos por algumas especializadas, relacionadas à beleza, moda, culinária e sexo. Nesse espaço estão *Nós Mulheres* (1976), *Brasil Mulher* (1976) e *Mulherio* (1980), este último compõe o *corpus* desta pesquisa.

Já na década de 1990, destacam-se as revistas francesas *Marie Claire* – 1991, para as mulheres de classe A e B e *Bárbara*¹⁹, esta última desenvolvida para mulheres maduras.

¹⁹ Não localizamos tal publicação para consulta.

FIGURA 7 – Capa da revista *Marie Claire* (1991).

Fonte: <http://www.robertomarinho.com.br/obra/editora-globo/rio-grafica/publico-feminino.htm>

Uma concorrência para a revista *Capricho* surgiu em 1994, com a publicação da revista *Atrevida*. Na década de 1990, surgem ainda *Ana Maria* (1996) e *Viva Mais!* (1999), ambas voltadas para a divulgação de vidas de celebridades e novelas.

FIGURA 8 – Capas das revistas *Atrevida*, *Ana Maria* e *Viva Mais!*

- a) *Atrevida* (Fonte: <http://atrevida.uol.com.br/divirta-se/se-liga/atrevida-17-anos-veja-os-melhores-momentos-da-revista-depoimentos/1835#>)
- b) *Ana Maria* (Fonte: <http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-724634058-revista-a-sua-semana-em-ana-maria-n-1-editora-azul-1996-JM#redirectedFromParent>)
- c) *Viva Mais* (Fonte: <https://angelicacollection.files.wordpress.com/2013/06/angelica-xuxa-eliana-didi-viva-1.jpg>)



Não podemos ignorar que algumas dessas publicações femininas contribuíram para a construção de uma imagem estereotipada da mulher (sensual, moderna, independente e consumista). Embora relativamente recentes, elas ainda tinham as marcas das revistas dos anos 60 e 70, cujos propósitos eram assumidamente capitalistas e mercadológicos, voltados para o consumo. Daí terem conservado essa imagem da mulher, baseada nos mesmos antigos clichês.

Mesmo não sendo o foco desta pesquisa, é interessante apenas pontuar que reconhecemos haver outra construção a respeito da imagem da mulher, que perpassa o senso comum, a reprodução da mulher –objeto, utilizada em publicidades, fruto do modelo desenvolvido a partir do modelo capitalista ocidental: mulher sexy, magra, perfeitamente bela, atraente, moderna e independente. Embora nosso foco esteja na observação da representação da mulher em publicações feministas, não podemos nos calar diante desse outro tipo de imagem que surge na imprensa, como contraponto ao que parece ser construído na imprensa feminista (conforme veremos na parte II desta tese).

Fala-se hoje de jornalismo especializado, para caracterizar as publicações direcionadas a um público específico. Tal jornalismo tem conteúdo próprio, pensado e estruturado para atender as demandas de determinado interlocutor. Encaixa-se, nesses moldes, o jornalismo feminino (seja ele de cunho feminista ou não).

Ainda a respeito do “discurso especializado”, Lage expõe as dificuldades e as exigências de tal produção. Segundo o pesquisador, “[...] por se dirigir a um grupo formador de opinião de conhecedores do tema, uma revista especializada [...] é forçada a ter sério compromisso com os temas que propõe” (LAGE, 2005, p.151). É criada, pois, a exigência da especificidade e a preocupação com as necessidades, intenções e interpretações do público destinatário do discurso, características estas que tendem a nortear e tecer a configuração de tal discurso; no caso desta pesquisa, aquele que é especificamente endereçado às mulheres.

A mídia assume esse espaço de reflexo e refração da realidade, por isso a imagem da mulher mediada pelos veículos de comunicação faz sentido na medida em que a comunicação se constitui como um processo dinâmico, marcado por mudanças e transformações de acordo com a sociedade em que está inserida.

Sabemos que o século passado foi marcado por revoluções sociais que também perpassaram a imprensa brasileira, dentre elas o movimento feminino, conhecido

também como *Feminismo*. Adotamos a seguinte definição de Feminismo, vinda de Duarte, que afirma:

Penso que o “feminismo” poderia ser compreendido em um sentido amplo, como todo gesto ou ação que resulte em protesto contra a opressão e a discriminação da mulher, ou que exija a ampliação de seus direitos civis e políticos, seja por iniciativa individual, seja de grupo. (DUARTE, 2011, p.73)

A partir desse prisma, podemos elencar diversos jornais que surgiram com a proposta feminista, de 1960 aos dias de hoje.

A década de 1960 no Brasil, constitui o ápice da busca das mulheres por mais espaço, direitos, liberdade e reconhecimento profissional. Hoje, no século XXI, fala-se em certa maturidade do movimento feminista. Algumas reivindicações foram alcançadas (como a proteção contra a violência) pelo menos em teoria, no entanto outras tantas permanecem ainda a motivar as ações de organizações civis em prol da classe feminina.

Podemos dizer que a imprensa participou e acompanhou tal movimento e sua repercussão no espaço público. Em muitos momentos, ela foi responsável por socializar informações referentes ao trabalho realizado por grupos feministas, quando não foi usada como instrumento eficaz no trabalho de reivindicação.

Citamos aqui o exemplo desenvolvido pela revista *Cláudia* (para citar apenas um caso), como lembra Woitowicz:

No contexto dos anos 1960, a coluna de Carmen da Silva, na revista *Cláudia*, traduzia as mudanças de comportamento e anunciava a emergência de conquistas e rupturas na vida das mulheres, preconizando as bandeiras do movimento feminista” (WOITOWICZ, 2012, p.5).

A partir de então, o feminismo assume seu caráter mais reivindicador, próprio de fins dos anos 1960. O pesquisador citado recorda também que

... diante das diversas experiências que marcaram a história das mulheres na imprensa, é possível pensar a mídia alternativa como um lugar de resistência e construção de identidades, uma vez que o discurso projetado nos veículos constitui também um fazer/agir do feminismo, que conquista espaço na esfera pública a partir de suas estratégias de visibilidade. Trata-se, portanto, de uma história marcada

por lutas e por conquistas femininas que se fazem, ao mesmo tempo, no campo social e no campo jornalístico”. (WOITOWICZ, 2012, p.7)

Assim, a junção entre os campos social e jornalístico direcionará as discussões propostas nesta pesquisa. Ao tratar da representação da mulher na imprensa, interessa-nos pensar essa mídia conforme o faz Woitowicz, ou seja, como um lugar de resistência e construção de identidades: isso será discutido com mais ênfase na terceira parte deste trabalho.

3.4. – Considerações finais do capítulo

Neste capítulo empenhamo-nos em apresentar, ainda que de forma panorâmica, a situação feminina – o seu discurso – em face da imprensa escrita dos séculos XIX e XX. Mostramos algumas publicações ditas “femininas” do século XX e insistimos ainda em ilustrar o capítulo com algumas das afirmações – tão modernas! – desta feminista *avant la lettre* que foi Senhorinha Diniz. Mais adiante, pretendemos aprofundar a compreensão do jornalismo, seus aspectos fundantes e sua perspectiva social e discursiva.

4. Recorrências, regularidades e reconhecimento do gênero notícia

4.1 Considerações iniciais

Apresentamos um panorama histórico do jornalismo no início desta pesquisa. Após visualizarmos as teorias que explicam e buscam compreender o funcionamento dessa área de comunicação, cumpre agora buscarmos a compreensão mais aprofundada do gênero notícia e suas implicações sociais e discursivas. Para tal, recordaremos o conceito de gênero discursivo para, em seguida, elencar as características principais da notícia, de modo a estabelecer suas recorrências no jornal.

4.2 Gêneros do discurso no jornalismo

A definição e compreensão do gênero em determinado discurso tem papel fundamental no estabelecimento do jogo discursivo que se dá entre os sujeitos envolvidos em tal ato de linguagem. Conforme Machado, “o gênero como uma ‘expressividade’ para a ação (do ato comunicacional) começa a dar sinais” (MACHADO & SOUSA, 2011, p. 113), a partir de suas recorrências no texto. O reconhecimento do gênero implica a definição também do objetivo da comunicação entre os sujeitos. Além disso, o gênero caracteriza (ou determina) o tipo de linguagem a ser usada pelos produtores do discurso.

Os estudos iniciais de Bakhtin levam-nos a compreender que os gêneros correspondem a “tipos relativamente estáveis” (BAKHTIN, 2000, p.301) que definem o estilo, a forma e o conteúdo do texto. As categorias essenciais elencadas por Bakhtin para definir um gênero correspondem ao conteúdo temático, ao estilo e à forma composicional do texto. Segundo o pesquisador russo, são características marcadas especificamente no todo do enunciado de uma esfera de comunicação. Elas se unem para constituir a “forma padrão e relativamente estável de estruturação de um todo” (Bakhtin, 2000, p.301), ou seja, o gênero. Segundo Bakhtin (op.cit.), a função de determinado texto, unida às condições específicas para cada uma das esferas de comunicação irá compor o gênero.

A concepção de gêneros está intimamente relacionada ao movimento linguageiro e à necessidade discursiva apresentada pelos sujeitos nas interações cotidianas.

Paradoxalmente, o gênero não é algo imposto, mas impõe-se com certas regras formais, de conteúdo. Se isso não acontecesse haveria um verdadeiro caos nas relações linguageiras entre os sujeitos. O gênero não fica isento de modificações ao longo de sua história, mas conta com uma estrutura mais ou menos codificada que molda e é moldada pelo social.

Conforme Marcuschi (2003, p.23), há “esferas ou instâncias de produção discursiva ou de atividade humana [...] que propiciam o surgimento de discursos bastante específicos”. A especificidade do discurso está ligada, muitas vezes, à forma que ele assume discursivamente e aos usos que dele são feitos socialmente. Sendo assim, a recorrência de determinado formato de texto em um suporte permite que sejam dele extraídas características pontuais que passam a defini-lo enquanto tipo específico, portanto, como gênero.

Maingueneau (2001) estabelece cinco elementos característicos e constituintes do gênero, a saber: finalidade, estatuto dos parceiros, lugar e momento de fala, suporte material e organização linguística. Para o pesquisador, esses elementos vão permitir o estabelecimento do comportamento adequado a cada uso discursivo. Segundo ele, “todo gênero implica um certo lugar e um certo momento...já se determina de quem parte e a quem se dirige” (MAINGUENEAU, 2001, p.66).

De forma semelhante, Charaudeau elenca três situações que definem o gênero, “a articulação entre esses três níveis (nível situacional, nível das restrições discursivas e o nível da configuração textual) e a correlação (e não em implicação sucessiva) dos dados que cada um desses níveis propõe” (CHARAUDEAU, 2004, p. 38).

Na compreensão de Charaudeau (2009), o gênero é definido a partir da finalidade discursiva de cada situação comunicativa. Desse modo, o gênero discursivo está relacionado diretamente com as intenções do sujeito que o produz e com a forma com que organiza seu pensamento em forma de texto. Para o linguista francês,

(...) uma análise dos gêneros deve se apoiar em uma teoria do fato linguageiro, dito de outra maneira, em uma teoria do discurso na qual possamos conhecer os *princípios gerais* sobre os quais ela se funda e os *mecanismos* que os colocam em funcionamento. Toda teoria do discurso implica, assim, que sejam determinados diferentes níveis de organização do fato linguageiro. (CHARAUDEAU, 2010, s/p)

Refletindo sobre a proposta de Charaudeau, vemos que a própria situação de comunicação determina as restrições e permissões do ato de linguagem. Ela funciona, desse modo, como um definidor do gênero a ser desenvolvido.

No caso das nossas análises, como tratamos do ambiente jornalístico, o próprio espaço define o tipo de gênero a ser produzido. Como vimos anteriormente, a partir das teorias do jornalismo, a rotina e o ambiente socioeconômico da profissão influenciam o modo de escrever do jornalista. A proposta de Charaudeau a respeito dos gêneros de discurso adapta-se assim a essas circunstâncias do jornalismo. Desse modo podemos pensar que a caracterização da notícia, subgênero clássico do jornalismo, estrutura-se a partir dos elementos fundadores da situação de comunicação.

Assim, sempre na esteira de Charaudeau (op.cit.) diremos que o contrato de verdade e fidelidade do jornalista implica no uso de elementos lógicos e racionais para o estabelecimento da narração do fato. Não desconsideramos que há, no discurso jornalístico elementos patêmicos que também contribuem para compor tal discurso. Do mesmo modo, outros gêneros são formados no ambiente jornalístico a partir das exigências situacionais, como a própria crônica, que compõe o jornal para ser algo leve, que descontraia o leitor e permita uma distração agradável em meio às notícias sérias e duras do dia a dia.

No próximo segmento, apresentamos um panorama da compreensão de notícia, tendo em vista os estudos referentes ao gênero e a perspectiva discursiva de seu uso em sociedade.

4.3 Concepção de notícia

Definir a notícia não é tarefa fácil no campo jornalístico. Encontramos entre os estudiosos da área diferenças de perspectivas e de detalhamentos, mas um ponto comum refere-se à proximidade com o fato. A partir de um conceito mais basilar, compreendemos que a notícia refere-se ao “relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE, 2005, p.17). Desse modo, vemos que o próprio conceito de notícia leva-nos ao modelo de escrita do texto jornalístico conhecido como pirâmide invertida. Nesta, são apresentados primeiro os aspectos mais importantes da notícia,

capazes de responder às perguntas basilares do jornalismo: *O quê? Quando? Onde? Como? Quem? Por quê?*. As respostas dadas a essas seis perguntas constituem o que chamamos no jornalismo de *lead* ou, de forma pragmática, o primeiro parágrafo da estrutura formal do texto noticioso. Usualmente, os manuais de redação orientam aos profissionais que busquem responder tais perguntas logo no início do texto, de modo a satisfazer a curiosidade do leitor.

Lembramos aqui o contrato (informante/informado), proposto por Charaudeau (op.cit), que cumpriria o papel das seis questões acima citadas. Desse modo, o leitor “curioso” satisfaz sua necessidade de informação ao saber o que aconteceu, onde foi o ocorrido, quais as pessoas envolvidas, as causas e circunstâncias do fato. A partir de então, posto o *lead*, o produtor da informação (jornalista) cuidará de apresentar mais detalhes sobre o ocorrido.

Na visão de Lage (2005, p.73), a notícia “expõe um fato novo ou desconhecido, ou uma série de fatos novos ou desconhecidos do mesmo evento, com suas circunstâncias”. Importa-nos destacar a noção de novidade e de ordenação de importância dos fatos, frisada por Lage. Assim, ela surge como resultado de seleções e exclusões das fases de apuração e produção das informações. A partir da visão desse pesquisador, retomamos a noção seletiva cunhada pelas teorias do jornalismo, do mesmo modo que recuperamos de forma mais prática a produção da notícia.

Voltemos ao gênero.

Outra característica sua refere-se à narratividade. Ao retratar o fato, o jornalista se empenha em manter a sequência dos acontecimentos e constrói, portanto, um texto marcado pela narração de fatos. Configura-se, pois, uma característica estrutural importante para a demarcação do gênero ao qual nos referimos. Nas palavras de Charaudeau (2008, p.153), para que haja uma narrativa é preciso “um contador (...) investido de uma intencionalidade, isto é, de querer transmitir alguma coisa (...) a alguém, um destinatário (...), e isso, de uma certa maneira, reunindo tudo aquilo que dará sentido particular a sua narrativa.”

A descrição que o linguista faz do modo de organização narrativo aproxima-se sobremaneira daquilo que observamos no texto jornalístico. Há sempre um contador (o jornalista) que busca transmitir algo (o fato) a alguém (seu público alvo).

A mescla entre a narração do jornalista em terceira pessoa e os depoimentos de testemunhas marcam também o discurso jornalístico. A proposta da notícia é que a

diversidade de pontos de vista de profissionais e testemunhas dos fatos, conhecidos como fontes jornalísticas, contribua para narrar o acontecido e organizar a notícia de forma harmoniosa.

A verossimilhança constitui outro ponto capital da produção noticiosa. Por mais que o jornalista se empenhe em dizer a verdade e relatar os fatos tal como eles aconteceram, sabemos que discursivamente é difícil manter a isenção na produção de textos. As várias escolhas que o jornalista faz durante o processo de produção já estabelecem a sua participação como sujeito na elaboração discursiva da notícia. Sendo assim, ele se empenha em apresentar a verdade dos fatos e, não conseguindo fazê-lo de forma perfeita e ideal, apresenta a versão mais próxima da realidade, portanto, chamada aqui de verossimilhança.

Aliam-se a essas características, a perspectiva da atualidade e do imediatismo da notícia. Para ser interessante, é preciso que a narração do fato seja atual, recente e imediata. Charaudeau (2007) pontua a novidade como elemento essencial na definição do gênero. “Propomos chamar notícia a um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo *espaço temático*, tendo um caráter de *novidade*, proveniente de uma determinada *fonte* e podendo ser diversamente tratado” (CHARAUDEAU, 2007, p.132, grifos do autor). No ambiente jornalístico, costuma-se afirmar que “notícia boa é notícia quente”; ou seja, interessa ao leitor aquela notícia saída do forno, que acabou de acontecer e já é logo contada, narrada ao destinatário²⁰.

Juntamente com as características da notícia, faz-se necessário comentarmos a compreensão de *valor-notícia*, ou seja, aquilo que dá a notícia seu caráter, que a categoriza enquanto tal; eis outro ponto importante para a nossa concepção do gênero. Podemos citar como *valores notícia* as características: *proximidade*, *novidade*, *localização*, *interesse público*, dentre tantos outros critérios responsáveis por dar à notícia o seu caráter específico. Dessa maneira, se um fato é novo, próximo do leitor, interessante para o público e apresenta certo grau de ineditismo torna-se, portanto, noticiável. Vale salientar que muitas vezes termo *valor-notícia* é tomado por sinônimo de critérios de noticiabilidade, usados para definir os valores que regem as relações noticiosas na imprensa. Mais adiante o estudaremos com mais detalhes.

²⁰ É importante ressaltar que com o desenvolvimento da internet, surge uma nova configuração nos moldes do jornalismo: a atualidade e o imediatismo ganham outros contornos com a internet. Nosso objetivo não é discutir tal reconfiguração, por isso apenas a situamos na atualidade.

Em busca de uma melhor categorização da notícia, Bonini faz um inventário dos gêneros no jornalismo como forma de salientar também as dificuldades de se estabelecer um consenso sobre as características compósitas de tal tipo de texto. Segundo o pesquisador, “o gênero (...) é entendido como representação característica do texto que ocorre como enunciado pleno ou recorte” (BONINI, 2003, p.210). Para ele, o gênero se caracteriza pelo reconhecimento de marcas linguísticas, de suporte e de circunstâncias, sejam elas enunciativas ou em relação ao meio social. O autor também recorda que para os manuais de jornalismo a concepção de gênero é fixa, passível de ser compreendida em sua forma técnica. Basta lembrar que os próprios manuais nomeiam a “gramática da notícia” como a forma correta de se escrever uma notícia. Essa forma estanque de compreender o gênero leva-nos a pensar em uma estrutura formal e imutável. Porém, de forma prática, vemos os gêneros se moldarem e se remoldarem de acordo com diversos critérios e situações distintas, a exemplo da influência exercida pelo pensamento editorial da empresa jornalística, ou mesmo pela intencionalidade por trás da publicação. Pensamos, pois, em uma perspectiva mais fluida para os gêneros.

Destarte, definir o que é notícia implica estabelecer determinados critérios que esbarram na maneira de pensar de cada instituição jornalística. São os critérios de noticiabilidade que definem aquilo que é ou não notícia para cada mídia. É o que veremos a seguir.

4.4 Critérios de noticiabilidade: operadores da construção do acontecimento

Compreendemos como critérios todos os elementos responsáveis por definir algo, que estabelecem algum tipo de especificação, norma ou distinção. No campo jornalístico, a palavra é usada com propriedade para situar os elementos que definem a notícia como tal, são os chamados critérios de noticiabilidade.

Wolf, teórico da área de Comunicação, é citado por Sousa e define a noticiabilidade como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar as notícias” (WOLF *apud* SOUSA, 2002, p.94). Nessa perspectiva, compreendemos os critérios como elementos fundamentais na fixação e no reconhecimento do gênero *notícia*.

Na seção anterior, listamos algumas características do gênero que contribuem para a melhor compreensão de tais critérios. A preocupação com a *verdade*, a *verossimilhança* e a *novidade* configuram elementos importantes no estabelecimento da noticiabilidade. Dito de outro modo, somente é considerado notícia aquele fato que se mostra inédito, interessante e verdadeiro. Portanto, esses já são considerados critérios definidores da notícia.

De forma mais conceitual, podemos dizer, juntamente com Sousa que:

(...) aquilo que torna uma mensagem ou acontecimento noticiável, a noticiabilidade, é uma qualidade que, segundo me parece, encontra explicação na conjunção de vários fatores conformativos principais: a ação pessoal, a ação social, a ação ideológica e a ação cultural (SOUSA, 2002, p.95).

Torna-se necessário pontuar neste momento a relação que se dá entre o produtor da notícia e a instância midiática que o circunda. Explicamos melhor: há critérios que são próprios do jornalista para estabelecer o que deve ser notícia e há outros, a nível macro, definidos pela empresa jornalística. Por uma questão hierárquica, na maioria das vezes, prevalecem os critérios definidos pelo jornal. Essa questão é também discutida por Sousa em seus estudos, ao afirmar que se trata de “um dos debates que atualmente mais vem agitando o mundo da comunicação social e os meios acadêmicos (...) saber até que ponto é o mercado ou são os jornalistas a ditar as leis e os critérios na produção e difusão da informação jornalística.” (SOUSA, 2002, p.111).

Perguntamo-nos, pois: o jornalista possui uma consciência individual ou coletiva? A resposta a esse questionamento esbarra nos condicionamentos discursivos, mercadológicos e estruturais. Para melhor compreendermos tal dinâmica, apresentaremos um exemplo prático. Na rotina de produção da notícia, o jornalista recebe um direcionamento dado pelo produtor através da pauta, instrumento de definição de angulação do produto noticioso. Ainda que o jornalista tenha uma opinião, ou uma proposta a respeito daquele assunto, ele deve ser fiel ao direcionamento dado pelo produtor, que corresponde à visão de mundo que a empresa jornalística possui a respeito de tal fato. Sob o prisma do discurso feminista, podemos pensar em uma pauta que oriente o jornalista a tratar o tema da violência contra a mulher, com enfoque para a evolução da lei *Maria da Penha*. Por mais que o repórter pense que não houve evolução no processo legislativo e queira abordar os diversos casos de mulheres agredidas que

ainda não têm soluções palpáveis, ele fica, de certa forma, subordinado às determinações da empresa e impedido de expressar seu ponto de vista e conduzir a produção da notícia à sua maneira. Sendo assim, a sua margem de manobra na adequação da notícia é relativamente pequena.

Podemos elucidar melhor os critérios de noticiabilidade ao listar os mais comuns na literatura da área: proximidade, clareza, momento do acontecimento, ineditismo, entre outros. “Independentemente das exigências da mediação, existe um conjunto de critérios de selecção de acontecimentos, isto é, uma escala de valores que permite analisar o grau de possibilidade de um acontecimento se transformar em notícia” (CANAVILHAS, 2001, p.3).

Demarcamos aqui a importância das teorias construtivistas do jornalismo, que assumem a notícia como uma construção sociodiscursiva, ancorada em valores socioeconômicos, políticos e institucionais/mercadológicos. Mais recentemente, o jornalismo tem se dedicado aos estudos da perspectiva do acontecimento, uma compreensão mais ampliada da notícia. A seguir, faremos alguns apontamentos sobre tal assunto, na tentativa de contribuir com as discussões a respeito das imagens e representações da mulher sob a perspectiva da imprensa. Torna-se necessário compreender a visão que os estudiosos da área possuem sobre a notícia como acontecimento.

4.5 Notícia e acontecimento

Podemos compreender o acontecimento como a realização de algo, ainda exterior ao texto, ao mundo discursivo. Trata-se de um fato ainda não narrativizado, ainda não contado. Lembramos o slogan da extinta revista *Manchete*²¹ que afirmava: “Aconteceu, virou Manchete”. O trocadilho do nome do elemento noticioso *manchete*, com o nome da emissora faz-nos perceber de forma clara a relação que há entre aquilo que acontece (fato) e a sua transformação em notícia (manchete), neste caso feita pela *Rede Manchete*. Desse modo, vemos que o episódio contado pela mídia transforma-se em notícia. Pontes e Silva (2010) afirmam que “o jornalismo coloca-se como mediador que possui a tarefa de trazer esse acontecimento exterior para a interioridade do texto”,

²¹ A revista *Manchete* foi lançada em 26 de abril 1952, pela Bloch editora e permaneceu até o ano 2000. Informações disponíveis em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/delapracapra/episodio/revista-manchete>, acesso em 28 de julho de 2015.

ou seja, a imprensa responsabiliza-se por construir o discurso daquilo que é noticiável. Sendo assim, os critérios utilizados pela instância de produção para definir o que é notícia são responsáveis por balizar as publicizações de acontecimentos cotidianos.

Discursivamente, compreendemos conforme Monnerat que

(...) toda significação veiculada pela língua decorre de modos de organizar nosso conhecimento sobre o mundo em categorias culturalmente estáveis e socialmente relevantes integradas em sistemas simbólicos, ou seja, a palavra com que comunicamos nossas percepções não é um espelho fiel do mundo, mas uma representação dele (MONNERAT, 2010, p.247).

Ao tratarmos as produções jornalísticas, tal afirmação encontra maior significação, uma vez que toda a narrativa jornalística baseia-se na narração do fato a partir de sua observação feita por uma testemunha, um *contador*, para usar os termos de Charaudeau, referente ao modo de organização narrativo. Sob o mesmo viés, Sousa (2012, p.25) afirma que os acontecimentos “são transformados em notícias pelo sistema jornalístico”. Assim, os jornalistas processam as informações a respeito do episódio para gerarem as notícias. Surge aqui uma discussão interessante: até que ponto vai a fidelidade do profissional para narrar com precisão os eventos ocorridos? Ou ainda: é possível construir um discurso que seja exclusivamente fiel ao episódio ocorrido? Como tratamos da perspectiva da verossimilhança anteriormente, pensamos ser tarefa difícil construir um discurso real e isento, por isso a notícia assume seu caráter verossímil, por aproximar-se da realidade, mas não ser a realidade plena.

É importante ressaltar que não há um consenso entre os pesquisadores da comunicação no que diz respeito a definição do termo *acontecimento*. Há duas perspectivas distintas para a compreensão do acontecimento: uma que considera acontecimento como tudo aquilo que *ocorre* no mundo real, mesmo sem ser discursivizado e outra que remete àquele fato que foge do comum, que extrapola o esperado e transforma-se, portanto, em um acontecimento.

Para Charaudeau o acontecimento só existe quando é nomeado. “O acontecimento não significa em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso” (CHARAUDEAU, 2007, p.132). Soma-se a esse pensamento, a perspectiva de Benetti, ao afirmar que “o fenômeno precisa ser inscrito

em um regime discursivo para que passe a ter existência como acontecimento” (BENETTI, 2010, p. 148).

Sendo assim, ao aceitarmos a diferenciação do acontecimento, optamos por nomear como *acontecimento jornalístico* aquele fenômeno do mundo real que é “elevado” ao caráter de notícia, ou seja, tem importância social e midiática para ser noticiado. Para Benetti, “o acontecimento jornalístico geralmente se define a partir de uma concepção positiva ou funcional da história: o excepcional em relação ao comum, o desvio em relação à norma” (BENETTI, 2010, p.145).

Somamos nossos pensamentos também aos de Rodrigues (1988), ao afirmar que o acontecimento jornalístico refere-se ao “acontecimento de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminável de acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditadas pelas leis das probabilidades, sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência” (RODRIGUES, 1988, p.27). Sendo assim, quanto mais inusitado o fenômeno, maior a capacidade de tornar-se notícia, de ser reconhecido como acontecimento.

De forma mais completa, Leal *et al.* (2012) fazem uma reflexão a respeito da notícia como transformação do fenômeno real em construção discursiva:

Sendo uma ‘sombra projetada’ pelo conceito de fato, o acontecimento constitui uma espécie de resíduo do saber jornalístico, algo que se infere a partir de sua transformação em narrativa noticiosa. Em outras palavras, o acontecimento é tanto anterior como posterior à ação jornalística, que se constitui, então, como um ator social mas no processo de disseminação – leitura, conformação e produção – dos eventos e não só como momento último de um ocorrido linear e finito. Dessa maneira e por outro lado, a separação entre sujeito e objeto, tão cara à visão do jornalismo como espelho do real, se esvanece, pois o acontecimento é tanto o material de trabalho do jornalista como o produto do fazer. O acontecimento não é um dado, sim um construto histórico social dinâmico e instável. (LEAL *et al.*, 2012, p.388)²².

²² Nossa tradução de: “Siendo una “sombra proyectada” por el concepto de hecho, el acontecimiento constituye una especie de residuo del saber periodístico, algo que se infiere a partir de su transformación en narrativa noticiosa. En otras palabras, el acontecimiento es tanto anterior como posterior a la acción periodística, que se constituye, entonces, como un actor social más en el proceso de diseminación - lectura, conformación y producción- de los eventos y no sólo como el momento último de un recorrido linear y finito. De esa manera y por otro lado, la separación entre sujeto y objeto, tan cara a la visión del periodismo como “espejo del real”, se evanece, pues el acontecimiento es tanto el material de trabajo del periodista como el producto de su hacer. El acontecimiento no es un dato, sino un constructo histórico-social dinámico e inestable” (LEAL *et al.*, 2012, p.388)

A compreensão do acontecimento como construção sócio histórica é bastante rica no sentido de apontar o modo como o sujeito percebe o mundo e o relata, através da perspectiva discursiva. Ao tratarmos a figura do jornalista como observador e testemunha dos fenômenos observados, verificamos a sua subordinação às instâncias hierárquicas de produção da notícia. Portanto, como já discutimos anteriormente, os critérios definidores da construção histórica do produto noticioso relacionam-se a valores pessoais, mas muito mais a valores coletivos institucionalizados pela mídia.

Enquanto construção da realidade, a notícia é capaz de assumir seu caráter histórico, ainda que a partir de um olhar enviesado do jornalista ou da instância midiática. Os fatos adquirem importância como fatos sociais, uma vez que eles passam a existir como registros e tornam-se válidos e reais para produtores e receptores daquela informação jornalística. Sendo assim, a relevância de determinado fato social poderá ser maior para um grupo na mídia e menor para outro, dados os crivos jornalísticos que cada um assume para si.

Outra forma pertinente de compreender o acontecimento é a partir do seu grau de *afetamento*, ou seja, observar/analisar como as pessoas são tocadas/afetadas por aquela publicação tornada acontecimento.

Na medida em que afeta os sujeitos que a ele se expõem, o acontecimento assume dimensão de teste: ele emerge como uma prova da qual não saem intactos aqueles que a ele se submetem. Ao se processar, o acontecimento coloca em causa a própria identidade dos sujeitos, que constroem-se e compreendem-se à luz das revelações que ele traz à baila” (FRANÇA & ALMEIDA, 2008, p.6).

Sob esse prisma, verificamos que o acontecimento interfere na dinâmica social, apresenta a perspectiva do inédito e desencadeia ações e reações na sociedade em função de sua repercussão e do nível de envolvimento e recepção do destinatário com tal publicação chamada acontecimento.

Baroni e Aguiar acrescentam um viés interessante à perspectiva do acontecimento. Para eles, “Fato, em latim *factum*, é particípio passado; desse modo, o fato é o acontecido. O acontecimento permanece no agora” (BARONI & AGUIAR, 2009, p.139). Sob esse ponto de vista, atribuímos ao acontecimento a capacidade de permanência, de continuidade, uma vez que ele pode ser desmembrado em outras recorrências, a partir do ponto inicial, do fato relatado. No jornalismo, esse

desmembramento dos fatos é conhecido como *retranca*, quando há a possibilidade de abordar outras perspectivas a partir do fato inicial, diante dos acréscimos e das novidades descobertas no processo de produção da notícia.

Nesta mesma linha, David-Silva compreende o acontecimento como construção posterior ao fato acontecido. Para ela,

[...] o acontecimento [é] algo que se encontra no passado, já que, mesmo que presenciemos o momento exato de sua ocorrência, enquanto ocorrência, ele ainda não é um acontecimento, não podemos apreender nesse momento toda a sua dimensão. Apenas *a posteriori*, por um processo de redução de sua complexidade e indeterminação, é que poderemos descrevê-lo e torná-lo inteligível. (DAVID-SILVA, 2007, p.2).

Assim, compreende-se que o acontecimento abre espaço não só para a construção estratégica da linguagem, à medida que se dá *à posteriori* do fato, como também para a exposição do modo de ver o mundo da instância produtiva.

Em seus estudos sobre acontecimento e celebridades, Simões (2012) descreve as diversas perspectivas a respeito do termo acontecimento, sustentadas por pesquisadores com distintos pontos de vista. Para a autora, “os acontecimentos irrompem na experiência dos sujeitos e são descritos e narrados a partir de outras narrativas que os reconfiguram – incluindo aqui as narrativas midiáticas” (SIMÕES, 2012, p.24). E ainda, interpretando Queré, Simões defende que “o acontecimento não se reduz, assim, à ideia de fato, já que não pode ser datado, reduzido à sua efetuação espaço-temporal e submetido à lógica da causalidade” (SIMÕES, 2012, p.22). Esse entendimento contribui, portanto, para estabelecermos o relacionamento entre o acontecimento narrado e a experiência do destinatário diante dele. As associações e avaliações (diretas ou indiretas) feitas pelo público contribuem para a construção do acontecimento, para o aumento de sua repercussão social e, conseqüentemente, para a sua validação enquanto acontecimento jornalístico e não como um simples fato (cotidiano).

4.6 Considerações finais do capítulo

As discussões em torno da história do jornalismo e das concepções de notícia e acontecimento são importantes para o desenvolvimento desta pesquisa, uma vez que oferecem subsídios para compreendermos a forma como as notícias são construídas e de que maneira elas evidenciam a visão de mundo das instâncias de produção noticiosa.

Foi o que tentamos mostrar neste capítulo e nesta primeira parte da tese. Na segunda parte desta pesquisa, dedicar-nos-emos à discussão sobre as identidades e representações para, *a posteriori*, enveredarmos para a reflexão e análise da identidade e representação da mulher na imprensa feminista (escrita).

PARTE II – MULHER(ES) E SUAS IMAGENS ATRAVÉS DOS JORNAIS

5 - Mulher: substantivo histórico, social e midiático

5.1 Considerações iniciais

Dedicamo-nos, neste capítulo, a investigar significados e interpretações a respeito do nome *mulher*. Em um primeiro momento, apresentamos o panorama histórico do feminismo e sua compreensão na sociedade. Em seguida, refletimos sobre a necessidade de se estudar a mulher na imprensa para, por fim, apresentarmos as concepções palavra *mulher* sob o olhar da Biologia, da História, da Religião. O papel da mulher na sociedade e, essencialmente na imprensa é refletido com o intuito de oferecer subsídios para a discussão do capítulo seguinte sobre a construção da imagem da mulher através dos jornais.

5.2 Um pouco de história

A constituição da mulher e de seus papéis sociais é ponto importante na discussão sobre a representação feminina através da mídia, tema central desta pesquisa. Nesse sentido, faz-se necessário apresentar e discutir o que é *ser mulher* na sociedade brasileira, e como essa imagem de mulher se constituiu durante os séculos.

Neste capítulo, pretendo apresentar também um panorama dos fatos e datas mais importantes da história da mulher e, por que não dizer, da história do feminismo no Brasil, na tentativa de construir um perfil da participação da mulher em sociedade, seus silêncios e suas manifestações. Alguns marcos sociais e históricos têm importância fundamental na definição e constituição do que é *ser mulher* na sociedade brasileira. Interessa-nos pontualmente essa discussão, uma vez que analisar e discutir a inserção da mulher nos meios de comunicação implica, necessariamente, passar por datas históricas, construções de sentido específicas de cada período, restrições e liberdades conquistadas durante a história da mulher no Brasil. Apresentamos, na sequência, um quadro com um panorama histórico, definido por datas importantes que marcaram as lutas e conquistas das mulheres no Brasil e no mundo. Diante dos diversos fatos ocorridos desde o lançamento da *Declaração dos Direitos da Mulher* (1791), optamos por fazer a seleção das datas que trouxeram implicações diretas para o feminismo.

QUADRO 1 - A história da mulher contada em datas (continua)

Datas	Acontecimentos
1529	Cornélio Agrippa escreve a obra <i>De nobilitate et praecellentia feminae sexus</i> (Da nobreza e excelência do sexo feminino).
1673	François de la Berre publica a obra <i>De l'égalité des sexes</i> .
1790	Mary Wollstonecraft publica <i>Reivindicação dos direitos da mulher</i> . Através dessa obra, ela defendeu uma educação para meninas que aproveitasse seu potencial humano.
1791	Marie Gouze, escritora e militante francesa, publica a <i>Declaração dos Direitos da Mulher</i> . Para assinar seus panfletos de luta a favor da mulher, usava o pseudônimo Olympe de Gouges.
1827	Mulheres têm direito a frequentar escolas no Brasil.
1832	Lançamento do livro de Nísia Floresta, <i>Direitos das mulheres e injustiça dos homens</i> .
1848	Em Nova York (EUA), ocorre a Convenção em Seneca Falls, o primeiro encontro sobre direitos das mulheres.
1850	Criação dos jornais brasileiros <i>A Esmeralda</i> e <i>O Jasmin</i> , lançados em Recife.
1852	É lançado no Brasil o <i>Jornal das Senhoras</i> , editado por Joana Paula Manso de Noronha.
1857	Em 8 de março, em Nova York, 129 operárias morrem queimadas pela força policial, na fábrica têxtil <i>Cotton</i> , em Nova York. Elas ousaram reivindicar a redução da jornada de trabalho e o direito à licença-maternidade. Desde 1910 a data é utilizada em comemoração ao dia da mulher como forma de “homenagear” as militantes trabalhadoras.
1862	Lançamento do jornal <i>O Bello Sexo</i> , no Brasil.
1869	O Wyoming é o primeiro estado dos Estados Unidos a outorgar o direito de voto feminino.
1869	John Stuart Mill publica a obra <i>Sobre a sujeição da Mulher</i> , através da qual defende o fim da desigualdade feminina.
1873	Publicado em Campanha da Princesa (MG), o jornal <i>O Sexo Feminino</i> .
1874	Surgiram os periódicos <i>O Domingo</i> e o <i>Jornal das Damas</i> , no Rio de Janeiro, seguidos do <i>Myosotis</i> , de Maria Heraclia, lançado em Recife, em 1875, e do incisivo <i>Echo das Damas</i> , de Amélia Carolina da Silva Couto, no Rio de Janeiro, em 1879.
1874	Maria Augusta Generosa Estrella deixou o Rio de Janeiro para estudar medicina nos Estados Unidos. A ela se juntou Josefa Agueda Felisbella Mercedes de Oliveira. As duas publicaram, depois, um jornal em Nova York: <i>A Mulher</i> (1881).
1879	O governo brasileiro abriu as instituições de ensino superior do país às mulheres.
1880	No Brasil, as primeiras mulheres graduadas em Direito encontram dificuldades em exercer a profissão.
1888	Criação do jornal <i>A Família</i> .
1893	Liderado por Kate Sheppard, o movimento sufragista da Nova Zelândia consegue garantir o direito de voto às mulheres.
1897	No Reino Unido, Millicent Fawcett funda a <i>União Nacional pelo Sufrágio Feminino</i> .

QUADRO 2 - A história da mulher contada em datas (continua)

1898	Inglaterra e Escócia jogam em Londres a primeira partida de futebol feminino.
1900	Primeiras referências na imprensa internacional às exibições esportivas femininas.
1907	Sob a presidência de Clara Zetkin, reúne-se a <i>I Conferência Internacional de Mulheres Socialistas</i> .
1910	A professora Deolinda Daltro funda o <i>Partido Republicano Feminino</i> , no Brasil.
1913	Sufrágio feminino na Noruega.
1917	A professora Deolinda Daltro lidera uma passeata exigindo a extensão do voto às mulheres.
1918	- O Parlamento britânico aprova uma lei eleitoral que outorga o sufrágio às mulheres maiores de 30 anos. - No Brasil, a jovem Bertha Lutz, iniciando a carreira profissional como bióloga, publica, na <i>Revista da Semana</i> , uma carta denunciando o mau tratamento dado ao sexo feminino pela sociedade.
1920	É aprovada a XIX emenda à Constituição dos Estados Unidos, estabelecendo que todas as mulheres maiores de idade têm direito ao voto.
1921	É constituída, no Rio de Janeiro, sob a liderança de Bertha Lutz, a <i>Federação Brasileira pelo Progresso Feminino</i> .
1929	Sufrágio feminino no Equador.
1932	O governo de Getúlio Vargas promulga o novo Código Eleitoral pelo Decreto n.º 21.076, de 24 de fevereiro, garantindo finalmente o direito de voto às mulheres brasileiras.
1933	Nas eleições deste ano para a Assembleia Constituinte, são eleitos 214 deputados e uma única mulher: a paulista Carlota Pereira de Queiroz.
1945	As mulheres conseguem o direito de voto na França e na Itália.
1949	A escritora francesa Simone de Beauvoir (1908-86) publica o livro <i>O segundo sexo</i> , uma análise da condição da mulher na sociedade.
1951	Aprovada pela <i>Organização Internacional do Trabalho</i> , a 19 de junho, a Convenção de Igualdade de Remuneração entre trabalho masculino e trabalho feminino para função igual.
1960	Surge o novo feminismo, em paralelo com a luta dos negros norte-americanos pelos direitos civis e com os movimentos contra a Guerra do Vietnã.
1963	Betty Fridman publica <i>A mística feminina</i> , obra que rediscute os papéis sociais desempenhados pela mulher.
1964	No Brasil, o <i>Conselho Nacional de Desportos</i> (CND) proíbe a prática do futebol feminino.
1968	Greves e movimentos populares e estudantis ocorrem em Paris, Praga e depois na Alemanha, Itália, Argentina, México e no Brasil.
1975	No Rio de Janeiro, é criado o <i>Centro da Mulher Brasileira</i> — CMB, primeira organização do novo feminismo. Em São Paulo, outro grupo de mulheres funda o <i>Centro de Desenvolvimento da Mulher Brasileira</i> — CDMB. Aparece, no país, o <i>Movimento Feminino pela Anistia</i> — MFA, unido à

QUADRO 3 - A história da mulher contada em datas (continua)

Datas	Acontecimentos
1985	- Criada a primeira delegacia da mulher. Criação da <i>Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres</i> , com <i>status</i> de ministério.
	luta pela redemocratização do Brasil. O MFA era presidido por Terezinha Zerbini.
1980	Realiza-se o <i>Encontro Feminista de Valinhos</i> , São Paulo. Recomenda-se a criação de centros de autodefesa, para coibir a violência contra a mulher.
1981	Cai o veto à prática do futebol feminino no Brasil.
1984	Criação do <i>Conselho Nacional da Condição da Mulher</i> (CNDM), que junto ao <i>Centro Feminista de Estudos sobre a Mulher e Assessoria</i> (CFEMEA) organiza uma campanha nacional para a inclusão dos direitos das mulheres na nova carta constitucional.
2006	Criação da <i>Lei Maria da Penha</i> (Lei n. 11 340, de 7 de agosto de 2006).

Fonte: Elaborado pela autora

Como é sabido, o movimento feminista é conhecido pelo seu ápice de atuação na segunda metade do século XX, quando os movimentos sociais proliferaram nas Américas e na Europa. Porém, ao acompanharmos a história da mulher, notamos que a busca pela igualdade e pelos direitos desse grupo vem sendo reivindicada há mais de quatro séculos. Propomos a seguir alguns rápidos comentários sobre os avanços e retrocessos do quadro 1.

No século XVI, em 1529, o alemão Cornélio Agrippa escreveu a obra *De nobilitate et praecellentia feminae sexus* (*Da nobreza e excelência do sexo feminino*). Na baixa Idade Média, quando a Igreja reservava à mulher um lugar de periferia e de inferioridade, o humanista Agrippa propõe a valorização da figura feminina. A igualdade entre os sexos foi também defendida na França, em 1673, por François de la Berre, na obra *De l'égalité des sexes* (*Igualdade dos sexos*). Dentre os pontos defendidos pelo filósofo estava o direito de a mulher exercer o sacerdócio. Esses casos chamam-nos a atenção especialmente por serem fruto de iniciativas masculinas em favor da defesa e igualdade dos direitos femininos.

Sob as luzes do Iluminismo, aparece a obra de Mary Wollstonecraft, de 1790, *Reivindicação dos direitos da mulher*, que contribuiu sobremaneira para o desenvolvimento intelectual do tema. Desde então, muitos fatos marcaram avanços e retrocessos na história da mulher no Brasil e no mundo. A cultura de afastamento da

mulher das decisões políticas serviu de incentivo para as constantes lutas por espaço social.

Outra publicação importante na constituição do embasamento de luta feminina é a obra de Marie Gouze. A escritora e militante francesa publica a *Declaração dos Direitos da Mulher*, em 1791. Como foi dito no quadro, para assinar seus panfletos de luta a favor da mulher, usava o pseudônimo Olympe de Gouges.

A marca da iniciativa de inserção da mulher brasileira na sociedade se dá com a autorização dada às mulheres a frequentarem escolas. Em 1827, o decreto imperial de 15 de outubro estabeleceu a criação das primeiras escolas em cidades e vilarejos. Antes desse decreto, as mulheres obtinham algum tipo de formação em casa, com as mães ou as amas de casa e, quem tinha essa sorte (de ter mulheres letradas em casa), aprendia a ler. As amas eram também responsáveis por ensinar às meninas os afazeres domésticos e os preceitos religiosos. O aprendizado recluso trazia às mulheres a reafirmação do seu lugar no interior da casa, distante das ações e aparições públicas. Com o acesso às escolas, abria-se uma nova possibilidade à classe feminina, que culminaria na produção literária, jornalística e acadêmica (ao longo do tempo).

Outra data importante para a história da mulher foi o famoso *8 de março*. O ano de 1857 foi marcado por um ato de reivindicação das mulheres, em uma fábrica têxtil nos Estados Unidos, em busca de redução da jornada de trabalho. A morte das manifestantes deu lugar à “comemoração” do dia da mulher, em 8 de março, desde o ano de 1910. A coragem e ousadia das trabalhadoras diante da repressão foi o motivo principal da homenagem feita a elas com a instituição dessa data que é comemorada até hoje, em grande parte do mundo.

Juntamente com as publicações de obras filosóficas e teóricas em prol dos direitos da mulher, a imprensa aparece como um grande instrumento de proliferação dos ideais de igualdade entre os sexos. No Brasil do século XIX, começam a surgir os jornais com temáticas femininas. No início, os periódicos abordam timidamente questões de moda; as mulheres usam pseudônimos masculinos para ter seus textos publicados; depois os folhetins aparecem como um bom atrativo para as mulheres e, em fins do século XIX, solidificam-se os jornais de cunho emancipatório, em busca da igualdade e dos direitos das mulheres na sociedade.

O início do século XX é reconhecido pela luta e pelas conquistas femininas com relação ao direito de votar. No Brasil, a lei de 1932, do governo Getúlio Vargas, é

responsável por permitir que as mulheres participem diretamente das decisões políticas, ao adquirirem o direito ao voto.

Em 1949, a publicação do livro *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, trouxe diversas contribuições para a luta feminina. O embasamento para a grande efervescência dessa questão, nos anos 60 e 70, foi sustentado pelas discussões da filósofa francesa. Simone de Beauvoir defendeu, essencialmente, a liberdade em suas obras e buscou refletir sobre a construção cultural da figura feminina, por isso sempre foi alvo de críticas, incompreensões e, ao mesmo tempo, motivação para as mulheres envolvidas em questões políticas e dispostas a buscar sua liberdade.

Se continuarmos caminhando pelo século XX, veremos que a grande marca de reivindicações e lutas das mulheres está no final da década de 1960 e nos anos 1970, momento em que o mundo passa por uma agitação política e social. As manifestações estudantis e os movimentos populares em busca de liberdade e de direitos políticos compuseram o cenário facilitador do surgimento do feminismo. A historiadora francesa Perrot (2007) assegura que tal momento histórico relaciona-se a situações de ordem científica, sociológica e questões políticas.

O advento da história das mulheres deu-se na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos nos anos 1960 e na França uma década depois. Diferentes fatores imbricados – científicos, sociológicos, políticos – concorreram para a emergência do objeto mulher, nas ciências humanas em geral e na história em particular. (PERROT, 2007, p.19)

Se fizermos um retorno na história do século XX, é possível concluir que o movimento feminista dos anos 1960/1970 (largamente conhecido) foi reflexo de um processo paulatinamente construído desde o século XVI. Concordamos com Perrot que a década de 1960 foi apenas o ápice de uma escada, construída por degraus pequenos e alicerçados de forma morosa por entre os séculos. As discussões filosóficas e teóricas, os tímidos decretos-lei que inseriam as mulheres em ambientes escolares, as lutas por espaço político nos anos noventa, as publicações midiáticas desde o início do século XIX (no Brasil, somente a partir de 1850) e todas as investidas das mulheres em busca da conquista de espaço podem ser elencados como fatores que desencadearam o feminismo no Brasil e no mundo.

O feminismo como movimento coletivo de luta de mulheres só se manifesta como tal na metade do século XX. Essas lutas partem do reconhecimento das mulheres como específica e sistematicamente oprimidas, na certeza de que as relações entre homens e mulheres não estão inscritas na natureza, e que existe a possibilidade política de sua transformação. A reivindicação de direitos nasce do descompasso entre a afirmação dos princípios universais de igualdade e as realidades da divisão desigual dos poderes entre homens e mulheres. Nesse sentido, a reivindicação política do feminismo só pode emergir em relação a uma conceituação de direitos humanos universais; ele se baseia nas teorias dos direitos da pessoa, cujas primeiras formulações resultam das revoluções norte-americana e depois a francesa. (FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2009, p. 144).

Tais reivindicações políticas encontram terreno fértil para seu desenvolvimento nas mobilizações dos anos 1960 e 1970. É interessante pontuar que as várias fases de ações e exigências das mulheres são compreendidas, pelos estudiosos da área, a partir de ondas. A metáfora do feminismo como *ondas* sugere um movimento constante, “[...]...intermitente, sincopado, mas ressurgente, porque não se baseia em organizações estáveis capazes de capitalizá-lo. É um movimento e não um partido...” (PERROT, 2007, p.155). Desse modo, por estar envolvido com ações de grupos (populares ou não), o feminismo contribui para a construção de uma coletividade. O movimento “[...] assumiu e criou uma identidade coletiva de mulheres – indivíduos do sexo feminino com um interesse compartilhado no fim da subordinação, da invisibilidade e da impotência, criando igualdade e ganhando um controle sobre seus corpos e vidas” (MATTOS, 1999, p.35).

De forma mais pragmática, Duarte (2003) compreende o feminismo como “[...] todo gesto ou ação que resulte em protesto contra a opressão e a discriminação da mulher, ou que exija a ampliação de seus direitos civis e políticos seja por iniciativa individual, seja de grupo...” (DUARTE, 2003, p.152). A partir dessa perspectiva, a pesquisadora estabelece três ondas que explicam o movimento feminista no Brasil, caracterizadas pelo tipo de reivindicação sustentada pelas mulheres e pela composição do grupo envolvido. A primeira onda estaria no início do século XIX, com dois marcos principais no Brasil: o direito das mulheres frequentarem a escola, e a publicação do livro *Direitos das mulheres e injustiças dos homens*, da brasileira Nísia Floresta. Do Rio Grande do Norte, Nísia Floresta traduziu livremente as ideias de Mary Wollstonecraft e

acrescentou-as às contribuições de outra (o)s filósofa (o)s dos séculos anteriores. Para Duarte (2003), essa primeira onda pode ser definida pela sua exterioridade.

E aqui está a marca diferenciadora deste momento histórico: a nossa primeira onda, mais que todas as outras, vem de fora, de além mar, não nasce entre nós. E Nísia Floresta é importante principalmente por ter colocado em língua portuguesa o clamor que vinha da Europa, e feito a tradução cultural das novas idéias para o contexto nacional, pensando na mulher e na história brasileira (DUARTE, 2003, p.154).

Sob outra perspectiva, Pinto (2009) defende que a primeira onda do feminismo está no início das manifestações femininas em busca de seus direitos.

Mas a chamada primeira onda do feminismo aconteceu a partir das últimas décadas do século XIX, quando as mulheres, primeiro na Inglaterra, organizaram-se para lutar por seus direitos, sendo que o primeiro deles que se popularizou foi o direito ao voto (PINTO, 2009, p.15).

Encontramos em Knebell (2009) outra opinião. Para o pesquisador, a primeira onda de feminismo relaciona-se às reivindicações de mulheres brancas, da classe média, preocupadas com a participação política. Por isso, o movimento iniciado na Europa e nos EUA a partir de meados do século XIX traz como reivindicações o direito ao estudo, à herança, à propriedade, ao voto e ao trabalho remunerado. Com a chegada do século XX, as mulheres passam a cobrar mais diretamente o direito ao voto e, assim, ficam conhecidas como sufragistas.

Nesta tese, compreendemos que o feminismo está relacionado às manifestações, sejam elas veladas ou explícitas, de mulheres em prol de direitos, de espaço e de consolidação de identidade. Sendo assim, somamos nossa voz à de Duarte, quando esta afirma que a primeira onda do feminismo está diretamente vinculada à lei que permite à mulher frequentar as escolas, no Brasil. A base de formação do movimento feminista brasileiro da década de 1970 parece ter surgido a partir de tal abertura à educação e das leituras libertárias advindas de movimentos filosóficos e sociais do exterior. Acreditamos serem importantes as manifestações em busca de direitos, tal como aconteceu a partir de fins do século XIX e início do século XX, como define Pinto; mas preferimos tomar como referência nesta tese a ideia de que a primeira onda do feminismo antecede a manifestação popular e se insere na produção intelectual.

Para os pesquisadores do feminismo, a segunda onda tem início com o fim da Segunda Guerra Mundial. Após ter saído para o mercado de trabalho, para substituir a mão de obra masculina que estava na guerra, a mulher reivindicava outros direitos a ela cerceados. A partir da segunda metade do século XX, as mulheres buscavam a construção da sua identidade. Para isso, era preciso lutar pelo direito de usufruir seu corpo e ter acesso ao prazer. A agitação social e política da Europa no final dos anos 1960 contribuiu para o ápice do movimento e, portanto, para o surgimento da segunda onda do feminismo.

Duarte (2003) ao apresentar sua releitura das ondas do feminismo, propõe também uma classificação diferente ao analisar a segunda onda feminista a partir das publicações periódicas que se proliferaram em fins do século XIX. Ela é definida pela pesquisadora como sendo mais jornalística que literária. Selada no ano de 1870, caracterizava-se pela proliferação de periódicos que defendiam a emancipação e os direitos da mulher. Sob essa perspectiva, o jornal *O Sexo Feminino* faz parte da segunda onda de feminismo, uma vez que foi lançado em 1873 e suas pautas cumprem a proposta emancipatória por meio da educação da mulher. Junto com ele estão outros jornais que surgiram com o objetivo de defender os direitos femininos, como *O Domingo*, *Jornal das Damas* e *A Família*.

A terceira onda de feminismo, segundo Duarte (2003), tem início no século XX e está diretamente relacionada à base de reivindicações discutidas no século anterior.

O século XX já inicia com uma movimentação inédita de mulheres mais ou menos organizadas, que clamam alto pelo direito ao voto, ao curso superior e à ampliação do campo de trabalho, pois queriam não apenas ser professoras, mas também trabalhar no comércio, nas repartições, nos hospitais e indústrias. (DUARTE, 2003, p.160)

Essas reivindicações das mulheres do século XX compõem a pauta de solicitações pertinentes à classe média brasileira. Se levarmos em conta que a população brasileira feminina com formação escolar, especialmente de nível superior, no início do século XX era ainda restrita, falar em mercado de trabalho e novas profissões para as mulheres era permitir que a voz da classe média fosse ouvida por meio das lutas.

Pinto (2009, p.15) relembra que o movimento em busca do voto, no Brasil, foi liderado por Bertha Lutz, bióloga e cientista, que trouxe para o Brasil, a partir de 1910, os ideais adquiridos com a sua experiência no exterior. É de 1932 o decreto-lei do

governo Getúlio Vargas, que permite às mulheres votarem. A partir dessa conquista, as mulheres caminham para outro tipo de reivindicação, as observadas a partir da década de 1960 e que constituirão o ápice do movimento feminista.

Saindo do Brasil, observamos que, nos Estados Unidos (EUA) fala-se em movimento feminino contemporâneo, surgido a partir da segunda metade da década de 1960. A luta pela libertação é a marca central de tais reivindicações.

A agitação política e social mundial dos anos 1960 construiu o cenário adequado para a proliferação das lutas femininas. A crise do capitalismo, pós Segunda Guerra Mundial, conduzia as economias mundiais a uma recessão. Em 1973 estava imposta a crise. O ano de 1968 foi marcante pelas revoltas estudantis que envolveram EUA, Alemanha, México, Japão, Itália e França. Houve várias greves e revoltas de trabalhadores que pressionavam até mesmo governos ditatoriais a se destituírem. Por exemplo, o movimento de trabalhadores revoltados contra a ditadura stalinista, na Polônia e na Tchecoslováquia, ficou conhecido como *Primavera de Praga*. Já na França, houve o movimento (greves estudantis e dos trabalhadores) de Maio 1968, que deixou abalado o governo de De Gaulle. Nos EUA, a luta foi contra a guerra do Vietnã.

Nesse meio tempo, o Brasil vivia a inconstância do governo Jânio Quadros e o início da ditadura militar, em 1964. A partir daí, manifestações populares surgiram, a exemplo da *Passeata dos Cem mil*, no Rio de Janeiro. A cultura também sofreu influência dessas manifestações sociais e políticas. O movimento *hippie*, no Brasil, e o crescimento do *rock in roll* e das músicas de contestação social, bem como a criação do ritmo que foi chamado de *Bossa Nova*, marcaram o período.

Os movimentos populares no mundo todo questionavam o autoritarismo, o totalitarismo e as ações militaristas. Estava preparado, portanto, o espaço para que a temática feminina ressurgisse de forma mais impactante na sociedade. As mulheres questionavam, de modo geral, o determinismo social, o autoritarismo masculino, o modelo de casamento e lutavam pelo direito ao aborto e pelo domínio de seu próprio corpo.

Duarte (2003) identifica esse movimento como a quarta onda do feminismo, no Brasil, com início nos anos 1970.

Enquanto nos outros países as mulheres estavam unidas contra a discriminação do sexo e pela igualdade de direitos, no Brasil o movimento feminista teve marcas distintas e definitivas, pois a

conjuntura histórica impôs que elas se posicionassem também contra a ditadura militar e a censura, pela redemocratização do país, pela anistia e por melhores condições de vida. Mas ainda assim, ao lado de tão diferentes solicitações, debateu-se muito a sexualidade, o direito ao prazer e ao aborto (DUARTE, 2003, p.165).

Essa luta pela visibilidade e participação política trouxe como consequência a composição de um discurso próprio e, portanto, de uma identidade feminista brasileira.

Para propagar essa nova fase de luta feminina, a imprensa ressurgiu com temáticas femininas, tal como aconteceu na década de 1870 (período de surgimento do jornal *O Sexo Feminino*), quando as mulheres iniciam a busca de seus direitos por meio da imprensa. Um dos exemplos de atuação da imprensa nesta quarta onda do feminismo no Brasil pode ser configurado pelo jornal *Mulherio*, que compõe o *corpus* desta pesquisa. O periódico está diretamente relacionado a um grupo de feministas, vinculadas à *Fundação Carlos Chagas*. O jornal buscou unir a força da imprensa, às ações acadêmicas, relacionadas à pesquisa, fato que contribuiu para o desenvolvimento das lutas e reivindicações femininas.

No final da década de 1970 e ao longo dos anos de 1980, um movimento muito bem articulado entre as feministas universitárias, alunas e professoras, promoveu a institucionalização dos estudos sobre a mulher, tal como ocorria na Europa e nos Estados Unidos, e sua legitimação diante dos saberes acadêmicos, através da criação de núcleos de estudos, da articulação de grupos de trabalho e da organização de congressos, colóquios e seminários para provocar a saudável troca entre as pesquisadoras (DUARTE, 2003, p.167).

A partir de então, justificam-se os frequentes estudos sobre a participação feminina na sociedade, seu histórico de lutas e as conquistas alcançadas. A historiadora Michelle Perrot (2007) afirma que a presença das mulheres nas universidades, em vários países onde isso não era permitido, é um fator sociológico importante para conquista da liberação feminina e, conseqüentemente, para o crescimento dos estudos sobre a mulher.

Como estudantes, elas representam quase um terço das matrículas nos anos 1970. Como docentes: depois de terem sido “indesejáveis” por muito tempo, elas conquistam o seu espaço depois da Segunda Guerra Mundial e constituem atualmente quase um terço dos professores efetivados. (PERROT, 2007, p.20)

A chegada das mulheres às universidades representou não apenas o aumento de pesquisas sobre a mulher no meio acadêmico, mas também a vitória das reivindicações lançadas na sociedade desde o século XIX. A moldura social da década de 1960 contribuiu para que a mulher alcançasse o espaço social necessário para que outras reivindicações surgissem.

A emergência de novos temas, de novos objetos e questões, especialmente ao longo da década de setenta, deu maior visibilidade às mulheres enquanto agentes históricos, inicialmente a partir do padrão masculino da História Social, extremamente preocupada com as questões da resistência social e das formas de dominação política. Este quadro ampliou-se, posteriormente, com a explosão dos temas femininos da *Nouvelle Histoire*, como bruxaria, prostituição, loucura, aborto, parto, maternidade, saúde, sexualidade, a história das emoções e dos sentimentos, entre outros (RAGO, 1998, p.34)

As reflexões de Rago levam-nos a perceber que a própria história contribuiu (direta ou indiretamente) para que os temas femininos da década de 1970 viessem à tona e fossem, de certa maneira, aceitos socialmente.

Conforme já comentamos anteriormente, no Brasil, as reivindicações aparecem mescladas à censura da ditadura militar. Houve uma aproximação do movimento feminista (originário da classe média) com os movimentos populares, fato que alterou o discurso feminista brasileiro e apontou pautas específicas, conforme Pinto (2009).

Com a redemocratização dos anos 1980, o feminismo no Brasil entra em uma fase de grande efervescência na luta pelos direitos das mulheres: há inúmeros grupos e coletivos em todas as regiões tratando de uma gama muito ampla de temas – violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo, opções sexuais. Estes grupos organizavam-se, algumas vezes, muito próximos dos movimentos populares de mulheres, que estavam nos bairros pobres e favelas, lutando por educação, saneamento, habitação e saúde, fortemente influenciados pelas Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica. (PINTO, 2009, p.17)

Percebemos, pois, com base nas reflexões acima, que a partir de fins do século XX, as mulheres lutaram mais intensamente por igualdade social, salarial, pelo direito à liberdade corporal e à autonomia. Com o tempo, as temáticas das lutas avançaram,

modificaram-se, adaptaram-se à nova realidade; o que Perrot prefere chamar de feminismo contemporâneo:

[...] a reivindicação e a conquista dos *direitos do corpo* caracterizam o feminismo contemporâneo. [...] Esse *habeas corpus* das mulheres constitui uma total inversão dos papéis e o fermento de uma reviravolta decisiva nas relações entre os sexos. Ao mesmo tempo, nos anos 1980, na França e em quase todo o mundo ocidental, desenvolveram-se as lutas pela penalização do estupro, do assédio sexual no trabalho, do incesto, imprescritível, das lutas pela proteção das mulheres submetidas a maus-tratos físicos. (PERROT, 2007, p.161)

A busca da legitimação dos direitos femininos por meio de leis parece ser a tendência adotada recentemente. Ainda que as leis não consigam modificar pensamentos e ações, elas sinalizam uma ideia construída na contemporaneidade, fruto das reivindicações e lutas travadas ainda no século XIX, ou mesmo antes disso, quando apenas a *palavra* era instrumento de combate.

Nesse processo de luta feminina, a imprensa se fez presente como propulsora das discussões. A partir do que temos observado na pesquisa sobre imagem e representação da mulher, podemos concluir que a criação de grupos de luta em prol dos direitos da mulher impulsionava, concomitantemente, o uso de algum tipo de mídia, capaz de socializar e disseminar as ideias e ideais. Nesse sentido, estudar as manifestações sociais por meio da imprensa permite-nos conhecer e averiguar não somente os fatos relacionados às lutas femininas, como também as formas de representação da mulher que circulam nesses espaços midiáticos. A seguir, apresentamos outros elementos que corroboram a decisão deste estudo sobre a imprensa.

5.3 Por que estudar a *mulher* (na imprensa)?

Segundo Perrot (2005), a mulher teve sua história de vida silenciada pelos pesquisadores durante muito tempo. Elas foram esquecidas, relegadas à periferia não só da sociedade, como também dos registros de pesquisas acadêmicas ou por falta de informações, ou por falta de espaço para publicação, ou ainda por falta de interesse em

trazer à tona a temática. Poucos são os registros de estudos sobre a mulher realizados no início do século XX.

Tendo em vista tal fato, no século XX, vários pesquisadores viram que havia uma necessidade de se pesquisar a história da mulher. Com o crescimento do movimento feminista a partir de 1960, sociólogos, historiadores e antropólogos intensificaram os estudos referentes à participação feminina na sociedade. Aliado a esse contexto, acreditamos estar, de certo modo a expansão da *École des Annales*²³ que permitiu que outras fontes históricas pudessem ser exploradas e estabelecidas como fontes fidedignas. Nesse sentido, os diários, as anotações intimistas do século XIX e as conversas informais foram se tornando importantes documentos históricos e de resgate da vida da mulher.

As mulheres deixam poucos vestígios diretos, escritos ou materiais: o silêncio das fontes. Seu acesso à escrita foi tardio. Suas produções domésticas são rapidamente consumidas, ou mais facilmente dispersas. São elas mesmas que destroem, ou apagam esses vestígios porque os julgam sem interesse. (PERROT, 2007, p.17)

Nota-se, pois, que os silêncios de vários séculos foram, aos poucos, ganhando tom, voz e registro. As descobertas históricas, associadas à intensificação da participação da mulher no espaço público, ocorrida durante o século XX no Ocidente, trouxeram à tona a figura feminina. Surge, portanto, a necessidade de compreender com mais precisão o movimento feminino, seus avanços, suas conquistas e derrotas.

Perrot (2007) elenca fatores científicos, políticos e sociológicos que justificam o interesse dos estudos sobre a história da mulher. Para a historiadora, a aproximação entre a história e a antropologia na década de 1970 permitiu a descoberta do tema *família*, que incitou os estudos sobre a mulher. A presença das mulheres nas universidades contribuiu também como um fator sociológico de motivação para novas e mais valorizantes pesquisas sobre mulher.

Nesse ínterim, a imprensa se firma durante o século XX como o espaço público de grande alcance social, já que no século anterior este meio de comunicação representou um *locus* de apresentação de si, de suas ideias e de empreendimento de

²³ O papel destacado da imprensa *versus* sociedade deve muito à geração que originou/difundiu a *École des Annales*, na França, no século XX: graças a esse novo olhar lançado sob os documentos e fontes históricas, novas perspectivas de estudo foram se abrindo para os historiadores; e, por conseguinte, também para os teóricos da comunicação e do discurso, entre outros.

ações em prol dos direitos femininos. A mulher construiu seu caminho na imprensa *a priori* de forma sutil e disfarçada, através dos pseudônimos masculinos, usados apenas para que elas conseguissem espaço para publicar seus escritos. Em um segundo momento, elas ousaram mais na produção de folhetins e jornais tidos como femininos, direcionados para tal público. Atualmente, com bastante fluidez, acompanhamos a consolidação de jornais e revistas femininas, com características próprias e público específico.

A imprensa representa, pois, um espaço propício para a consolidação das ideias femininas. Por esse motivo, o estudo das produções discursivas veiculadas na imprensa aponta para a possibilidade de se aprimorar a compreensão desse universo e de suas representações.

O trabalho que se delineia nesta pesquisa busca alcançar o entendimento sobre a figura da mulher e sobre suas representações. Buscamos não só conhecer a imagem da mulher que se constrói por meio dos jornais aqui estudados, mas também compreender em que tipo de sociedade essas concepções de mundo são consolidadas.

Para isso, apresentamos na sequência a discussão sobre os conceitos em torno da palavra *mulher*, seus significados mais usuais e suas implicações na sociedade.

5.4 Afinal, o que significa *ser mulher*?

Definir os conceitos que circundam a palavra mulher é tarefa complexa e nada consensual. Esbarramos em valores, concepções religiosas, limites pessoais e culturais. Embora saibamos desta evidência, ousaremos neste capítulo, traçar uma discussão a esse respeito, no sentido de expor e contrapor características e definições talvez já consolidadas socialmente, mas que podem ganhar uma reconfiguração semântica até mesmo em função de sua ocorrência e de seus usos sociais. Começaremos com uma definição do *Dicionário Houaiss* (2015) sobre o significado de mulher:

Mulher: indivíduo do sexo feminino, considerado do ponto de vista das características biológicas, do aspecto ou forma corporal, como tipo representativo de determinada região geográfica, época etc. No sentido figurado, na tradição, como indivíduo e/ou coletivamente, representação de um *ser sensível, delicado, afetivo, intuitivo; fraco*

fisicamente, indefeso (o 'sexo frágil'), *idealmente belo* (o 'belo sexo'), *devotado ao lar e à família* (mulher do lar) etc. (HOUAISS, 2015)²⁴

O sentido figurado apresentado pelo dicionário parece-nos um pouco preconceituoso e dotado de aspectos machistas e tradicionais, bem conservadores a respeito da imagem da mulher. Os adjetivos atribuídos à mulher: ser sensível, fraco, indefeso, devotado ao lar e à família introduzem um direcionamento específico para a figura feminina. A visão determinista do senso comum parece condenar a mulher a uma vida de dedicação exclusiva ao homem, ao lar, enfim, a um ambiente interno, mais intimista. As ações públicas, em ambiente externo, parecem ser reservadas exclusivamente aos homens. Para Perrot (2005), os conceitos que circulam em nossa sociedade são assim marcados:

Os homens estão do lado da razão e da inteligência que fundam a cultura, a eles cabe a decisão, a ação e, conseqüentemente, a esfera pública. As mulheres se enraízam na Natureza, elas têm o coração, a sensibilidade, a fraqueza também. A sombra da casa lhes pertence. (PERROT, 2005, p. 269)

A dicotomia, entre *razão e natureza, ação e sensibilidade, público e privado* colocada em relevo por Perrot abre caminho para uma discussão. A tentativa de compreender melhor os sentidos e significados da palavra e do *ser mulher* na sociedade esbarra-se na complementação com seu exato oposto: a definição do masculino e suas particularidades. Compreendemos que um conceito pode não só estar associado ao outro, como também pode ser definido a partir da negação ou afirmação do seu oposto.

Na tentativa de entender novos sentidos, apresentamos o conceito do dicionário crítico do feminismo, organizado por Hirata (2009). Nele, Molinier e Welzer-Lang escrevem um verbete que muito nos interessa: “mulheridade”. Diante do nome específico do jornal *Mulherio* (dos anos 1980) analisado nesta pesquisa, as definições que apresentam são caras para este estudo. O verbete do dicionário em questão aponta para certas particularidades interessantes na definição de masculinidade e feminilidade. Segundo os autores,

Masculinidade e feminilidade existem e se definem em sua relação e por meio dela. São as relações sociais de sexo, marcadas pela

²⁴ Faz-se necessário pontuar que não compactuamos com a definição exposta pelo dicionário Houaiss; apenas apresentamos para que esta seja ponto de discussão nesta pesquisa.

dominação masculina, que determinam o que é considerado “normal – e em geral interpretado como ‘natural’ – para mulheres e homens” (MOLINIER e WELZER-LANG, 2009, p. 101).

Junto a esse conceito bastante ousado, se considerarmos o que é apresentado em outros dicionários, aparece a noção de mulheridade. Para os autores do verbete,

Mulheridade é o neologismo que designa a alienação da subjetividade feminina no estatuto da submissão. A *mulheridade* inclui o que Nicole-Claude Mathieu (1991a) designa com a expressão “consciência dominada”, ao lhe atribuir o conteúdo psicológico de uma defesa contra o déficit crônico de reconhecimento do trabalho feminino (MOLINIER e WELZER-LANG, 2009, p. 104, grifos do autor).

Note-se assim que o conceito de mulheridade sustenta a ideia de anulação da mulher por si mesma. São as próprias mulheres que reforçam ano após ano essa submissão ao *status quo*, sustentado pelas convenções sociais que reforçam a submissão feminina em casa e sua menos valia no trabalho.

Percorrendo os próprios jornais que fazem parte de nossa pesquisa e já deles fazendo uma rápida análise pudemos verificar definições interessantes sobre o que é ser mulher sob a perspectiva midiática. Na edição número zero de *Mulherio*, compreendida como uma “carta de intenções”, o nome do jornal é discutido como uma tentativa de justificar o uso da palavra *mulherio*.

Mulherio. Quase sempre, a palavra é empregada com sentido pejorativo, associada a histerismo, gritaria, chatice, fofocagem ou, então, “gostosura”. Mas qual é a palavra relacionada à mulher que não tem essa conotação? O próprio verbete “mulher” é apresentado no dicionário de forma especial. Segundo o consagrado Aurélio Buarque de Holanda, mulher é: “1. Pessoa do sexo feminino, após a puberdade; 2. Esposa”. Em seguida à definição, vêm as composições usualmente feitas com a palavra: “à toa”, “da comédia”, “da rua”, “da vida”, “da zona”, “da rótula”, “do fado”, “errada”, “perdida”, etc. - todas sinônimo de meretriz. As três exceções. “mulher de César” (de reputação inatacável), “mulher do piolho” (muito teimosa) e a cinematográfica “mulher fatal”. (...) Mulherio, por sua vez, nada mais é do que “as mulheres” ou “uma grande porção de mulheres”. E o que somos, é o que este jornal será. Sim, nós vamos nos assumir como o Mulherio e, em conjunto, pretendemos recuperar a dignidade, a beleza e a força que significam as mulheres reunidas para expor e debater seus problemas. De uma maneira séria e consequente, mas não mal-humorada, sizuda ou dogmática. (MULHERIO, 1980, n.0, p.1)

Além da proposta editorial apresentada acima pelo periódico, essa discussão vai além e traz conceitos e referências sobre o sentido atribuído à palavra *mulher* e, mais especificamente, ao termo *mulherio*. Na proposta de dar um aspecto mais científico e sistematizar o argumento empregado na escolha do nome do jornal, as jornalistas e editoras do periódico lançam mão do dicionário, um recurso teórico que, de certa forma confere credibilidade e segurança a quem fala pois apela para um argumento ligado à *vox Populi* que pensa mais ou menos algo como: “se algo está no Dicionário então é correto ou válido...”. Enfim, o conceito apresentado sobre a mulher é desconstruído e questionado pelo jornal, mas seu objetivo é positivo: o de construir um novo conceito e, dessa maneira, apresentar uma nova imagem sobre a mulher, livre de *pré-conceitos* e de uma visão estereotipada e pejorativa que parecia lhe colar à pele.

No jornal *O Sexo Feminino*, a palavra mulher aparece associada à “[...] traste de casa, grosseiro e brusco gracejo” (DINIZ, F.S., 1873). A ideia de coisificação da mulher surge no editorial de lançamento do jornal e permanece como a ideia a ser combatida por Senhorinha Diniz durante o tempo de militância através da imprensa.

O periódico *Fêmea* fala também em “[...] relações seculares desiguais e injustas entre homens e mulheres” (FÊMEA, 1998). Essa asserção coloca em evidência o lugar de inferioridade que as mulheres ocuparam (e ainda ocupam) na sociedade. A edição 69 do jornal apresenta diversos indícios e dizeres concretos sobre essa imagem de inferioridade da mulher, conforme analisamos na apresentação de qualificação desta tese. As análises trouxeram à tona a mulher excluída e frágil (politicamente), enclausurada, restrita ao espaço privado.

A análise mais aprofundada sobre as concepções de mulher assumida por cada um dos periódicos será analisada com mais detalhes adiante. Nesse momento optamos por trazer à tona apenas uma breve ideia de como as mulheres eram apresentadas nos jornais para a somarmos aos conceitos de mulher que buscamos desenvolver nesta tese.

A seguir, apresentamos conceitos distintos sobre a palavra “mulher”, constituídos e concretizados a partir da visão religiosa, histórica e biológica. A partir dessa discussão pretendemos avançar nos aspectos discursivos dos jornais em questão e apresentar de que forma a imagem (e, por conseguinte, o conceito de mulher) se apresenta em cada um dos jornais.

5.4.1 A mulher na perspectiva religiosa

Durante séculos, a religião - especialmente aquela professada pela Igreja Católica - pautou as concepções de vida e sociedade entre os povos. Os conceitos ligados ao comportamento, hábitos de vida e relações interpessoais eram definidos, em muitos aspectos, por aquilo que a Igreja julgava certo e permitido, perante os olhos de Deus. Agradar a Deus era (e para muitos, continua sendo) uma meta divina a ser alcançada. Porém, durante os séculos de auge da presença da Igreja junto ao Estado, especialmente na baixa Idade Média, o que agradava a Deus era o que os líderes religiosos definiam como sendo bom, justo e correto. A Reforma da Igreja, ocorrida a partir do século XVI, encontra eco exatamente na insatisfação dos fiéis perante os mandos e desmandos de líderes religiosos que pouco sabiam da experiência do Divino e se apegavam a leis e regras hierárquicas e institucionais. A hierarquia se fez presente até mesmo na definição de quem tomava a palavra e possuía o direito de se manifestar publicamente. “[...] A partir do século 12, a Igreja reserva estritamente a pregação a seus clérigos e os instrui para isso. As mulheres constituem seu auditório calado” (PERROT, 2005, p.318). Nesse sentido, os espaços sociais também eram permeados pela visão religiosa que era tão limitadora e rigorosa.

Dessa forma, a concepção da mulher também era definida pelo viés religioso. Para a Igreja, a imagem da mulher, a partir de certo momento social (digamos, a baixa Idade Média, se pensarmos na França como exemplo) associa-se diretamente à figura da Virgem Maria. Atributos como sofredora, imaculada, fiel, dócil e silenciosa estão sempre relacionados à existência de Nossa Senhora e, por conseguinte, da mulher. Além disso, a maternidade e a doação de si são muito fortes na definição da Virgem Maria. Esses caracteres compõem o imaginário da mulher perfeita, aliás muito difundido na sociedade brasileira²⁵. Não apenas os que seguem preceitos religiosos (e católicos) partilham essa concepção. Esse imaginário de mulher perfeita, no nosso país, está alastrado. O senso comum também está, pois, permeado pela visão tradicionalista da figura feminina.

É sabido e reconhecido que a Igreja de Jesus Cristo conservou muito da mentalidade bíblica patriarcal. Nasceu em ambiente judaico

²⁵ Mas, também de certo modo em alguns países latinos católicos, sobretudo os muito marcados pelo domínio da religião católica e de seus dogmas.

tradicional, em que a vida da mulher se confinava ao espaço doméstico. Crescida, ela passava do domínio do pai para o marido, sem ser tida nem havida na transação matrimonial. Humilde, obediente, silenciosa, trabalhadeira, tão pouco tinha palavra no tribunal. Não era obrigada a estudar a Torá para a qual, aliás, se julgava não ter capacidade, não podia ler na sinagoga, mas não escapava às impurezas legais, quer por causa dos seus períodos menstruais, quer por causa do parto, em que devia ficar 40 dias afastada do culto (DIAS, 1995, p.14).

O estudo de Dias aponta os elementos que definem o lugar da mulher na história da Igreja. A visão tradicionalista e patriarcal, segundo ele, é modificada com a perspectiva salvadora da figura de Jesus Cristo. Porém, a tradição religiosa ainda reservaria um lugar de obediência e servidão para a mulher.

Recorremos aqui aos conceitos defendidos pelo Catecismo da Igreja Católica (CIC), compilação dos dogmas e conceitos perpetuados pela Igreja. O documento data de 1992 e busca apresentar certa igualdade entre os sexos, na visão mais moderna da Igreja. O atual CIC foi elaborado por uma comissão de cardeais, encabeçada pelo cardeal Joseph Ratzinger, posteriormente nomeado papa adotando então o nome de Bento XVI. Segundo este registro,

Cabe a cada um, homem e mulher, reconhecer e aceitar sua identidade sexual. A diferença e a complementaridade físicas, morais e espirituais estão orientadas para os bens do casamento e para o desabrochar da vida familiar. A harmonia do casal e da sociedade depende, em parte, da maneira como se vivem entre os sexos a complementaridade, a necessidade e o apoio mútuos. (CIC, 2000, p. 605)

De acordo com a tradição cristã, a mulher é vista como aquela que foi tirada da costela do homem. Na narração bíblica, encontra-se a frase “Então o homem exclamou: ‘Esta, sim, é osso dos meus ossos e carne da minha carne! Ela será chamada mulher, porque foi tirada do homem’” (BÍBLIA SAGRADA, 2003, p.51). Nesse sentido, o conceito de mulher assumido pela Igreja é aquela que foi feita a partir do homem, retirada do seu lado, para ser igual a ele e ambos à imagem e semelhança de Deus. Há discordâncias em relação à interpretação de tal narração bíblica, uma vez que há aqueles que compreendem que a imagem feminina continua sendo a de um ser inferior ao homem, pois foi criada a partir do primeiro indivíduo, o homem. O Catecismo da Igreja

Católica apresenta a interpretação desse fato e justifica que a mulher, por ter vindo da carne do homem, é um ser igual a ele.

Que o homem e a mulher foram criados um para o outro, a Sagrada Escritura o afirma: “Não é bom que o homem esteja só” (Gn 2, 18). A mulher, “carne de sua carne”, isto é, igual a ele, bem próxima dele, lhe dada por Deus como um auxílio, representando, assim, “Deus, em quem está nosso socorro” (CIC, 2000, p.439).

É preciso notar que esta suposta igualdade entre homem e mulher é ainda que de modo muito discreto contestada nas cartas do apóstolo Paulo. No livro por ele escrito à comunidade de Éfeso (*Carta aos Efésios*) encontramos o seguinte: “Sede submissos uns aos outros no temor de Cristo. As mulheres o sejam a seus maridos, como ao Senhor, porque o homem é cabeça da mulher, como Cristo é cabeça da Igreja e salvador do Corpo”. (Ef 5, 21-22).

Sabe-se que a tradição judaica não dava espaço às mulheres nas ações do templo. No início do cristianismo, as mulheres mantinham submissão aos homens e às ordens da Igreja Católica. Para Ramos (2001), tal fato poderia ser histórica e socialmente explicado.

A Bíblia representa um tipo de sociedade em cujo modelo as dimensões sociais e políticas se encontravam inflacionadas, desde havia já bastante tempo; e isto conduziu a uma progressiva secundarização da mulher. Esta prática parece ser razoavelmente diferente daquilo que acontecia nas sociedades do Próximo Oriente Antigo, no período neolítico (RAMOS, 20013, p.32).

A tradição religiosa deixava a mulher para segundo plano, sempre submissa aos feitos masculinos. De forma mais atualizada, a Igreja busca redimir sua atuação e atualizar sua visão a respeito da condição feminina. Segundo o CIC, “Ao criar o ser humano, homem e mulher, Deus dá a dignidade pessoal de uma maneira igual a ambos. Cada um, homem e mulher, deve chegar a reconhecer e aceitar sua identidade sexual” (CIC, 2000, p.620). Em relação às primeiras abordagens sobre a mulher na igreja católica, pode-se notar uma nítida mudança, mais inteligente e moderna.

No entanto, ao acompanharmos brevemente a narração bíblica proposta a partir do *Novo Testamento*, percebemos que as mulheres têm a oportunidade de *aparecer* e são colocadas em nível de igualdade com os homens, se considerarmos o lugar que elas

passaram a ocupar. Apesar de os discípulos serem a maioria homens, as mulheres também caminhavam com Jesus.

Depois disso, Jesus andava pelas cidades e aldeias anunciando a boa nova do Reino de Deus. Os Doze estavam com ele, como também algumas mulheres que tinham sido livradas de espíritos malignos e curadas de enfermidades: Maria, chamada Madalena, da qual tinham saído sete demônios; Joana, mulher de Cuza, procurador de Herodes; Susana e muitas outras, que o assistiram com as suas posses. (BÍBLIA SAGRADA, 2003, p.1357)

Essa citação nos motiva o pensamento da não-marginalização das mulheres. Em sua missão de evangelização, Jesus Cristo era acompanhado pelas mulheres, ou seja, elas participavam do processo de conversão e ensinamentos pelas cidades onde Jesus caminhava. Tomamos como exemplo uma narração bíblica que destaca o julgamento da sociedade (machista e preconceituosa) e o acolhimento proposto por Jesus. Havia na sociedade um pensamento preconceituoso e marginalizante sobre a figura feminina como já foi dito e repetido aqui. O julgamento da mulher pecadora (prostituta ou adúltera) é proposto pelos homens da época, mas é contestado por Jesus, o que para muitos representa a mudança na perspectiva social da mulher. Na narrativa bíblica, os homens queriam apedrejar a mulher por ter cometido adultério e o Messias impede tal ato ao questionar quem, naquele lugar, não teria pecados. Dessa maneira, ele coloca em igualdade homens e mulheres, ricos e pobres. A perspectiva amorosa e salvífica orientada por Jesus busca questionar as leis tradicionais e separatistas da sociedade judaica²⁶.

O que se percebe no movimento da Igreja na atualidade é uma tentativa de reparar os “erros” da igreja que se criou após a morte do Cristo, erros que dizem respeito à marginalização da mulher. Os cargos eclesiais ainda são masculinos, porém a participação da mulher aumentou significativamente, especialmente após a realização do *Concílio Vaticano II*, em 1962, que propôs uma maior abertura à Igreja. Atualmente, mulheres gerenciam movimentos e pastorais, participam das assembleias, discussões temáticas e reuniões de cunho religioso, fundam e conduzem igrejas protestantes, atuam

²⁶ Embora percebamos tais valores de liberdade e inclusão na perspectiva social de Jesus Cristo, tais características parecem não ter sido sustentadas com tanto rigor no desenvolvimento da igreja católica, que tem buscado (até hoje) “ajustes” para ser mais coerentes com os ensinamentos de caridade e acolhimento deixados por Jesus Cristo.

como pastoras, etc., ainda que tais mudanças se verificam mais em igrejas protestantes que nas católicas propriamente ditas.

5.4.2 A mulher na perspectiva histórica

A discussão sobre a imagem da mulher é intrínseca a esta pesquisa e, por que não dizer, à nossa identificação enquanto pessoa. Por isso, longe de encerrá-la aqui, trouxemos – e ainda traremos – à tona o assunto durante todo o desenvolver da tese. De forma mais pragmática, interessa-nos nesta pesquisa, essencialmente, a participação da mulher na história e na imprensa. Porém, não se pode falar em participação da mulher nos meios de comunicação sem ao menos discutirmos as características principais da mulher e a carga semântica que acompanha este nome. Por isso, fez-se necessária a anterior reflexão social e filosófica.

Concordamos com Figueiredo (2004) que ressalta a limitação e a importância dos estudos da história da Mulher. Segundo o historiador,

Os caminhos da história da mulher não se contam de modo claro e definido. São percursos sinuosos, intrincados, ao longo dos quais o historiador precisa dispensar cargas de muito preconceito presente nas fontes, desconfiar de suas lacunas, duvidar de suas verdades (FIGUEIREDO, 2004, p.142).

Não assumimos aqui o lugar de historiadores, pois não temos legitimidade para tal. Por isso, recorreremos aos estudos e as análises de sociólogos e historiadores sobre a atuação, presença feminina na sociedade ocidental e, principalmente brasileira, será fundamental, lembrando que a análise do discurso que praticamos é favorável a tais interdiscursividades.

Isso dito, partiremos agora para a apresentação e análise da mulher em sua participação na história. Sob uma perspectiva histórica e social, a mulher foi (e para muitos ainda é) considerada somente pelo papel social desempenhado. Em seus estudos, Bonfim fala de identidade e sociabilidade a partir de uma divisão entre sexos:

As relações entre homens e mulheres sempre foram a base da sociabilidade humana. Desde os primeiros agrupamentos humanos, a economia e a política da sexualidade e da reprodução estiveram na origem e na identidade de todas as produções e reproduções da vida coletiva. Distintas concepções e representações dessas relações pautaram as formações econômicas, ideológicas e políticas das sociedades humanas, presentes na mitologia, na tradição oral, na religião e nos códigos jurídicos e políticos historicamente produzidos. Desde a formação dos agrupamentos clânicos e tribais até os nossos dias, há diversidade de compreensão e de representação política desses papéis sociais e sexuais, definidos por homens e mulheres na produção material da vida. As sociedades primitivas viveram fases e etapas matriarcais, marcadamente subsumidas a partir da organização das formas primárias de ordenamento de classes ou estamentos, na origem da família patriarcal, da propriedade privada e do Estado. (BONFIM, 2013, p.2)

Por meio desse viés, notamos que determinadas funções sociais são destinadas exclusivamente à mulher. Essa “condenação” parece ser intrínseca a uma condição biológica, uma destinação incontestável.

Voltemos a Perrot (2005). A historiadora francesa, em seus estudos sobre a mulher e seus silêncios, explica que se trata de uma forma de moldar a mulher socialmente, de forma que ela aceite seu destino, seja por uma resignação religiosa ou por uma conformidade cultural e familiar. “Fazer mulheres adaptadas a suas tarefas ‘naturais’ – esposas, mães, donas-de-casa – é o papel de uma educação que continuou por muito tempo privada, questão familiar e maternal, questão das Igrejas” (PERROT, 2005, p.271). Essa perspectiva acompanhou a sociedade ocidental no século XIX e ainda fazem parte da nossa realidade sócio-histórica, de alguma maneira.

Essa realidade de privação perdurou ainda no início do século XX, período em que – ao menos no Brasil – o conceito da mulher ainda era o de ser uma *boa dona de casa*. As mulheres deveriam ser ricas em dons que atraíssem os homens para que assim obtivessem bons casamentos. As qualidades da mulher direcionariam seu futuro, afinal, como aponta Bazanessi em sua pesquisa sobre a mulher no século XX:

Ser mãe, esposa e dona de casa era considerado o destino natural das mulheres. Na ideologia dos Anos Dourados, maternidade, casamento e dedicação ao lar faziam parte da essência feminina; sem história, sem possibilidades de contestação (BAZANESSI, 2004, p.609).

Na música popular brasileira (MPB) também encontramos ecos dessa imagem da mulher ideal na figura de *Amélia*. A letra de Mário Lago e Ataulfo Alves descreve

uma mulher submissa, dedicada ao marido e aos afazeres domésticos. Essa parece ser a imagem cristalizada pela sociedade dos anos 1940, no Brasil, ano em que o samba *Ai que saudades da Amélia* foi composto. Um trecho é capaz de revelar o imaginário que compunha a sociedade brasileira neste período: “Às vezes passava fome ao meu lado e achava bonito não ter o que comer // e quando me via contrariado// dizia meu filho o que se há de fazer// Amélia não tinha a menor vaidade // Amélia que era mulher de verdade// (LAGO & ALVES, 1941)”.

A resignação e anulação de si mesma em função do companheiro são atributos considerados perfeitos nesse famoso samba. Seu sucesso pode nos indicar, talvez, que não só o ritmo do samba atraía os brasileiros, mas também a ideia dessa “perfeição feminina”, associada aos afazeres domésticos e à aceitação de uma vida de exploração e desamores²⁷.

Em outro período, já na década de 1960, mais uma música de sucesso também deixa escapar vestígios da imagem da mulher brasileira. Trata-se de *Com açúcar e com afeto*, composição de Chico Buarque de Holanda, em 1966. A letra da canção coloca em cena uma mulher conformada com a situação de descaso vivida com o marido e também acostumada a servi-lo, mesmo com suas indiferenças e bebedeiras.

Transcrevemos a seguir um trecho da letra da canção:

Com açúcar, com afeto, //fiz seu doce predileto//Pra você parar em casa, qual o quê// Com seu terno mais bonito, você sai, não acredito// Quando diz que não se atrasa// você diz que é operário// sai em busca do salário//Pra poder me sustentar, qual o quê. (HOLLANDA, 1967)

Uma reflexão sobre as duas canções se impõe aqui. Há que se convir que Chico Buarque tinha um aguçado senso popular – ele sabia o que se passava nas camadas mais pobres da sociedade brasileira – e talvez com essas palavras tenha querido descrever entre piedade e ironia, em um desejo de mudança, um pouco dessa camada social sempre considerada às margens da boa sociedade...Ora, nem todos os ouvintes dos autores de “Ai que saudade da Amélia” ou de “Com açúcar, com afeto” em um país

²⁷ Ao mesmo tempo, essa canção nos motivou uma reflexão: já que os autores afirmam a “saudade de uma mulher como Amélia”, podemos, talvez, pensar que já havia um movimento – discreto, mas havia – da mulher tentando afastar-se dessa imagem, que ali aparece quase que como uma orientação “didática” de um modelo feminino que não deveria nunca ser abandonado...

bastante machista detinham-se sobre tais considerações e deviam – supomos – levar ao pé da letra o que as duas músicas cantavam...

Por outro lado, em uma perspectiva mais interpretativa-discursiva, nota-se que as músicas supracitadas fazem emergir características que delineiam a mulher ideal para uma camada vasta do povo brasileiro, em pleno século XX. Para Bazanessi, a identidade feminina permeava essa composição presente nas músicas populares das décadas de 1940 e 1960:

A vocação prioritária para a maternidade e a vida doméstica seriam marcas da feminilidade, enquanto a iniciativa, a participação no mercado de trabalho, a força e o espírito de aventura definiriam a masculinidade” (BAZANESSI, 2004, p.609).

A demarcação de espaços físicos na sociedade, a definição dos assuntos e temas próprios de mulheres e homens marcam, sem dúvida, certa visão preconceituosa e marginalizante. Se às mulheres (sobretudo às pobres) cabia o espaço doméstico, do lar, do cuidado com os familiares e com as tarefas da casa, ao homem cabia o mundo exterior, o mundo das relações políticas, das decisões, do trabalho assalariado.

Tal caracterização entre os gêneros define, *grosso modo*, o tipo de sociedade em que vivemos. Perrot (2005) justifica essa separação geográfica entre homens e mulheres por uma divisão entre público e privado:

[...] a direção da cidade só pode ser masculina, e, conseqüentemente, a política. (...) O privado, do qual os homens continuam a ser os senhores em última instância, é, no entanto, deixado mais para as mulheres, cujo papel doméstico e familiar se vê revalorizado e até mesmo exaltado (PERROT, 2005, p.269).

Essa supremacia masculina, especialmente em seu domínio público, sempre é colocada em evidência sob a perspectiva histórica e social. Por quê? Por quais razões? Onde buscá-las, senão em um passado brasileiro? Vamos então voltar ao período colonial brasileiro na busca dessas respostas. O fato é que a participação feminina no período de formação da sociedade aurífera, em Minas Gerais, foi bem restrita. Criou-se desde aqueles tempos, um cenário hostil para as mulheres, sempre consideradas “menores” pelos pais de família.

Imaginamos que, de certo modo, tanta repressão só pode ter incitado uma forma de resistência. Resistir à dominação masculina, resistir ao preconceito, à falta de espaço político e de voz na tomada de decisões. Nada disso difere muito do que as mulheres reivindicam na atualidade, porém essa descrição refere-se ao século XIX, período em que algumas poucas brasileiras lutaram por espaço e representação. No aspecto social, elas mostraram resistência na maneira de encarar as repressoras leis sociais, que determinavam o comportamento e as decisões femininas.

Alguns relatos reforçam outra perspectiva ao falarem dos casos de mulheres que rompiam com a relação matrimonial e buscavam uma vida autônoma. Apesar de moralmente marginalizadas, essas mulheres não deixavam de impressionar pelas estratégias e ações que determinavam a sua sobrevivência em um mundo tomado pela figura masculina. Não raro, a prostituição aparecia como uma forma de sobrevivência à exclusão e à miséria. (SOUSA)

A resistência feminina aparece aqui como uma ação paliativa à dominação dos homens e da Igreja. Em alguns casos a resistência era sutil, em outros se mostrava mais direta e assertiva.

Segundo o historiador Figueiredo (2004), as mulheres não foram tão omissas no período colonial, como se pensa no senso comum: pelo menos no caso das mulheres que não eram “sinhazinhas”, filhas de ricos proprietários. Elas tiveram um papel fundamental no estabelecimento do comércio durante a mineração e representaram também uma ameaça à ordem estabelecida pela Coroa e pela Igreja.

A presença feminina foi sempre destacada no exercício do pequeno comércio em vilas e cidades do Brasil colonial. Desde os primeiros tempos, em lugares como Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo, estabeleceu-se uma divisão do trabalho assentada em critérios sexuais, em que o comércio ambulante representava ocupação preponderantemente feminina. (FIGUEIREDO, 2004, p.144)

As *negras de tabuleiro* eram as responsáveis pelas vendas nas proximidades das minas. Aliadas a essa atividade de mercado estavam as “ofertas sexuais”. Mulheres se expunham aos homens, mantinham com eles relações sexuais e, na visão da Igreja, retiravam a ordem e a harmonia das famílias. Por isso, as mulheres – no caso, as vindas de uma classe bem popular ou mesmo as escravas – representavam uma ameaça neste período.

O ambiente das vendas era um espaço de alegria, diversão, briga e encontros. Escondia também o contrabando de ouro e diamantes. Era também a garantia do abastecimento estável para a população mineira. Criavam-se medidas para controlar o trabalho das mulheres na venda, para evitar, especialmente o contato dos negros (fora da casa do senhor). (FIGUEIREDO, 2004, p.146)

Para suprir as necessidades criadas pelos bandeirantes que se direcionavam a Minas Gerais para trabalhar nas minas, em busca de ouro, as mulheres pobres assumiam a ocupação de controle das vendas.

(...) nesse perfil estavam principalmente mulheres forras em condição, sendo que a proporção das escravas em relação a elas girava em torno de 15% ao longo do século. Deduz-se que era uma atividade fundamental para mulheres que um dia conseguiram escapar da escravidão e puderam manter a sobrevivência de suas famílias. (FIGUEIREDO, 2004, p.150)

Sob essa perspectiva, essas mulheres contribuíram também para a sociabilidade nas terras mineiras. A ameaça feminina estava diretamente ligada e à oportunidade de aglomeração de escravos que se criava com o trabalho mercantil.

Outra atividade feminina que representava uma ameaça à ordem religiosa era a prostituição, de certa forma comum nas terras mineiras. A situação de pobreza e a exigência do pagamento dos impostos formava um quadro favorável para o surgimento de mulheres prostitutas. Segundo estudos de Figueiredo,

Minas Gerais pareceu se constituir o território da prostituição colonial. Acompanhando a distribuição geográfica da prostituição ao longo da capitania, pode-se perceber que, embora espalhadas por todos os pequenos arraiais, as mulheres se concentravam nos núcleos urbanos de importância, como Vila Rica, sede da capitania e centro político administrativo”. (FIGUEIREDO, 2004, p.157)

Diante dessa realidade conflituosa entre o que exigiam Igreja e Estado e o que de fato ocorria na sociedade colonial mineira, a estrutura familiar também enfrentava paradoxos. Os casamentos eram controlados pela Igreja. Houve um incentivo para que

as uniões consensuais transformassem-se em casamentos legítimos, de acordo com o dogma da Igreja que o institui como sacramento religioso.

Nesse sentido, para a Igreja mineira o casamento (re)aparece como o lugar da concupiscência, onde o desejo e a carne poderiam viver devidamente domesticados pela finalidade suprema e sagrada da propagação da espécie. O vínculo conjugal, sua indissolubilidade e estabilidade afastariam a luxúria dos casais, vivendo estas relações de obrigação recíproca de uma sexualidade disciplinada sob a vigilância dos padres e da ordem cristã. Sua disseminação, no entanto, dependeria do fim das práticas extraconjugais adotadas pela população. (FIGUEIREDO, 2004, p.171)

Diante do exposto acima, é possível verificar que a divisão de trabalho instituída durante o período colonial em Minas Gerais permitia não só o trabalho feminino fora do ambiente doméstico, como também aprovava algumas mulheres que chefiavam os lares. É necessário pontuar que esses papéis sociais estavam ligados diretamente ao movimento urbano que existia nas vilas em função do trabalho da mineração.

Ao que tudo indica, entre as camadas empobrecidas a divisão dos papéis obedeceu muito mais às necessidades econômicas que qualquer preconceito sexual na distribuição das tarefas. A transferência da chefia dos domicílios para a mulher nos núcleos familiares simples tornou a atuação feminina tão mais importante quanto mais íntima era a associação entre vida doméstica e trabalho produtivo. (FIGUEIREDO, 2004, p.180)

Apesar de estarem presentes no ambiente externo, as mulheres não participavam da vida e das decisões políticas. Essa função era exclusividade dos homens, que permaneciam definindo os rumos políticos e econômicos da sociedade que se formava no Brasil dos anos oitocentos. Havia um enquadramento da função feminina ao que propunham as instituições regidas por homens, quer seja a família, quer seja a Igreja, quer seja a sociedade, como um todo. O conflito social entre homens ricos e mulheres pobres estava presente na sociedade mineradora do século XVIII.

A criação de jornais femininos e feministas, desde meados do século XVIII também representa diretamente uma ação da mulher em busca de representatividade, um instrumento de luta política e de publicização de ideias e valores. Ainda hoje verificamos diversas publicações periódicas, pertencentes às comunicações de massa,

que são direcionadas às mulheres e têm a intenção de representar valores, ideais e, acima de tudo, uma visão de mundo sobre a figura feminina (e, consequentemente, sobre a masculina).

Se dermos um salto na História, verificamos outro momento que coloca em cena a mulher como atuante no contexto histórico de formação da sociedade brasileira. Nos anos 60 e 70, as mobilizações femininas contra a ditadura levaram muitas delas a serem presas ou exiladas por contestarem a ordem militar e patriarcal. As mulheres lutaram pela democracia, mobilizadas pelo que reivindicava o grupo como um todo - o fim da ditadura - e por questões mais específicas, como o fim do combate à violência doméstica, a construção de creches para os filhos das trabalhadoras e o direito ao aborto.

Em consequência do que foi dito, a partir dos anos 1960, as ações femininas em busca de representação política são intensificadas. Os jornais e revistas são agora mais comuns do que no século XVIII, as universidades já acolhem mulheres e o mercado de trabalho começa, aos poucos, aceitar a presença feminina. Com um pouco mais de espaço na sociedade, a mulher passa a ter mais oportunidades de expor suas ideias, de manifestar seus pensamentos e de reivindicar seus direitos. Destarte, várias ações começam a surgir com este intuito e podem ser interpretadas como gestos de libertação feminina. Não pontuaremos aqui essas ações, pois vamos verificá-las por meio das divulgações da imprensa nos jornais selecionados para o *corpus*. Os periódicos servirão de orientação lógica e cronológica da luta feminina em busca de sua representação e de sua identidade no mundo.

5.4.3 Aspecto biológico da constituição feminina

As discussões sobre os gêneros sociais aumentaram e solidificaram-se a partir de fins do século XX. Grupos de pesquisadores, feministas, simpatizantes do núcleo de Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais (LGBT) e militantes da igualdade têm utilizado a mídia, os movimentos e as redes sociais para ampliar o espaço de discussão. Dessa maneira, o entendimento sobre *ser homem e ser mulher* passa por momentos de redefinição na sociedade. Se até o século XIX prevaleciam os ditames religiosos e a concepção de mulher associada à imagem de Nossa Senhora (santa) ou de Eva (pecadora), o século XXI apresenta uma nova configuração de *ser mulher*, ligada mais a

aspectos socioculturais e psíquicos do que a aspectos biológicos. Diante desta nova realidade, faz-se necessário rediscutir em que medida os aspectos biológicos/físicos são essenciais (ou não) para a constituição do que é ser mulher.

Sob uma visão mais anatômica compreende-se mulher a partir dos seus órgãos sexuais. Considera-se, essencialmente, os aspectos biológicos da formação da mulher sem importar-se com a constituição social e histórica. Essa diferenciação é sustentada, especialmente, pela teoria americana.

Seguindo as americanas, distingue-se o sexo, biológico, e o gênero (tradução na verdade insuficiente para *Gender*), construção sociocultural, produto das relações sociais desenvolvidas no tempo e que se pode, conseqüentemente, desconstruir. (PERROT, 2005, p. 264)

Alguns teóricos falam em natureza feminina, o que nos leva a pensar em uma constituição biológica da definição de mulher, algo pré-estabelecido, capaz de fixar características e comportamentos próprios de determinado gênero. Desse modo,

Começa assim a se configurar uma ideia do que venha a ser a natureza feminina na perspectiva steiniana. Até agora temos que a mulher experimenta sua feminilidade também no corpo, sendo este um elemento muito importante para se pensar na figura feminina. Além disso, a mulher, ela mesma, se volta para o outro com toda a sua inteireza, sempre atenta à totalidade e àquilo que vive. A partir desta atitude, entende-se também que o fato de ser mulher traz consigo um desejo e uma necessidade de realização no mundo, com uma missão específica a ser realizada (ROSA, Gerlaine; 2014, p. 18).

Aceitar a visão da natureza feminina é aceitar que a caracterização de homens e mulheres baseia-se na perspectiva biológica e assume “[...] categorias naturais, essencializadas, resistentes às forças arbitrárias da cultura, da história e da pessoa” (MATTOS, 1999, p.20). Em contraposição a essa ideia, Grossi afirma que

[...] falar em gênero é, portanto, pensar não em homens e mulheres (biologicamente diferenciados), mas em masculino e feminino como construído a partir de relações sociais “fundadas nas diferenças entre os sexos”, diferenças hierarquicamente determinadas [...] (GROSSI, 1994, p.339).

Ao conduzirmos a discussão para os aspectos psicológico-existenciais, encontramos elementos que se contrapõem à visão pragmática da *mulheridade*. A psicologia fenomenológica, fundamentada nos postulados de Edith Stein, compreende o *ser mulher* como uma vocação. Dessa forma, há um vínculo religioso que expande o aspecto meramente físico da mulher para uma concepção mais transcendental. A pesquisadora Gerlaine Rosa (2014), em sua discussão sobre a natureza da mulher concorda que há uma relação entre a mulher e o espaço sócio-histórico onde ela se forma, mas defende também ser necessário que ela busque em sua interioridade a sua própria identidade.

Compreende-se assim que alcançar o ser feminino pleno exige um processo interior de conhecer a si mesmo, ajustando forças internas e externas a fim de assumir a função primordial feminina de abrir-se à totalidade para aquilo que movimenta no mundo, para o ser vivente, de modo a ajudar as outras pessoas a serem elas mesmas. (ROSA Gerlaine, 2014, p.20)

Compreendo que o entendimento sobre *ser homem e ser mulher* perpassa um conjunto de elementos que vão desde aspectos físicos a elementos psíquicos e culturais. A sociedade tenta moldar os seres humanos a partir de um conjunto de crenças e valores que estipulam os comportamentos cabíveis a homens e mulheres. Dessa forma, a partir dessa determinação social, são estabelecidas maneiras de falar, agir, vestir e *ser homem e mulher*. Na discussão travada nesta tese, portanto, a compreensão do papel social da mulher e de sua representação está intimamente ligada à maneira como a sociedade entende e quer que a mulher se comporte. Por isso, toda atitude que se desvia do padrão estabelecido socialmente é tida como transgressora; toda mulher que foge dos índices determinados socialmente é tida como rebelde e feminista; todo homem que resolve desviar-se do pretenso caminho correto definido pela sociedade é julgado de forma pejorativa. Sendo assim, nossa compreensão sobre quem nós somos depende diretamente do lugar onde estamos, dos valores que assumimos, da visão de mundo que temos e, especialmente, das nossas crenças.

Sob essa mesma perspectiva, Gerlaine Rosa (2014) define o *ser mulher* como um equilíbrio de forças que moldam o gênero. Para a pesquisadora,

[...] há uma dimensão estruturante do feminino que é experimentada quando forças internas e externas encontram o seu equilíbrio e a

mulher pode, sem exageros, reconhecer aquilo que é no mundo e assumir a missão para a qual ela foi chamada (ROSA, Gerlaine; 2014, p.20).

A partir desse viés e com o olhar centrado nos elementos desta pesquisa, podemos concluir que a mídia torna-se um elemento externo, capaz de contribuir para que a mulher molde seu jeito de ser. Do mesmo modo, a família, as instituições civis e religiosas, os elementos culturais são forças exteriores que se unem à compreensão psicológica e espiritual da mulher, consideradas forças internas para se equilibrarem e exteriorizarem aquilo que ela compreende de si mesma como sendo o seu ser mulher no mundo.

Sob o viés da psicologia social e com o intuito de alargar a nossa visão sobre identidade e representação social, está Costalat-Founeau (1997) que afirma a influência das regras sociais na formação da identidade do indivíduo. Para ela,

As representações não constituem um sistema engessado, é um sistema em movimento que não pode se limitar à organização de uma realidade objetiva. As regulações sociais de tipo afetivo influenciam os processos característicos das representações. (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.13, tradução nossa).²⁸

A partir desse ponto de vista, podemos compreender que a constituição do ser mulher está ligada às regulações sociais que produzem a representação identitária dos indivíduos. Desse modo, somamos à fluidez do sistema a noção de exterioridade do mesmo, capaz de interferir internamente na formação e caracterização do indivíduo.

Tomamos como exemplo uma interferência externa na constituição do indivíduo *mulher*, no que tange à sexualidade, área tão reprimida para a mulher, que Araújo (2004) prefere chamar de “adestramento da sexualidade”, o que inclui “uma educação dirigida exclusivamente para os afazeres domésticos”. (ARAÚJO, 2004, p.50). Em seus estudos, o pesquisador pontua que desde o Brasil Colônia, uma forma de exercitar a sensualidade diante da repressão, era através das vestimentas. As mulheres usavam roupas sensuais, transparências e decotes que chamavam a atenção dos homens e chegavam a ser até discutidas de forma hierárquica. O rei, em 1709, proibiu as escravas

²⁸ Nossa tradução de: “Les représentations ne constituent pas un système figé, c’est un système en mouvement qui ne peut se limiter à l’organisation d’une réalité objective. Des régulations sociales de type affectif influencent les processus caractéristiques des représentations” (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.13).

de usarem sedas e telas para que não desviassem a atenção dos homens e os incitassem ao pecado (ARAÚJO, 2004, p.57). Percebemos, neste caso, uma forma clara de interferência externa na constituição do indivíduo, um molde social que constrói, organiza e pode delinear a identidade e a representação de um indivíduo ou grupo.

Diante dessa visão sobre a contribuição da sociedade no entendimento da mulher e sua identidade, apresentaremos, na seção seguinte, a discussão sobre o papel social exercido pela mulher e suas contribuições na imprensa.

5.5 Mulher de papel e o papel da mulher

Abordamos anteriormente algumas definições sobre a concepção do *ser mulher*, mescladas a elementos que construíram (e constroem) a história das mulheres no decorrer dos séculos. Neste momento, urge aprofundar sobre o papel social desenvolvido pela mulher e como a sociedade compreende tal função.

Segundo Perrot, o determinismo biológico encarrega-se de definir também os papéis sociais desenvolvidos por cada indivíduo na sociedade. Dessa forma, estabelecem-se as profissões cabíveis para cada um dos sexos, de acordo com a compreensão que a sociedade tem a respeito da divisão do trabalho.

Não se pode dizer que a divisão sexual dos papéis, das tarefas e dos espaços esteja verdadeiramente teorizada. O pensamento filosófico da diferença dos sexos é relativamente pobre, e o discurso erudito se aproxima, sobre ponto, do discurso popular. Ambos repetem que existem, em suma, duas “espécies” dotadas de qualidades diferentes e de aptidões particulares. Os homens estão do lado da razão e da inteligência que fundam a cultura, a eles cabe a decisão, a ação e, conseqüentemente, a esfera pública. As mulheres se enraízam na Natureza, elas têm o coração, a sensibilidade, a fraqueza também. A sombra da casa lhes pertence. (PERROT, 2005, p. 269)

Observamos que há uma interferência direta do sistema social na construção do aspecto identitário, quando pensamos também na atribuição do trabalho de forma sexista. A consequência da compreensão darwinista (biológica) sobre homem e mulher parece estar sob a maneira como se estabeleceu a divisão do trabalho na sociedade ocidental.

Foi justamente ao redor da ideia de “natureza”, no momento da consolidação do pensamento científico, que foi sendo construído todo um sistema de naturalização do sexo e de discriminações e exclusões entre os sexos. A divisão hierárquica dos papéis que foram distribuídos entre homens e mulheres embrenha-se ao natural. (MATTOS, 1999, p.32)

Essa dicotomia entre homem e mulher, muitas vezes metaforizada por *razão x emoção* revela o pensamento sustentado pelo senso comum a respeito das funções de cada indivíduo na sociedade. Porém, sob outro ponto de vista, recordamos que na Idade Média a mulher ocupava posição importante na dinâmica do trabalho, uma vez que fazia parte das tarefas femininas realizar atividades no campo, na indústria e na Medicina (como enfermeiras, especialmente) (MENDES, Isabel, 1999).

A ideia de dividir o trabalho de acordo com as capacidades e aptidões de cada sexo deu-se já na Idade Média, momento em que passou a ser reservado à mulher o trabalho subalterno, como complemento do trabalho masculino.

[...] as mulheres exerciam um papel importante nos trabalhos no campo, embora não desempenhassem as mesmas funções que os homens. Eram excluídas do plantio de sementes, tanto por razões físicas quanto simbólicas: como a terra era “mulher”, ao homem cabia a tarefa de fecundá-la. Em contrapartida, elas contribuíam para a ceifa do feno em junho, participavam da confecção dos feixes da colheita no fim de julho e colhiam as uvas em setembro. Também cuidavam dos rebanhos [...], ordenhavam as vacas ou as cabras, faziam manteiga, queijo, etc. Complementariedade idêntica encontrava-se na cidade, nos ateliês de comerciantes e artesãos. As esposas cuidavam do estabelecimento e muitas vezes tinham a instrução necessária para gerir a contabilidade. Elas sabiam, portanto, escrever e contar. Eram dependentes do marido, mas dirigiam empregados e aprendizes. (PILOTGET, 2014, s/p)

De todo modo, vemos a mulher contribuir com o trabalho e com a consolidação da rotina de produção na sociedade, seja no campo ou na cidade. Na Idade Moderna, com a ascensão da burguesia e a influência do Antropocentrismo e das leis do Direito Romano, o homem passa a assumir a centralidade de varão e a mulher ocupa um novo espaço na sociedade, mais reclusa ao lar. O acesso à educação profissional é negado a ela na Idade Moderna (ALVES, 2002, p.17) e o trabalho fora do ambiente doméstico passa a ser considerado desonesto.

Percebemos que, com o decorrer do tempo e do desenvolvimento da cultura ocidental burguesa, a mulher foi sendo destinada ao trabalho doméstico, ao

enclausuramento, enquanto o homem assumiu a política e, por consequência, as atividades relacionadas ao ambiente externo da casa (conforme já discutimos anteriormente). As definições dos papéis sociais ocupados por cada gênero definem também a imagem e representação que cada um passa a ocupar na sociedade. Podemos falar, pois, de uma construção social, baseada em valores, observações, ações e pretensões.

Há uma construção cultural da identidade feminina, da subjetividade feminina, da cultura feminina, que estão evidenciadas no momento em que as mulheres entram em massa no mercado, em que ocupam profissões masculinas e em que a cultura e a linguagem se feminizam. As mulheres entram no espaço público e nos espaços do saber, transformando inevitavelmente estes campos, recolocando as questões, questionando, colocando novas questões, transformando radicalmente. (RAGO, 1998, p.31)

Disso, podemos concluir que “[...] o sentido do conceito de identidade não é fixo”²⁹ (MUCCHIELLI, 2009, p.6). Com o tempo, as identidades são construídas e desconstruídas, reorganizadas e redefinidas a partir dos movimentos dos indivíduos e das relações estabelecidas entre eles.

Observemos que no início do século XVIII a mulher trabalhava nas manufaturas domiciliares, o que contribuiu para o crescimento de muitas cidades. Com o tempo, as manufaturas foram sendo substituídas pelas máquinas, processo que deu início à Revolução Industrial e foi, aos poucos, eliminando o trabalho feminino domiciliar. No início dessa nova fase, a mulher teve papel importante no desenvolvimento da indústria têxtil, a custas da exploração de sua mão de obra. Com carga horária desumana e trabalhos mal remunerados, a mulher é considerada, sob o prisma dos marxistas, como propriedade do capitalista, dono da mão de obra e por isso, no direito de explorá-la, em sua relação de trabalho.

O fato das mulheres afastarem-se de seu lugar “natural” – o lar – é tido como uma degradação moral, ocasionada pela exploração capitalista. A presença predominante de mulheres e crianças no trabalho nas indústrias recém-mecanizadas é tida também como um determinante

²⁹ Trad. nossa de: “[...] le sens du concept ‘identité’ n’est pas fixé”.

da quebra da resistência que o trabalhador masculino opunha ao despotismo do capital na manufatura. (CARLOTO, 2002, s/p).

Com o processo de mecanização, a mão de obra feminina foi sendo substituída pela masculina. A visão burguesa, com o ideal de boa esposa e mulher fiel ao lar, ao marido e aos filhos reproduz na sociedade a visão pejorativa com relação ao trabalho feminino, que passou a ser considerado uma “ameaça à honra feminina”. (ALVES, 2002, p.21).

Ao falarmos da *construção cultural* da identidade feminina, retomamos o papel da classe média do início do século XX, que pensava (e divulgava a ideia de) que as mulheres nasceram para ser donas de casa, esposas e mães. Nesse conjunto de concepções, o casamento tinha importância fundamental na vida de qualquer mulher. A felicidade conjugal dependia, pois, do esforço da mulher para manter a família unida e o marido satisfeito (BAZANESSI, 2004). Tais expectativas sociais estabeleceram por muito tempo a função cabível à mulher na sociedade.

Já no século XX, a mulher começa a se organizar socialmente, através de sindicatos e movimentos operários, para discutir as condições de trabalho e outras demandas.

[...] cresceu na década de cinquenta a participação feminina no mercado de trabalho, especialmente no setor de serviços de consumo coletivo, em escritórios, no comércio ou em serviços públicos. Surgiram então mais oportunidade de emprego em profissões como as de enfermeira, professora, funcionária democrática, médica, assistente social, vendedora etc, que exigiam das mulheres uma certa qualificação e, em contrapartida, tornavam-nas profissionais remuneradas. Essa tendência demandou uma maior escolaridade feminina e provocou, sem dúvida, mudanças no *status* social das mulheres. (BAZANESSI, 2004, p.624)

Mesclado a esta abertura profissional estava o preconceito. Não foi fácil para a sociedade admitir que a mulher também poderia ir às ruas, ocupar cargos públicos e exercer atividades antes só permitidas aos homens. A imagem de mulher *dona de casa*, responsável apenas pelas tarefas do lar e cuidados com os filhos e o marido ainda estava solidificada na sociedade brasileira burguesa. Ainda assim, as relações de trabalho que se estabeleceram no início da vida profissional da mulher eram de submissão.

[...] O espaço público moderno foi definido como esfera essencialmente masculina, do qual as mulheres participavam apenas como coadjuvantes, na condição de auxiliares, assistentes, enfermeiras, secretárias, ou seja, desempenhando as funções consideradas menos importantes nos campos produtivos que lhes eram abertos. (RAGO, 2004, p.603)

A temática da igualdade no trabalho aparece com ênfase nas reivindicações dos anos 1970. As mulheres buscam a igualdade entre os gêneros, baseadas nas distinções que foram estabelecidas ao longo dos séculos em função da compreensão da identidade e do papel que cada um deveria assumir.

As reflexões feitas sobre o papel da mulher contribuem para concluirmos, juntamente com Piscitelli que “[...] a categoria ‘mulher’ é pensada como incluindo traços biológicos e, também, aspectos socialmente construídos” (PISCITELLI, 2002, p.12).

Ao falar em construção social, estabelecemos o crivo da construção discursiva, ou seja, voltaremos nosso olhar para a capacidade do indivíduo (e também do grupo social) de construir, discursivamente, imagens e identidades em torno da “categoria mulher”, que particularmente nos interessa nesta tese. Dessa maneira, no capítulo seguinte, trataremos de apontar elementos da análise dos jornais que compõem o *corpus* desta pesquisa e que são capazes de nos orientar com relação à identidade da mulher e sua reprodução midiática. Dito de outro modo, nos empenharemos em verificar e analisar os modos utilizados pelos jornais em questão para construir seu discurso e sua representação/identificação de mulher na sociedade.

5.6 Considerações finais do capítulo

Após apresentarmos o panorama de significados sobre a mulher, seu papel social e a necessidade de estudar cientificamente sua inserção nas relações sociais (publicas), discutiremos a maneira como a imagem da mulher é construída através dos jornais por nós selecionados nesta pesquisa. Os elementos característicos do *corpus* da pesquisa (apresentados anteriormente) serão no capítulo seguinte utilizados com mais propriedade no sentido de observar e analisar as construções discursivas dos periódicos *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea* (em ordem cronológica).

6 - Construção da imagem da mulher através dos jornais

6.1 Considerações iniciais

A proposta desta tese é apresentar um panorama da representação da mulher, através da imprensa, em jornais caracteristicamente femininos (ou feministas). Desse modo, interessa-nos, pois, saber de que modo esses jornais especializados dedicam-se a construir (ou a reproduzir) a imagem da mulher brasileira. Para tanto, os postulados discursivos de Charaudeau, Amossy, Wolf orientarão as análises seguintes.

Optamos por separar os periódicos por nome e analisar, separadamente, os elementos discursivos encontrados nas cinco edições iniciais selecionadas. Em seguida, faremos a contrastividade das análises, para cumprir nosso propósito comparativo do século XIX ao XXI, dos jornais ditos femininos (ou feministas).

6.2 Sobre a materialidade do jornal no século XIX – *O Sexo Feminino*

O periódico *O Sexo Feminino* foi lançado na cidade de Campanha, sul de Minas Gerais, no ano de 1873. Com periodicidade semanal, o jornal era coordenado por Francisca Senhorinha da Mota Diniz e contava com o apoio de algumas colaboradoras, conforme consta no cabeçalho.

FIGURA 9 - Capa de *O Sexo Feminino*, edição número 5.



Fonte: DINIZ, 1873, p.1.

O jornal trazia a seguinte descrição como subtítulo: *semanário dedicado aos interesses da mulher*. Esse subtítulo permanece durante os dois anos de veiculação do jornal e funciona como uma espécie de identificação do periódico e um adiantamento do assunto a ser abordado em seu interior. No terceiro ano, essa frase de identificação é

modificada e passa a ser: *semanário literário, recreativo e noticioso dedicado especialmente aos interesses da mulher*. As expressões complementam e direcionam o periódico ao público feminino, aos interesses da mulher, segundo a lógica e a proposta do jornal. Na capa, lemos também uma frase do filósofo Aimé Martin³⁰: “É pelo intermédio da mulher que a natureza escreve no coração do homem”. A frase parece estar em conformidade com o posicionamento da redatora sobre o papel da mulher em sua relação com o homem. Para o leitor, trata-se de um indício do conteúdo a ser tratado no interior do jornal.

O primeiro ano de edição do jornal (1873-1874) foi produzido na cidade de Campanha de Minas, no sul do estado. O jornal era impresso na tipografia do marido de Senhorinha Diniz, José Joaquim da Silva. Em 1875, Senhorinha Diniz mudou-se, juntamente com o marido e as filhas, para o Rio de Janeiro com uma proposta para lecionar na Corte. Desse modo, a partir de 22 de julho de 1875, o jornal passou a ser impresso na cidade do Rio de Janeiro. *O Sexo Feminino* reaparece em seu terceiro ano de edição (em junho de 1889) e dura alguns meses até sofrer alteração no nome, passando a se chamar *O Quinze de Novembro do Sexo Feminino*. Todas essas informações encontram-se registradas no próprio jornal, que se tornou um grande meio de comunicação entre Senhorinha Diniz e seus leitores, como vemos na sequência:

É este pois o último numero do *Sexo Feminino* que com chave de ouro, em um dia de entusiasmo e de jubilo nacional, vem encerrar o seu primeiro anno. D’ora em diante será esta folha editada na corte, d’onde opportunamente me dirigirei aos leitores, e aos meos illustrados collegas com quem permuto este semanario. (DINIZ, 1874, p.1).

É interessante observar que neste momento, Senhorinha Diniz fala em primeira pessoa, assume a pessoalidade do discurso e assegura seu espaço enquanto redatora principal e motivadora das causas femininas. Juntamente com ela, estavam as colaboradoras do jornal, que eram principalmente da família da jornalista, suas filhas: Amélia, Albertina e Elisa Diniz. Essas informações são logo apresentadas na primeira página do periódico: “proprietária e redactora D. Francisca S. da M. Diniz – collaboradoras, diversas”.

³⁰ Louis Aimé Martin (1786-1847) pedagogo e filósofo francês, escreveu a obra *De l’éducation des mères de famille ou de la civilisation du genre humain par les femmes*, publicada em 1834, em Paris.

Sobre a materialidade, verificamos que o jornal segue o padrão da época, em seu formato artesanal: quatro páginas, formatação simplificada, ainda sem gravuras, apenas com bordas e enfeites em alguma seção. A primeira página (ou capa) conta com cabeçalho, contendo o nome do jornal, o preço das assinaturas mensais e por semestre, a data de publicação, a cidade onde era impresso e o nome das colaboradoras do jornal.

Os textos estão dispostos em duas colunas, dessa forma a leitura fica direcionada sempre para um ou outro canto da página, algo diferente do que observamos atualmente nos jornais. Hoje, encontramos jornais divididos em mais colunas com a intenção de dinamizar a leitura e não cansar a vista dos leitores.

Percebemos ainda que os anúncios são apresentados na página final do periódico, divulgando festas, apresentações de teatro, produtos de beleza, revistas e serviços, como as traduções oferecidas pela filha de Senhorinha, Elisa Diniz e o sistema de internato dos colégios para meninas.

A tiragem do jornal é de 800 exemplares, número significativo se levarmos em conta a baixa escolaridade da população nesse período e o grande número de analfabetos do país. Como afirma Nunes (2008, p.1) “Campanha, em 1872, conforme o recenseamento da época, possuía pouco mais de 20 mil habitantes, sendo que apenas 1458 mulheres sabiam ler e escrever, cerca de 7% da população total”. Cabe ressaltar que, ao iniciar a publicação no Rio de Janeiro, Senhorinha promove a reimpressão dos 10 primeiros exemplares, segundo ela, para agradecer os moradores do Rio de Janeiro com o conhecimento do que já havia sido publicado em Campanha.

Como dissemos, o preço do jornal era identificado em sua primeira página. Na cidade de Campanha, o valor era de 2\$500 para assinaturas semestrais e 5\$000 para assinaturas anuais. Com a publicação no Rio de Janeiro, o preço sofre algumas alterações. A assinatura podia então ser feita por ano, no valor de 10\$000; por semestre, no valor de 5\$000 ou, ainda, por trimestre, com o preço de 3\$000.

Com relação ao conteúdo, é possível perceber uma variedade temática. São abordados temas como culinária (receitas), literatura (poesias), anatomia, normas gramaticais, cultura (divulgação de eventos e atividades), anúncios de produtos e divulgação de notícias de interesse daquela sociedade. Essas temáticas são abordadas nas diferentes seções de *O Sexo Feminino*: editorial, folhetim, poesias, literatura, noticiário, variedade, anúncios, colaboração. Praticamente todos esses conteúdos e todas essas seções mantinham direta ou indiretamente uma estreita relação com o universo

feminino. A seguir, discutiremos com mais detalhes a proposta e os ideais que sustentam o periódico.

6.2.1 A racional emancipação em *O Sexo Feminino*

O periódico apresenta características particulares em seu formato e condizentes com a produção técnica da imprensa da época. Com relação ao conteúdo temático, há especificidades que o caracterizam como um jornal de fato, “dedicado aos interesses da mulher”.

Para melhor visualizar e compreender sua proposta, apresentamos na sequência o quadro com a especificação dos temas tratados nas cinco primeiras edições do jornal. A partir da leitura e análise deste jornal, buscamos fazer a categorização temática, de modo a selecionar os assuntos pautados no periódico em sua diversidade de gêneros: artigos, editorial, notícias, anúncios e seção de literatura.

Os passos metodológicos para a obtenção do quadro abaixo, foram os seguintes: em um primeiro momento, fizemos a leitura de todo o conteúdo do jornal; em seguida, listamos os temas encontrados, sem a preocupação em definir os gêneros específicos de cada assunto. Este trabalho foi feito em todas as edições, para os três jornais analisados (que compõem o *corpus* desta pesquisa) de modo a sistematizar os assuntos recorrentes. Para tornar o quadro mais didático, os temas encontrados foram reunidos em ordem alfabética para, posteriormente, serem organizados em forma de lista. A cada tema encontrado no jornal, uma marcação foi feita na coluna correspondente àquela edição, conforme se visualiza na página seguinte.

Julgamos pertinente explicar a escolha da seleção temática sem sua respectiva correspondência com os gêneros do discurso. Sabemos que as especificidades dos gêneros discursivos são fundamentais para a compreensão e organização das estratégias embrenhadas pela instância de produção do discurso, porém neste momento não priorizamos tal sistematização do discurso.

De forma geral, esta pesquisa reúne modos de fazer jornalístico que se distanciam temporalmente. Os jornais, publicados em períodos distintos da História, apresentam diferenças na sua configuração material, discursiva, diferenças de conteúdo e também diferenças genéricas. Dito de outro modo, não há uniformidade nos gêneros utilizados pelos editores/redatores nos jornais que compõem o *corpus* da pesquisa, uma

vez que cada época faz surgir um gênero distinto e cada jornal utiliza aquele “tipo de texto” que mais condiz com sua proposta jornalística. Observaremos, a partir das análises, que as mudanças vividas no jornalismo são contempladas também nas estratégias e no modo de fazer jornalístico, marcado nas páginas de cada um dos jornais analisados. Porém, isso não inviabiliza a análise contrastiva entre os periódicos.

Depois de explicada a escolha metodológica, passemos às observações encontradas, especificamente em *O Sexo Feminino*, conforme o quadro da sequência. A partir dele, podemos visualizar os temas encontrados no periódico, conforme se segue:

Quadro 2 – Temas do jornal *O Sexo Feminino*, edições de 7 de setembro de 1873 a 4 de outubro de 1873.

TEMAS	Edição 1 07/09/1873	Edição 2 14/09/1873	Edição 3 20/09/1873	Edição 4 27/09/1873	Edição 5 04/10/1873
Educação					
Emancipação					
Imprensa					
Maternidade					
Mercado de trabalho					
Política					
Religião					
Saúde					
Violência					

Fonte: Elaborado pela autora.

O quadro acima ajuda-nos a verificar as recorrências temáticas no periódico. É possível notar a insistência dos temas emancipação, educação, maternidade e imprensa, os quais discutiremos com mais detalhes a seguir. A seleção dos temas leva-nos a refletir sobre o contrato indireto estabelecido entre produtores e receptores do produto midiático. Conforme discutimos na *Parte I* desta tese, a troca entre as duas instâncias se

dá pela correspondência entre as demandas: uma deseja se informar e a outra quer fornecer a informação.

No jornal *O Sexo Feminino*, há uma instância desejosa de defender os direitos e a emancipação feminina e espera encontrar colaboradoras para essa missão. Na edição número dois, a jornalista escreve: “Instrução para o sexo feminino minhas caras patrícias! Não cessemos de pugnar e clamar até que completamente consigamos este desideratum” (DINIZ, 1873, n.2, p.2). Com essas palavras, a jornalista motiva suas companheiras a assumirem a proposta e, com o mesmo empenho e entusiasmo, defenderem sua própria emancipação. O discurso alocutivo e o termo afetivo mas também erudito usado para dirigir-se ao público (“patrícias”), encaminham-nos a pensar na relação de companheirismo, movimento e luta, construída a partir do vínculo mediado pelo jornal. O uso dos verbos (“pugnar” e “clamar”) retoma o universo de injustiça, luta e urgência da solicitação de liberdade para o sexo feminino.

É fácil visualizar que a redatora pretende encontrar leitoras que se interessem pela temática da imprensa e queiram discutir nesse espaço seus direitos e sua condição de vida. No periódico lemos: “*O Sexo Feminino* apparece, hade lutar, e lutar até morrer; morrerá talvez, mas sua morte será gloriosa e a posteridade julgará o perseguidor e o perseguido” (DINIZ, 1873, n.1, p.1). O propósito de luta e martírio do jornal (e de sua idealizadora) é enfatizado não apenas nesta, mas nas edições seguintes. Por se tratar da edição de abertura do jornal, vemos no editorial um esforço maior em apresentar a proposta de *emancipação racional da mulher*.

Além disso, a jornalista empenha-se em exaltar o jornal e, dessa forma, envolver os destinatários do discurso, (as mulheres - de forma direta - e, indiretamente, os homens). Na mesma edição, em um artigo intitulado “O dia sete de setembro”, a jornalista faz uma metáfora entre a independência do país e a independência da mulher: “[...] este dia marcará também em nossa historia patria uma época não menos memoravel – a independência da mulher, cujo echo se faz ouvir na imprensa por um órgão – *O Sexo Feminino*” (DINIZ, 1873, n.1, p.2). Notamos, no tom exaltado do periódico, o desejo de vê-lo se constituir um instrumento de fala pública das mulheres e também um órgão legítimo da imprensa, metonímia da independência feminina.

6.2.2 Educação – o caminho para emancipar-se

Outro tema recorrente em todas as cinco edições iniciais do periódico refere-se à *educação*. Há maneiras distintas de visualizar o tema nas edições selecionadas. Ele está presente nos editoriais, no noticiário, nas seções *Collaboração* e *Litteratura*. De forma quantitativa, vemos os editoriais escritos pela jornalista apresentarem o tema em praticamente todos os títulos que analisamos. Das cinco edições, o tema aparece nomeado explicitamente em três editoriais, a saber: “A educação da mulher”, “A mulher no magistério” e “Educação physica, moral e intellectual”.

Em seu primeiro editorial, a jornalista argumenta:

O seculo XIX, seculo das luzes, não se findará sem que os homens se convenção de que mais de metade dos males que os opprimem é devida ao descuido, que elles tem tido da educação das mulheres [...] (DINIZ, 1873, n.1, p.1).

Estrategicamente, Senhorinha Diniz mescla elementos racionais a elementos emotivos, em seu discurso. A razão aponta para o Iluminismo (século das Luzes) como o precursor do progresso e da evolução da humanidade. O *pathos* leva a construir o imaginário de culpabilização do sexo masculino. O adjetivo *descuido*, usado pela jornalista para referir-se ao tratamento dado à educação das mulheres evidencia sua visão a respeito da ação dos homens e, especialmente, os valores atribuídos a tal ato. Portanto, Senhorinha busca a adesão das mulheres mostrando-lhes o quanto sofrem por serem desconsideradas na sociedade; além disso, ela não poupa aos homens, apresentando a fragilidade e incoerência na maneira como interpretavam o pensamento iluminista, daí sua alusão à *escuridão* provocada pela ignorância da mulher. Dito de outro modo, para a redatora, é inconcebível ao homem reconhecer-se iluminado pelos ideais das Luzes, se ainda permanece ignorando a necessidade de a mulher se instruir, frequentar escolas e aprender algo diferente dos ensinamentos do lar.

É mister recordar que a luta defendida por Senhorinha Diniz é feita em torno da emancipação *racional* da mulher. Ao nomear de *racional* a emancipação, a jornalista pretende introduzir a temática da educação, uma vez que, segundo ela, apenas quando a mulher tiver acesso ao ensino, às escolas, ela poderá educar devidamente seus filhos.

Formem-se as mãis de família, que por seu turno vão erguer escolas e colégios, nos campos, nas villas e nas cidades: que ensinem á mocidade de ambos os sexos os sãos princípios de uma instrucção moral e religiosa, e a face da sociedade ha de mudar (DINIZ, 1873, n.2, p.1).

Sob esse aspecto, Senhorinha reconhece que somente a educação moral não seria capaz de fornecer a plenitude da educação necessária para a boa formação. Esse fato será detalhado na edição cinco (5), em que a jornalista explica com clareza os três tipos de educação (física, moral e intelectual) e orienta sobre a necessidade de instrução das mulheres.

Outra forma utilizada pela jornalista para apresentar o conteúdo temático da educação é através da seção *Collaboração*. Uma parceria entre a Escola Normal e o periódico busca fidelizar os alunos na leitura do jornal e envolvê-los com questões gramaticais, como se fossem desafios a serem respondidos pelos alunos e enviados à redação do jornal. A partir da 2ª edição, o jornal publica

Aos normalistas de ambos os sexos que frequentão esta escola offerece a redacção do Sexo Feminino o seguinte problema, sobre arithmetica, cuja solução deverá ser remetida á redactora principal com tempo de poder ser publicado no 3º numero deste periódico” (DINIZ, 1873, n.2, p.2).

Em seguida, uma questão sobre *grammatica portugueza* é apresentada. Trata-se de problemas relacionados ao raciocínio lógico e também aos usos gramaticais, como os usos corretos da crase, flexão de adjetivos e regência verbal. Podemos concluir, pois, que Senhorinha Diniz projeta como leitores de seu periódico (além dos normalistas) mulheres que se interessem pelo conhecimento, pelo aprimoramento da língua e reconheçam o poder de transformação advindo da imprensa e assumam, por consequência, a proposta racional de sua independência.

Aqui, retomamos o pensamento de Bourdieu que afirma que “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado”. (BOURDIEU, 1997, p.12). Usando este pensamento de Bourdieu como parâmetro, compreendemos que Senhorinha Diniz usa *óculos especiais* que enxergam com clareza a educação como motivação única da veiculação de *O Sexo Feminino*. “O ponto objectivo do novo periodico é, como mais de uma vez temos dito, a educação e a

instrução da mulher, estas duas expressões simbolizam a síntese de seus esforços” (DINIZ, 1873, n.3, p.1).

6.2.3 Ser mãe – a razão de educar-se

O tema da *maternidade* está diretamente relacionado à *educação*. A jornalista desenvolve um raciocínio lógico argumentativo que impele os leitores (homens e mulheres) a se convencerem de que a melhor maneira de formar bons cidadãos é através da educação das mães (mulheres). Podemos descrever a seguinte trajetória argumentativa:

- i. A sociedade precisa de bons cidadãos para caminhar no progresso;
- ii. Somente a mãe é capaz de ensinar;
- iii. Para bem ensinar, é preciso que a mãe (mulher) seja formada, instruída.

Reconhecemos aqui os componentes da lógica argumentativa, descritos por Charaudeau, ao afirmar que a relação argumentativa exige uma asserção de partida (i), uma asserção de chegada (iii) e uma asserção de passagem (ii). É importante ressaltar que a asserção de partida “representa a *legitimidade* da proposta” (CHARAUDEAU, 2008, p.209, grifo do autor). Na tese de *O Sexo Feminino*, a capacidade materna para o ensino é o que justifica todo o restante do empenho da mulher em instruir-se.

Nas palavras da jornalista encontramos a motivação: “Mães de família assim formadas prepararão a mocidade que futuramente possa ornar as diversas carreiras a que pôde aspirar um moço ou uma moça desde a mais alta escala social até o mais modesto emprego oficial” (DINIZ, 1873, n.2, p.1). Faz-se necessário ressaltar a inserção da mulher no mercado profissional, uma vez que a jornalista especifica (moço ou moça) para exercer uma atividade.

A importância da maternidade é também ressaltada na quinta edição, quando a jornalista publica em seu editorial “Temos sustentado que somente a mãe é apta para educar o filho (...) É isto de uma verdade prática e incontestável” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). Essa asserção a princípio indiscutível, é seguida de um questionamento tácito, que marca o rumo argumentativo do discurso de Senhorinha: “Porém que educação pôde esperar-se da mãe de família que nem si quer sabe definir este vocabulo?” (*idem*). Encontra-se aqui a chave do discurso da redatora. Ela parte de uma verdade

incontestável, diante da qual nem mesmo os homens duvidam, (por tratar-se de um senso comum na sociedade) para levantar um problema que compromete a continuidade da missão da *mulher mãe* como educadora.

O argumento da jornalista leva os homens a reconhecerem a necessidade de investir na educação feminina. A culpabilização do sexo oposto ocorre linhas abaixo, no editorial: “E esta grave omissão, esta falta tão sensível, esse mal tão grande a quem é devido? É ao governo, á sociedade, aos homens – e aos paes!!!” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). Assim, fecha-se, portanto, o ciclo argumentativo de Senhorinha. Em outra edição, a jornalista elege também um inimigo a ser combatido, conforme lemos a seguir. “Há um reducto onde traiçoiro reside o inimigo que procuramos combater; esse reducto chama-se – a ignorância da mulher; esse forte que urge metralhar é defendido pela sciencia dos homens” (DINIZ, 1873, n.3, p.1).

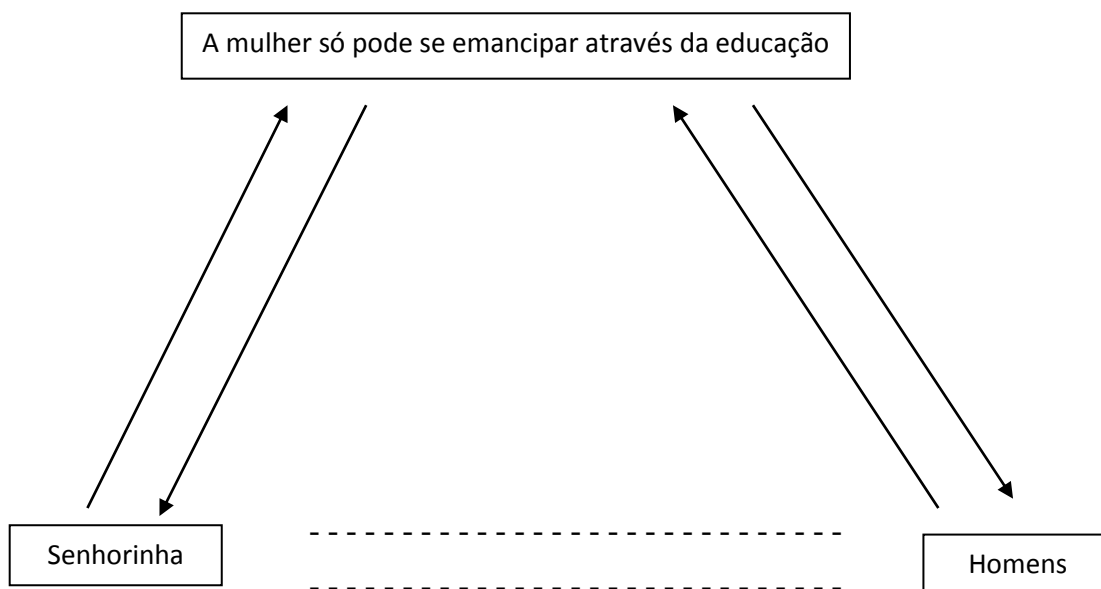
Esse imbricamento de elementos em torno da educação e da maternidade levamos a recuperar a proposta de organização argumentativa, desenvolvida por Charaudeau. Para o linguista, o argumento desenvolve-se a partir de uma relação triangular entre sujeito argumentante, sujeito-alvo e determinada proposta sobre o mundo. Reconhecemos que a proposta da jornalista é a emancipação feminina através da educação, detalhada nas linhas seguintes:

Só há um meio de regenerar a sociedade, de mudar moralmente a face da terra, de emancipar a mulher, de salvar-lhe um futuro – é pela educação e instrucção no collegio, ou no lar domestico por pedagogos da escolha paterna, e isto enquanto não se preparão as mães de famílias” (DINIZ, 1873, n.2, p.1).

A argumentação em torno desta tese dirige-se, pois, aos culpados pela ignorância feminina, nomeados acima: homens, governo, pais. Senhorinha Diniz assume a argumentação de tal discurso e, juntamente com o jornal *O Sexo Feminino*, apresenta seu engajamento em prol da emancipação feminina.

Adaptamos o modelo proposto por Charaudeau (2008) para explicar o *modo de organização argumentativo* presente no discurso de Senhorinha Diniz, a fim de melhor visualizar a relação triangular estabelecida no periódico.

FIGURA 10 – Referência de esquema argumentativo



Fonte: Quadro adaptado de Charaudeau, 2008, p.205.

A partir do esquema acima, compreendemos que é necessário haver um questionamento e uma resposta, compreendida como o estabelecimento de uma verdade, para que o sujeito argumentante defenda sua proposta sobre o mundo. Explico melhor: se questionarmos qual a necessidade de instrução da mulher, há uma resposta tácita, assumida como verdade e sustentada por Senhorinha - somente a mãe pode educar bem os seus filhos. A partir desse argumento, a jornalista elabora discursivamente um jogo de interesses com a necessidade de seu sujeito alvo, os homens. Para eles, é importante que a sociedade se desenvolva, que cresça e tenha bons cidadãos. A solução para resolver tal impasse reside na educação da mulher. Sendo assim, a redatora pretende persuadir os homens, elencando razões para que eles, especialmente os governantes, se empenhem em promover a educação e instrução para as mulheres.

Por outro lado, é possível notar que Senhorinha lida com a oposição de seu argumento. No terceiro exemplar, de 20 de setembro de 1873, a redatora declara: “[...] o inimigo já começa a mover-se nos arraiais contrários”. A escolha lexical usada pelo periódico corrobora a proposta da atividade discursiva voltada para a argumentação. Os *arraiais contrários* de onde fala o *inimigo* opõem-se ao lugar de onde fala a jornalista. Sob essa perspectiva, há um esforço de Senhorinha para combater o inimigo e suas ideias, quais sejam: o descuido com a educação da mulher e o descaso com relação à

figura feminina na sociedade. Assim diz ela: “A quem se deve a nenhuma instrução da mulher – a sua descurada educação – a sua nenhuma importância social – o grau de aviltamento a que tem sido reduzido o sexo frágil (...) ? Deve-se (triste verdade) ao sexo masculino...” (DINIZ, 1873, n.3, p.1). Esse tipo de discurso de culpabilização construído especialmente nos editoriais ajuda-nos a visualizar a cena discursiva empreendida pela jornalista.

Para explicar o movimento argumentativo de um discurso, Charaudeau (2008) defende a *busca de racionalidade* e a *busca de influência* como dois elementos que conduzem a ação do sujeito argumentante. Segundo o linguista, a *busca de racionalidade* tende a um ideal de verdade para explicar os fenômenos do universo. Fácil é perceber tal empenho na fala da jornalista de *O Sexo Feminino*: “É problema resolvido e hoje sem a menor contestação, que somente a mulher póde com vantagem educar a mocidade” (DINIZ, 1873, n.4, p.1).

Aliado ao poder da asserção está a estratégia usada pela jornalista: recuperar o momento sócio histórico vivido, o Iluminismo, e contrapô-lo à marginalização da mulher na sociedade. “O seculo XIX, século das luzes, não se findará sem que os homens se convenção de que mais de metade dos males que os opprimem é devida ao descuido, que elles tem tido da educação das mulheres...” (DINIZ, 1873, n.1, p.1). Segundo a proposta de Senhorinha, repetimos, é incoerente ao homem dizer-se iluminado pelos ideais de liberdade e igualdade do Iluminismo, se ainda desconsidera a mulher na sociedade e não investe em sua educação.

Outra forma de evidenciar a racionalidade no discurso da jornalista é através do uso do interdiscurso. O recurso à citação de terceiros como reafirmação da tese central do periódico contribui para dar legitimidade à fala de Senhorinha. Na segunda edição do periódico, a jornalista afirma: “É tal a preponderância materna que a seu respeito Aimé Martin assim se exprime: ‘No coração maternal se nutrem o espírito dos povos, os seus costumes, prejuízos, virtudes, e por outros termos, a civilização do genero humano’” (DINIZ, 1873, n.2, p.2). Vemos que o pensamento do filósofo francês Aimé Martin contribui para dar sustentação à defesa da jornalista.

A necessidade de convencer o sujeito alvo leva o argumentante a construir suas estratégias para persuadir o interlocutor. O empenho de quem argumenta é “[...] compartilhar com o outro (interlocutor ou destinatário) um certo universo de discurso até o ponto em que este último seja levado a ter as mesmas propostas (atingindo o

objetivo de uma co-enunciação)” (CHARAUDEAU, 2008, p.206). Essa busca visualiza-se na fala categórica da jornalista:

Em vez de paes de família mandarem ensinar suas filhas a coser, engomar, lavar, cosinhar, varrer a casa, etc., etc., mandem-lhes ensinar a ler, escrever, contar, grammatica da língua nacional perfeitamente, e depois, economia e medicina domestica, a puericultura, a litteratura (ao menos a nacional e portugueza), a philosophia, a historia, a geografia, a physica, a chimica, a historia nacional, para coroar esses estudos a instrucção religiosa ...” (DINIZ, 1873, n.1, p.1)

Após essas considerações, esperamos ter tornado mais clara a relação triádica entre os sujeitos (alvo e argumentante) e a tese defendida por quem argumenta.

6.2.4 O fim de todo o processo: emancipar-se

A *emancipação* é outro ponto crucial defendido por Senhorinha. O tema está desenvolvido, especialmente, nos editoriais de primeira página. A jornalista deixa bem claro o propósito do jornal: “Já circula por ahi o primeiro numero do *Sexo Feminino* periódico que se dedica á defesa dos direitos da mulher” (DINIZ, 1873, n.2, p1). Já discutimos anteriormente a trajetória argumentativa da jornalista para expor sua tese de emancipação, que envolve a necessidade de emancipação e o papel da mulher na sociedade (como mãe e formadora dos bons cidadãos). Nas palavras de Senhorinha, é possível perceber o detalhamento de tal proposta:

O *Sexo Feminino* ergue-se modesto no vasto mundo da imprensa; está animado de bons desejos para conviver, e corresponder-se com os de mais periodicos, com os quaes deseja entreter relações amistosas, máxime com aquelles que não deixão de propugnar pelos interesses da mulher, cujos direitos tem até o presente sido tão descuidadosamente tratados pelo nosso governo, que parece temer alguma revolução resultante da *instrucção, educação e emancipação da mulher*. (DINIZ, 1873, n.2, p.1)

É possível notar que há dois direcionamentos para essa *empreitada*. Senhorinha Diniz dirige-se tanto aos homens, quanto às mulheres para fazer sua defesa. Em alguns momentos, ela se empenha em incentivar o sexo feminino a desejar sua emancipação, tal como podemos ver na edição número cinco:

Mães de famílias, acordai desse vosso somno prejudicial – reservai alguns momentos para lerdos, para vos instruídes a fim de que compreendendo o que é educação, possais da-la a vossos filhos, que por seu turno a transmitirão aos seus descendentes” (DINIZ, 1873, n.5, p.1)

Em outro momento, a redatora fala aos homens, governantes. Ela os culpa pelo atraso das mulheres na educação e quase faz uma ameaça: “Mas o homem hade compartilhar dos efeitos deste seu modo de pensar; porque ‘*quem semêa abrolhos, espinhos colhe*’” (DINIZ, 1873, n3, p.1). Diante da visão apresentada pela jornalista, é possível compreender a emancipação como uma necessidade para as mulheres daquele período. Por se tratar de uma sociedade ainda marcada pelo poder de decisão masculino, a jornalista fala aos homens com o intuito de provocar tal mudança, de despertar neles a necessidade de agir em favor da emancipação da mulher. Discutiremos, em seguida, como se dá essa relação do discurso da jornalista com as dificuldades encontradas para o bom êxito da sua proposta. Nosso intuito é verificar com mais detalhes a alteridade do discurso de Senhorinha Diniz.

6.2.5 Uma pitada de narrativa - empecilhos à emancipação racional da mulher

Toda a estratégia argumentativa de Senhorinha Diniz, descrita e analisada anteriormente, só se torna válida diante das adversidades enfrentadas para a aceitação de seu discurso na sociedade mineira oitocentista. Como discutimos na seção anterior, sobre a racionalidade da emancipação da mulher, a tese da jornalista só se sustenta pela sua relação adversa com seu oponente direto, o homem.

Ao nos questionarmos sobre quais são, afinal, as dificuldades enfrentadas pela mulher oitocentista para ser completamente livre, emancipada, encontramos (na verdade) um inimigo a ser combatido e convencido: o homem.

Apesar de seus elementos categoricamente argumentativos, verificamos em Senhorinha Diniz um apelo narrativo e emotivo em suas construções discursivas. Se aprofundarmos na cena discursiva construída de forma ampla, verificaremos:

- i. Senhorinha Diniz – heroína (a favor das mulheres);
- ii. Homem (ns) – inimigo (anti-herói);
- iii. Construção de cena de entrave entre os dois (interesses).

É importante ressaltar que não encontramos no periódico uma narrativa categórica, aos moldes do modo de organização narrativo (CHARAUDEAU, 2008), ou conforme sugere Genette, em *O Discurso da narrativa* (1995). Observamos, no todo do discurso, ser construída uma moldura entre “possíveis personagens”, as marcas temporais de suas ações e a cena construída a partir delas. Genette reorganiza a categorização de Todorov (1966) e apresenta como elementos da narrativa: tempo, modo de narrativa e voz. Para o crítico literário francês, a narrativa se forma a partir da relação temporal entre o discurso e a *diegese*³¹; o modo diz respeito ao ponto de vista de quem conduz a narrativa, enquanto a voz refere-se às condições de enunciação da narrativa. Se nos pautarmos nesses elementos chave da narrativa, encontramos no discurso de Senhorinha Diniz a relação temporal entre aquilo que a jornalista relata/discute e os retornos temporais que faz para tornar válidos seus argumentos. A redatora volta ao passado, em muitos momentos, para explicar e justificar sua luta em favor da emancipação feminina. Além disso, percebemos a redatora como a voz da instância *narrativa*, que conduz os acontecimentos e, no caso do periódico, torna públicos os pensamentos e os fatos pertinentes à proposta editorial de *O Sexo Feminino*.

Retomamos aqui os postulados de Charaudeau, que explica ser a encenação narrativa como uma “construção do *universo narrado* (ou *contado*) propriamente dito, sob a responsabilidade de um *sujeito narrante* que se acha ligado por um *contrato de comunicação* ao destinatário da narrativa” (CHARAUDEAU, 2008, p.158, grifo do autor). Em *O Sexo Feminino*, observamos haver, antes de tudo, um contrato que se pauta pela temática “interesses da mulher”. Ao considerarmos a temporalidade de tal veículo de comunicação, verificamos que a incipiência do jornalismo oitocentista permitia à instância de produção flexibilizar os gêneros, uma vez que eles não estavam devidamente cristalizados no universo da imprensa. Por esse motivo, o imbricamento entre os gêneros, já bastante comum hodiernamente, era basilar no jornalismo do século XIX.

Sendo assim, permito-me nesta pesquisa, fazer uma aproximação entre os esquemas narrativos propostos por estudiosos tais como Propp, Charaudeau e Freytag para explicar a construção narrativa, seja ela ficcional ou não. Em seus estudos sobre as narrativas, o filósofo russo Propp desenvolveu o esquema funcional de 31 sintagmas

³¹ Refere-se ao procedimento de organização lógico-temporal da narrativa.

para explicar o funcionamento dos contos de fada. Ele estabeleceu as recorrências entre eles e listou os sintagmas narrativos. Alguns deles nos interessam sobremaneira, especialmente os que se referem a: *afastamento*, *transgressão*, *dano*, *reação do herói*, *tarefa difícil e punição*.

Em outro ambiente discursivo, com proposta distinta da normatização e formalização do processo de construção da narrativa, mas com a mesma intenção de aprofundar no funcionamento de tal gênero, Charaudeau desenvolve os componentes da lógica narrativa. Para explicar o *princípio da intencionalidade* do modo de organização narrativa, o linguista francês Charaudeau (2008) baseia-se na ordenação de sequência narrativa proposta pelo semiótico C. Brémont, que estabelece haver sempre uma tríade: estado inicial, estado de atualização e um estado final. De forma detalhada, no estado inicial surge sempre uma *falta*, que se encaminhará para a *busca* e que culminará no êxito ou fracasso, já no seu estado final.

Ousamos trazer esses conceitos para a construção do discurso de Senhorinha Diniz. Se observarmos de forma panorâmica o caminho escolhido pela jornalista para a defesa dos direitos da mulher, verificamos, em uma aproximação com os sintagmas narrativos de Propp (1928), que Senhorinha Diniz sai de seu estado inicial, familiar e seguro, como mulher alfabetizada (privilégio de poucos) e realiza um *afastamento* dessa condição inicial. A jornalista *transgride* a regra social de anonimato feminino ao lançar o jornal e relata isso em sua primeira edição “Zombem muito embora os pessimistas do aparecimento de um novo órgão na imprensa – *O Sexo Feminino*” (DINIZ, 1873, n.1, p.1). O conflito com o anti-herói (suposto agressor) é descrito pela jornalista: “[...] persigão os retrógrados com seus ditérios de chufa e mofa nossas contrerrêneas, chamando-as de utopistas”. O embate travado é logo adiantado pela jornalista nesta primeira edição “*O Sexo Feminino* aparece, hade lutar, e lutar até morrer; morrerá talvez, mas sua morte será gloriosa e a posteridade julgará o perseguidor e o perseguido” (grifos da autora). Esse misto de narrativa e argumentação faz do discurso de Senhorinha Diniz uma seara de estratégias argumentativas distintas para se alcançar o propósito final: defender a emancipação da mulher. Podemos perceber que para tal, Senhorinha Diniz apresenta não só elementos lógicos e argumentativos, mas também faz uso de componentes patêmicos e narrativos, conforme discutimos anteriormente.

6.2.6 Afinal, de que mulher estamos falando?

Outra categoria escolhida para identificar a imagem e representação da mulher nos jornais diz respeito às nominações, ou seja, aos nomes utilizados pelo periódico para referir-se à mulher. Após a leitura e análise dos diferentes gêneros dispostos no jornal, selecionamos os nomes que se referiam às mulheres, sejam eles indicativos de qualificações profissionais, qualidades pessoais, generalizações, entre outros. Para melhor visualização, apresentamos o quadro abaixo com a indicação dos nomes encontrados em cada edição do jornal.

Ao observar o quadro, é possível notar a recorrência dos nomes: mulher, moça, sexo frágil, menina, mãe (de família) para fazer referência ao gênero feminino. Destacamos o uso das palavras mãe (de família), mulher e sexo frágil. Podemos inferir, a partir desses usos, que as imagens prioritariamente construídas (e reproduzidas) em *O Sexo Feminino* dizem respeito à mulher mãe e ao sexo frágil.

Recortamos do discurso de Senhorinha o seguinte excerto: “Prepare-se o futuro pela educação e instrução do sexo frágil” (DINIZ, 1873, n.2, p.1). Apesar de construir o ideal de mulher independente e instruída, a jornalista o faz baseado na imagem de uma mulher considerada frágil (ou fragilizada socialmente). Faz-se necessário pontuar que o adjetivo *frágil* parece contrapor-se ao seu oposto, *forte* - relacionado ao sexo masculino. Desse modo, reivindica-se também para as mulheres a educação antes recebida apenas pelos homens. Em outro momento, a redatora também cita a “fragilidade” das mulheres ao evidenciar o descaso dos homens e o “(...) o gráo de aviltamento a que tem sido reduzido o sexo frágil, e a elevação a que tem chegado a corrupção dos costumes ...” (DINIZ, 1873, n.3, p.1). Desse modo, a jornalista reforça as relações desiguais entre homens e mulheres, relega ao espaço de inferioridade a mulher, que está submissa à força masculina (tanto física quanto política).

QUADRO 3 – Referentes do jornal *O Sexo Feminino*. (Continua)

REFERENTES	Edição 1 7/set/1873	Edição 2 14/set/1873	Edição 3 20/set/1873	Edição 4 27/set/1873	Edição 5 4/out/1873
Alumnas					
Bello sexo					
Esposa					
Filha					
Groceiro e brusco gracejo					
Joguete					
Jovens companheiras					
Jovens mineiras (campanhenses)					
Mãe (de família)					
Meninas					
Moça (educada)					
Móvel					
Mulher					
Nosso sexo					
Patrícias					
Professora					
Rosa					
Senhora					
Sexo feminino					
Sexo frágil					
Traste de casa					

Fonte: Elaborado pela autora, usando a grafia do jornal em pauta.

A partir do quadro acima, podemos notar também quatro grupos distintos de qualificações da mulher, em que se destacam: a) as adjetivações referentes ao gênero, b) positivas, c) negativas e d) aquelas relacionadas ao papel e função social da mulher. Desse modo, temos:

QUADRO 4 – Categorização dos referentes femininos em *O Sexo Feminino*

Gênero	Papel social	Adjetivação (pejorativa)	Adjetivação (positiva)
Mulher	Alunas	Traste	Moça educada
Sexo feminino	Professoras	Brusco gracejo	Jovens
Nosso sexo	Mãe (de família)	Móvel	Companheiras
Meninas	Filha	Joguete	Rosa
	Esposa	Sexo frágil	

Fonte: Elaborado pela autora.

É interessante pontuar que, de acordo com as construções discursivas de *O Sexo Feminino*, a adjetivação negativa para referir-se à mulher é recuperada do universo masculino. Dito de outro modo, são os homens que nomeiam (ou reconhecem) assim as mulheres, como *trastes de casa* ou *joguetes*. Com relação ao papel social, a jornalista destaca as relações entre mãe e filha, e professora e aluna. O empenho pela questão da educação leva a redatora a valorizar essencialmente a professora e, de forma indireta, a mãe. Para Senhorinha, a mãe é também uma educadora, por isso a relação entre as duas torna-se similar. Tal posicionamento fica claro na exortação da jornalista em seu editorial:

Mães de famílias, acordai desse vosso somno prejudicial – reservai alguns momentos para lêrdes, para vos instruírdes a fim de que compreendendo o que é *educação*, possais da-la a vossos filhos, que por seu turno a transmitirão aos seus descendentes (DINIZ, 1873, n.5, p.2, grifo da autora).

Sob essa perspectiva, a jornalista defende que a primeira professora que o aluno tem é sua própria mãe, capaz de ensinar-lhe os preceitos morais, religiosos e também instruí-lo nos estudos. Diante da história da mulher no Brasil (e no mundo), torna-se salutar pontuar a expressão “acordar desse sono prejudicial”, utilizada pela jornalista

para referir-se ao tempo em que as mulheres não se importavam com os estudos³². A proposta da redatora de *O Sexo Feminino* é exatamente despertar as mulheres, através da publicação do periódico, para outro universo – o das manifestações públicas das mulheres, embasada na instrução.

O incentivo da jornalista Senhorinha Diniz à educação está presente também no primeiro editorial, de sete de setembro de 1873, quando a jornalista propõe aos pais que “Mandem-lhes [a suas filhas] ensinar a ler, escrever, contar, grammatica da língua nacional *perfeitamente*, e depois, *economia e medicina domestica....*” (DINIZ, 1873, n.1, p.1, grifos da autora). À fala de Senhorinha, seguem uma infinidade de áreas de conhecimento das quais as mulheres deveriam ter conhecimento.

A figura da esposa aparece na seção *Variedade*, do número quatro do periódico, sob o título de “O dote de uma noiva”. Aqui, a mulher é caracterizada pelos seus dotes morais, religiosos e por seus valores: “Educação esmerada, consciência recta, e suficiente esperteza, tudo isto valerá 80,000 reales” (DINIZ, 1873, n.4, p.3). A necessidade de valorização das características pessoais da mulher aparece também caracterizada pelo seu extremo oposto. Explico melhor: na edição número três, a jornalista descreve a maneira como os homens veem (e julgam) as mulheres, como vemos a seguir:

(...) esses máos conselheiros que na sociedade estudão todos os *ardis*³³ para mentirem á mulher lisonjeando-lhe seu orgulho – alimentando *seus caprichos*, e louvando *sua vaidade*, para em sua ausência rirem-se da *credulidade da inexperiência da jovem*, que *imprudently deu credito aos fementidos*³⁴ *elogios que lhe fez o homem* (DINIZ, 1873, n.3, p.1, grifo da autora).

É interessante observar que há também um julgamento negativo por parte da mulher com relação ao homem. Por trás das palavras da jornalista está a visão de um homem mentiroso, enganador, que quer apenas ludibriar a inocente e inexperiente mulher. Novamente, a imagem da mulher como sexo frágil aparece imbuída nesse

³² Aqui, relembramos os “silêncios” estudados por Perrot ao verificar na História as pequenas manifestações públicas das mulheres, especialmente no universo das letras.

³³ Ardis: estratégias que são boladas no intuito de enganar alguém, persuadir.

³⁴ Fementido: enganoso, falso, mentiroso.

pensamento. A fragilidade da jovem está na sua incapacidade de reagir, ou de se defender dos galanteios dos homens e discernir o que é certo ou errado.

A conclusão desse pensamento da jornalista encontra-se na sequência de seu argumento: “Não é o externo da mulher que cumpre ornar – é o interno, é a inteligência que deve brilhar...” (*idem*). Apresenta-se, portanto, uma contraposição dos elementos: a visão do homem sobre a mulher e a visão da mulher sobre ela mesma (apresentada pelo viés da jornalista).

A beleza da *rosa* (DINIZ, 1873, n.3, p.1) é apresentada no periódico não apenas pelo seu aspecto positivo (beleza), mas também com um elemento crítico (a efemeridade do que é exterior). “O homem parece encarar a mulher como o faria a uma *rosa*, sem se lembrar que esta flor tem uma *momentanea* existência” (DINIZ, 1873, n.3, p.1, grifo da autora). É possível notar a trajetória discursiva na qual a jornalista se empenha:

- i. Apresenta a fragilidade feminina;
- ii. Avalia pejorativamente a ação masculina;
- iii. Expõe seu argumento sobre beleza e interioridade;
- iv. Ataque e ameaça aos homens.

Ao avaliar esse caminho discursivo, notamos a culpabilização do homem pela situação de descaso da mulher que, segundo a jornalista, “sempre hade ser desconsiderada, hade ficar estacionaria si não lhe dermos educação e instrucção” (DINIZ, 1873, n.3, p.1). A estratégia de Senhorinha completa-se com o “ataque discursivo”, elaborado com o intuito de intimidar e amedrontar o sexo masculino. “Mas o homem hade compartilhar dos efeitos deste seu modo de pensar; porque “*quem semêa abrolhos, espinhos colhe*”” (DINIZ, 1873, n.3, p.1, grifos da autora). O uso de um ditado popular, já cristalizado socialmente, caracteriza a necessidade de afirmação do pensamento da autora.

Podemos, seguindo Authier-Revuz (1990) chamar de heterogeneidade discursiva, o uso de vozes diferentes no discurso. As formas de heterogeneidade alteram “[...] a unicidade aparente da cadeia discursiva, pois elas aí inscrevem o outro (segundo modalidades diferentes, com ou sem marcas unívocas de ancoragem)” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p.29). Aqui, esse recurso é utilizado na construção do argumento para torná-lo válido e aceito pela sociedade. A fala de Senhorinha é marcadamente

construída a partir da heterogeneidade discursiva (*op.cit.*), seja ela constitutiva (aquela que é própria ao discurso, já que nenhum discurso é original) ou mostrada (a palavra do outro, que “emprestamos” de forma visível em nossos discursos, pois a evidenciamos por meio de marcas linguísticas tais como aspas, travessões, etc.). Desse modo é fácil notar que o discurso da jornalista em pauta é pleno de citações bíblicas, filosóficas e contém também, de forma evidente, diálogos e pensamentos de terceiros, além de reproduções do discurso científico, etc. Esses empréstimos visíveis da palavra do outro, são feitos por Senhorinha para adquirir maior credibilidade ao tomar a palavra (ainda que mediada pela materialidade da imprensa): a palavra do outro funciona como um argumento de autoridade. Ao analisar a interioridade do discurso, descobrimos, pois, que a jornalista defende a mulher em contrapartida às acusações normalmente feitas pelo sexo masculino.

Analisamos, anteriormente, as nomeações feitas de forma geral no periódico. Interessa-nos, neste momento, compreender de que maneira a jornalista apresenta a concepção de notícia no jornal e como as representações da mulher aparecem nesse gênero discursivo.

6.2.7 Notícia e noticiabilidade em *O Sexo Feminino*

Na *parte I* desta tese, discutimos o que é ser notícia e quais os critérios são utilizados para decidir sobre a publicação de determinado conteúdo no jornal. Também compõe nossa discussão a perspectiva do acontecimento, ou seja, a compreensão do acontecimento jornalístico, que sai do aspecto essencialmente físico e se constrói discursivamente. Cabe aqui, retomar alguns elementos já discutidos anteriormente para verificar qual a perspectiva de notícia adotada por Senhorinha Diniz.

De forma pontual, encontramos em *O Sexo Feminino* a seção *Noticiário*, que por seu nome, parece dedicar-se (essencialmente) à veiculação de notícias. É necessário aprofundar um pouco mais nossa compreensão. Ao analisarmos as cinco edições iniciais do periódico, vemos ser tratados nessa seção os seguintes assuntos, por ordem de publicação: aprovação de D. Maria Amélia de Noronha para lecionar na Escola Normal; concurso para o magistério, nomeação da professora D. Henriqueta Adosina da Costa; relatório da relação *alunos x gênero* na Escola Normal e novas nomeações de docentes e, por fim, a publicação da opinião do jornal *República* sobre *O Sexo Feminino*.

Em um primeiro momento, é possível notar que todas as notícias publicadas referem-se à educação e, mais especificamente, a questões relacionadas à Escola Normal. Tal escolha justifica-se pela definição da linha editorial de *O Sexo Feminino*, qual seja, a emancipação racional da mulher, conforme declaração enfática no terceiro número do periódico: “O ponto objetivo do novo periódico é, como mais de uma vez hemos dito, a *educação* e a *instrução da mulher* ...” (DINIZ, 1873, n.3, p.1, grifos da autora). Desse modo, podemos verificar quais os critérios usados pela jornalista para selecionar suas publicações, ou seja, os critérios de noticiabilidade (*ver parte I*). Para Senhorinha Diniz, notícia é tudo aquilo que coloca em evidência a figura da mulher e, de uma forma ou de outra, traz à tona o tema da educação.

É possível verificar também a parcialidade do discurso, característica intrínseca ao jornalismo do século XIX, e elemento também do discurso partidário, proposto pela jornalista. Ao noticiar na primeira edição que a professora Maria Amélia de Noronha fora aprovada para lecionar na escola da freguesia do Carmo, a jornalista completa: “Felicitamos aos habitantes do Carmo pela aquisição de uma tal professora, *moça educada em sãos princípios religiosos, e suficientemente habilitada para transmitir a instrução elementar*” (DINIZ, 1873, n1, p.4, grifo nosso). A avaliação feita pelo jornal para identificar a professora caracteriza o *fazer jornalístico* dos anos oitocentos, marcado pela experimentação, pelos julgamentos pessoais e pela adjetivação excessiva. Em contrapartida, distancia-se da perspectiva de isenção, construída no decorrer do século XX, que reserva ao jornalista o papel de reproduzidor da verdade, da realidade.

Da mesma forma que a educação é tema unânime, a *personagem mulher* também é colocada em cena nas notícias divulgadas em *O Sexo Feminino*. Fala-se da mulher professora, da mulher candidata à Escola Normal, da moça aluna (que supera em número a quantidade de rapazes em sala de aula), e da mulher empreendedora, Senhorinha Diniz, que toma frente do jornal *O Sexo Feminino* e da luta pela emancipação feminina.

Se avançarmos um pouco mais na lógica da publicação de Senhorinha Diniz, veremos que além da temática da educação e da valorização da figura feminina, é critério de noticiabilidade em *O Sexo Feminino* a *emancipação feminina*. Explico melhor: todas as notícias relacionadas à educação não só colocam em evidência a figura da mulher, como também mostram-na emancipada, trabalhadora, estudante, empreendedora (ao falar da projeção de *O Sexo Feminino*).

Notamos também que o fato de se publicar neste jornal o conteúdo de outro – o jornal *República* – pois ele mostrou-se favorável à proposta de *O Sexo Feminino* – ilustra a necessidade de reafirmação do trabalho desenvolvido pela jornalista através do periódico. Sob outro ponto de vista, vale ressaltar que era comum a troca de *correspondência* entre os periódicos. Observamos tal perspectiva também na edição número três, momento em que a jornalista agradece aos “elogios” recebidos por seu jornal:

O Sexo Feminino agradece as palavras de saudação, animação e bom agouro com que foi mimoseado pelas ilustradas redacções dos periódicos campanhenses, *Monitor Sul Mineiro*, *Monarchista e Colombo*. (DINIZ, 1873, n.3, p.4, grifos da autora).

Outra observação que podemos fazer a respeito dos critérios de noticiabilidade e da composição das notícias é com relação aos títulos. Estes aparecem sempre nominalizados: *as candidatas*, *professora interina*, *nomeação definitiva*, *Escola Normal do Rio de Janeiro*, *novas nomeações para o Magistério*, *profunda gratidão*. Esta perspectiva difere da ideia atual do jornalismo, que propõe o uso de verbos em seus títulos para evidenciar a ação dos sujeitos envolvidos. O uso apenas de substantivos e adjetivos para identificar os títulos parece apresentar a ideia/o sentido de verdade “certeira, inquestionável” para o discurso. Sendo assim, a publicação de assuntos referentes às mulheres seja nas nomeações públicas, seja nas candidaturas, é sempre construída como algo tácito, verdadeiro.

Compreendemos conforme Alferes e Augustini (2010, p.19) que “[...] Essa diferença de estatuto assertivo imprime na nominalização um efeito de evidência, de “já-lá”, de construído não “em” e “pelo” dizer, mas no e pelo real (do mundo)”. Portanto, o esforço de Senhorinha Diniz na publicação do noticiário prioritariamente nominalizado é trazer para o ambiente público da imprensa aquilo que tem efeito de real, fato no mundo.

O recurso de transformação de enunciados de sua forma verbal para a não-verbal (nominalizada) é entendido aqui como um recurso estratégico capaz de trazer para o discurso da jornalista a ideia de que as mulheres são *inquestionavelmente* importantes para a sociedade, por serem nomeadas professoras, por se candidatarem a vagas na Escola Normal e, por que não dizer, também (ou sobretudo) por escreverem para o jornal *O Sexo Feminino*?

6.3 O conjunto de mulheres na década de 1980 - *Mulherio*

O jornal *Mulherio* foi publicado em maio de 1981, lançado pela Fundação Carlos Chagas e distribuído gratuitamente aos órgãos de imprensa, instituições acadêmicas e grupos organizados de mulheres em todo o país. O periódico seguiu com suas publicações de 1981 a 1988, quando mudou de nome e conseguiu lançar apenas duas edições de *Nexo*. O site da FCC³⁵ disponibiliza para download todas as edições de *Mulherio*, desde 1981, em PDF. A publicação era bimestral e distribuída em número de páginas variável: na primeira edição, foram 16 páginas, nas subsequentes, foram 24.

O jornal buscava sua padronização através das seções, que delimitavam os assuntos tratados e a ordem de cada tema na sequência da leitura. Portanto, após a capa, seguiam as seções ou editoriais: *Cartas*, *Mulheres em ação*, *Leitura e Cozinha*, bem como seções fixas. Há ainda as edições especiais, em que são publicados temas específicos, como *Violência* (número 2), *Política* (número 3), *Creches* (número 4) e *Corpo* (número 5). Tais seções ocupam de seis a oito páginas, com artigos, entrevistas e depoimentos pertinentes ao assunto tratado. Há ainda uma variação no que diz respeito às seções nos jornais analisados pois com o tempo, surgiram outras seções que as já citadas, tais como *Internacional*, *Pesquisa*, *Alternativas*, de acordo com a demanda de cada edição.

Consideramos necessário retomar a proposta do jornal, delineada com precisão na edição número zero de *Mulherio*, lançada como uma carta de intenções do jornal. Nela, as editoras explicam o porquê do nome do jornal, as pautas, ou seja, as temáticas adotadas como prioridade pelo periódico e seus objetivos. Há ainda nesta edição um histórico sobre o dia internacional da mulher, uma crônica e, por fim, uma charge temática que perpassa a função da mulher no núcleo familiar.

As idealizadoras deste jornal também explicam que ele tem período de circulação garantido por pelo menos um ano e meio, em função da parceria com a *Fundação Carlos Chagas* (FCC). Há ainda direcionamento a respeito do trabalho que será realizado pelas jornalistas em *Mulherio*:

³⁵ <http://www.fcc.org.br/conteudosespeciais/mulherio>

A idéia de criação de um jornal sobre mulher surgiu já há alguns anos entre as pesquisadoras da Fundação Carlos Chagas que se dedicam ao estudo da condição feminina no Brasil. (...) Já mais amadurecida e debatida, a idéia de criação de um jornal dirigido a esses três públicos - **os órgãos** de comunicação, os grupos de mulheres e as entidades culturais e acadêmicas – torna-se agora realidade, ao ser integrada ao conjunto de projetos sobre a condição feminina que a Fundação Carlos Chagas realiza com o apoio da Fundação Ford. Isso garante a saída regular de *Mulherio* por um período inicial de um ano e meio. (*Mulherio*, 1981, n.0).

Pelo que foi transcrito acima, delinea-se o pragmatismo que rege a proposta de *Mulherio* e a especificidade do projeto, voltado para o esclarecimento e a discussão da condição da mulher no Brasil.

Na edição de lançamento do jornal, as editoras deixam bem clara a proposta do periódico e a maneira como serão distribuídos os conteúdos:

Mulherio, com 16 páginas, terá sempre um artigo de fundo, de análise; várias reportagens e notas curtas abordarão a mulher no Brasil e no mundo. Uma seção será dedicada a pesquisas, teses e outros estudos sobre a mulher; espaço para grupos feministas divulgarem suas ideias, resenhas e críticas de livros e filmes. (*Mulherio*, 1981, n.0)

Em nossas análises serão consideradas as definições propostas pelo conselho editorial na especificação do conteúdo veiculado no jornal. Interessa-nos a seleção temática feita pelo grupo e a forma como o conteúdo é disposto no jornal, especialmente a relação que se estabelece entre o conteúdo e a imagem da mulher.

Conheceremos mais e melhor o periódico após (e a partir) das análises linguístico-discursivas das cinco primeiras edições do jornal, que apresentaremos na sequência. Nosso olhar está voltado para os elementos que compõem tal discurso no que se refere aos temas e à imagem reproduzida da mulher.

6.3.1 Pluralidade de mulheres em *Mulherio*

Faz-se necessário retomar aqui alguns elementos já discutidos em capítulos anteriores, no que tange à história e representação da mulher. Apresentamos, aqui, o jornal *Mulherio*, lançado na década de 1980 no Brasil, ainda na vigência da ditadura militar (a caminho da abertura política). Segundo Buitoni, “[...]foi o mais duradouro dos jornais feministas dessa década” (BUITONI, 2009, p.133). Por seu caráter

assumidamente feminista, o jornal traz, portanto, elementos que identificam a atuação das mulheres na década de 1970, em busca da liberdade e de seus direitos em relação ao corpo. Apresentamos, em seguida, o quadro com os referentes utilizados nas edições de *Mulherio* para nos ajudar a aprofundar nessa discussão sobre sua importância histórica.

Quadro 5 – Referentes do jornal *Mulherio*, edições de maio de 1981 a fevereiro de 1982 (Continua)

REFERENTES	Edição 1 mai- jun/1981	Edição 2 jul- ago/1981	Edição 3 set- out/1981	Edição 4 nov- dez/1981	Edição 5 jan- fev/1982
(A) líder sindical					
(As) militantes					
(Boa) filha					
Associações (organizações) femininas/de mulheres					
Brasileiras					
Candidatas					
Cidadãs					
Cliente					
Colegas					
Companheira(s)					
Compradoras					
Conjunto (grupo) de mulheres					
Consumidoras					
Criadoras					
Criminosa					
Entidades feministas					
Entrevistadas					
Escrava/mucama					
Esposa					

Quadro 5 – Referentes do jornal *Mulherio*, edições de maio de 1981 a fevereiro de 1982 (Continua)

REFERENTES	Edição 1 mai- jun/1981	Edição 2 jul- ago/1981	Edição 3 set- out/1981	Edição 4 nov- dez/1981	Edição 5 jan- fev/1982
Feminista(s)					
Grupo de mulheres					
Grupos feministas					
Heroínas					
Integrantes					
Irmãs					
Jovem					
Leitoras					
Líder (feminista)					
Madame(s)					
Mãe (de família)					
Mulherio					
Negra					
Oprimidas					
Organização de mulheres					
Organizações feministas					
Organizadoras					
Participantes					
Pioneira					
População feminina					

Quadro 5 – Referentes do jornal *Mulherio*, edições de maio de 1981 a fevereiro de 1982 (Conclusão)

REFERENTES	Edição 1 mai- jun/1981	Edição 2 jul- ago/1981	Edição 3 set- out/1981	Edição 4 nov- dez/1981	Edição 5 jan- fev/1982
Profissões³⁶					
Público feminino					
"Santa(s)" e "puta(s)"					
Senhora(s)					
Sócia					
Solteiras					
Trabalhadora(s)/proletárias/operária					
Vítimas			³⁷		
Voluntárias					

Fonte: Elaborada pela autora

De forma prática, podemos perceber que os muitos referentes encontrados no jornal são reflexo do excessivo número de páginas (16 a 24). Em comparação com *O Sexo Feminino* (quatro páginas) e com *Fêmea* (quatro páginas), *Mulherio* tem de quatro a seis vezes o tamanho dos outros jornais. Esse fato pode ser explicado através de algumas inferências. Por seu caráter acadêmico, vinculado diretamente a uma instituição de ensino (*Fundação Carlos Chagas*), e pela intencionalidade de sua publicação, o periódico parece permitir-se a liberdade de apresentar conteúdos mais densos, mais analíticos e, conseqüentemente, mais extensos.

Outras particularidades do jornal são observadas, tais como a seção fixa *Leitura* (com resenhas literárias), as recorrentes divulgações de eventos acadêmicos, concursos e congressos relacionados à mulher e o desenvolvimento de matérias especiais (ocupando de seis a nove páginas no jornal), relacionadas a temas específicos de

³⁶ Várias profissões exercidas por mulheres são listadas nas publicações de *Mulherio*. Optamos por reuni-las através do referente *profissões*, em função da dificuldade de listar todas as áreas de atuação da mulher.

³⁷ A edição número 3 apresenta o termo mulheres vítimas. Devido ao caráter semântico, optamos por incluí-lo ao referente *vítimas*.

interesse das mulheres. Essas particularidades contribuem para caracterizar *Mulherio* e serão importantes nas análises de representação da mulher (feitas logo em seguida).

A partir da observação do quadro de referentes em *Mulherio*, verificamos a recorrência de nomes (ao se referir à mulher) que marcam a época de publicação do periódico (década de 1980), pós-eclosão do feminismo no Brasil. Em todas as edições, faz-se referência às mulheres com o uso dos termos: *feministas*, *grupos feministas*, *organizações femininas* e *entidades feministas*. É interessante notar que em todas as edições analisadas há esta referência, o que evidencia na pesquisa que se trata de uma imagem de mulher importante para o periódico.

Ao avançarmos nas análises em cada edição, verificamos que as feministas são citadas, especialmente, em temas que se referem à reivindicação dos direitos da mulher. “Motivadas pela ausência de medidas efetivas contra a violência, participantes de diversos *grupos feministas* da cidade decidiram decretar um ‘toque de recolher’ para os homens” (*Mulherio*, 1981, n.3, p.11, grifo nosso). Nessa edição, é noticiada a ação das feministas contra a violência exercida pelos homens. Elas promoveram uma campanha, distribuíram cartazes pela cidade com ordem de toque de recolhida para os homens. A manifestação evidenciou a insatisfação das mulheres diante da impunidade aos agressores.

Outro ponto interessante é notar que as editoras optam pelas referências de coletividade, tais como: conjunto (associações) de mulheres, organização de mulheres, mulherio, movimento de mulheres, grupos de mulheres. Podemos associar esses referentes coletivos a temas que trazem à tona a *ação* das mulheres. Esse fato ocorre especialmente ao se tratar da luta por direitos, tal como acontece no jornal ao publicar questões políticas ou relacionadas à violência.

Um ponto a ser lembrado é que esse esboço não foi elaborado em gabinete fechado, mas veio de discussões e sugestões propostas por vários setores da população e, fundamentalmente, por *grupos de mulheres*, pois são as que mais sofrem as restrições impostas pelo atual Código Civil (*Mulherio*, 1982, p.8, grifo nosso).

Nesse excerto, os grupos de mulheres aparecem como protagonistas da ação. Elas são apresentadas em sua coletividade e assumem o lugar daquelas que, na notícia citada, reúnem-se, elaboram propostas e lutam no Congresso para obter seus direitos. Tal autonomia é evidenciada nas páginas de *Mulherio*. Há sempre uma mulher, ou

grupo de mulheres, trazido à tona a partir da leitura do jornal. O fato de protagonizar as ações noticiadas no periódico confere à mulher a autonomia de sua própria identidade. Pelo menos, parece ser essa a intenção de *Mulherio*. Em todos os gêneros utilizados no jornal, a mulher surge como protagonista, seja nos artigos de opinião, seja nas charges, seja nas notícias, ou ainda nas resenhas literárias. Verificamos, em toda a extensão do jornal, a imagem recorrente de mulheres que escrevem livros, participam de eventos científicos, fazem pesquisa, vão às ruas manifestar contra a violência, criam grupos de autoajuda, enveredam-se para a política, enfim, agem, são autoras de suas escolhas. Destacamos a *autonomia* como elemento identitário característico da mulher retratada por *Mulherio*.

Outro tipo de referente usado com frequência nas edições do periódico está ligado às profissões. A mulher é nomeada por aquilo que ela faz, pelo ofício que exerce e pelo trabalho que desempenha, seja como dona de casa, advogada, médica, enfermeira, professora, jornalista, operária. A perspectiva da mulher que se identifica a partir de sua profissão parece trazer à tona a ocupação do mercado de trabalho pela mulher.

O periódico da década de 1980 se empenha em sustentar a imagem que desde as operárias até as médicas, as mulheres estão atuando no mercado, participando da vida social e, logo, tendo importância também no mundo do trabalho. Vale ressaltar que essa perspectiva aparece até mesmo na seção *Classificados*, onde se lê: “As advogadas Florisa Verucci e Leny Rodrigues têm um escritório jurídico especializado nos problemas da mulher” (*Mulherio*, 1981, p.17). A divulgação do trabalho oferecido pelas profissionais do Direito coloca em cena não só a necessidade de intervenção jurídica para as desigualdades entre os sexos (como citado no anúncio), mas também apresenta profissionais *mulheres* capacitadas para resolver tal questão.

Além de destacar o trabalho específico das mulheres, com a citação das profissões desempenhadas por elas, *Mulherio* traz também a generalização do trabalho, através do uso das palavras trabalhadora(s) e operárias, recorrente em praticamente todas as edições analisadas.

Pontuamos que na edição número 3, surge o termo *trabalhadora oprimida*. O adjetivo empregado recupera um universo de sentido marcado por abusos e explorações da mulher. A terceira edição do jornal apresenta um artigo sobre a *Mulher Negra*, assinado por Lélia Gonzales, em que a redatora faz um panorama do mercado de

trabalho para a mulher negra, ressaltando questões salariais e posições de mercado. Na sequência desse artigo, *Mulherio* apresenta um texto com o seguinte título “Como eliminar seu chefe”. A complementaridade do título está na foto (superior) e na marca da editoria (canto superior esquerdo) com o símbolo *Cinema*³⁸. A publicidade da peça de teatro ali, nessa parte do jornal não é isenta. A crítica aparece logo ao final da notícia, assinada por Cristina Bruschini.

Pena que o superficialismo do tratamento dado a essa comédia tipo bandido-mocinha tenha impedido que suas heroínas denunciassem a causa real de sua opressão cotidiana, (...) que vai além da mera estupidez de um único vilão. Sua condição de mulher e de trabalhadora oprimida nesse gueto profissional – o trabalho do escritório – fica assim reduzida à perseguição implacável de um só bandido, deixando de ser vista como consequência da situação social mais ampla (*Mulherio*, 1981, n.3, p.10).

Os comentários analíticos sobre a peça revelam-nos, mais uma vez, o posicionamento deste jornal, que não pretende ser apenas mais um a divulgar assuntos de interesse das mulheres, mas que busca ser crítico, analítico e propulsor de mudanças.

Sob a mesma perspectiva de abusos à mulher, ela é retratada como *vítima*, nas edições 2, 3 e 5. Na edição 5, na seção *Internacional*, um artigo sobre legislação, igualdade e discriminação, assinado por Branca Moreira Alves, volta à tona a temática. Partindo de um dado histórico, esta jornalista recorda que [...] “O atendimento telefônico a mulheres *vítimas* de violência começou em 1979, com plantão de uma noite por semana...” (*Mulherio*, 1982, n.5, p.5, grifo nosso). A mulher que sofre violência é aqui categorizada como vítima, alguém que recebeu uma ação (ou uma agressão) que evidentemente lhe trouxe prejuízos. Um dos sentidos conotativos da expressão *vítima* está relacionado ao martírio, a atitudes heroicas de um mártir sacrificado, um inocente. É sob esse prisma - baseado no tema da violência - que as páginas do supracitado número do jornal trazem a imagem da mulher.

Para compreender melhor as relações subjacentes ao uso deste vocábulo, trazemos para a discussão a perspectiva charaudiana no que diz respeito às relações de poder e aos conflitos em sociedade. Segundo o teórico,

³⁸ Na verdade, trata-se de uma peça de teatro, publicada junto com outras notícias relacionadas à cinema.

[...] todas as sociedades evoluem segundo um mesmo processo: situação de conflito → tentativa de regulação → estabelecimento de um equilíbrio, e depois: conflito → regulação → equilíbrio →, etc. (CHARAUDEAU, 2008, p.29)³⁹.

O linguista ainda completa que é a partir desses conflitos e das relações de poder entre os diferentes grupos, que surge a figura do vitimado:

Mas os conflitos podem igualmente ser provocados pelo sentimento de injustiça que experimentam os grupos de pessoas que se consideram vítimas da arbitrariedade, do favoritismo, da traição daqueles que lhes têm feito promessas; essas pessoas, se sentindo enganadas, querem fazer cessar as desigualdades e eliminar os privilégios. (CHARAUDEAU, 2008, p.30)⁴⁰

Charaudeau traduz com precisão o sentimento das mulheres, relatado no periódico, advindo dos séculos anteriores, marcados pelas desigualdades, favoritismo masculino e exclusão da mulher do âmbito social. Nesse ínterim, a imagem de mulher vítima parece desenhar com clareza o conflito travado entre *homem x mulher* por entre os séculos.

Ao falar do surgimento de novos SOS Mulher, na seção *Cozinha* da terceira edição, o jornal apresenta o tema da Violência e reflete a imagem da mulher violentada. “Ambos os grupos estão preocupados em evitar a prática assistencialista e refletir mais sobre a proposta feminista de atendimento à mulher violentada” (*Mulherio*, 1981, n.3, p.22). Mais uma vez, configura-se no jornal a representação da mulher fragilizada que se torna vítima da ação de um agressor.

Em contraposição ao imaginário da mulher vitimada, está a representação da mulher atuante. Já discutimos anteriormente o papel da coletividade em *Mulherio*. Apresentamos, neste momento, a mulher que é referenciada como líder, criadora, pioneira, organizadora, participante. Todos os adjetivos empregados para caracterizar a

³⁹ Nossa tradução de: “[...] toutes les sociétés évoluent selon un même processus: situation de conflit → tentative de régulation → établissement d’un équilibre, puis de nouveau: conflit → régulation → équilibre →, etc.”

⁴⁰ Nossa tradução de: “Mais les conflits peuvent également être provoqués par le sentiment d’injustice qu’éprouvent des groupes de personnes se considérant comme victimes de l’arbitraire, du favoritisme, de la trahison de ceux qui leur ont fait des promesses; ces personnes, se sentant trahies, veulent faire cesser les inégalités et éliminer les privilèges”.

mulher fazem dela uma referência para as demais (talvez, até mesmo, para as vítimas citadas anteriormente).

A mesma edição que apresenta uma seção especial sobre a *Violência* (edição 2) e ao evidenciar a mulher vítima, violentada, fragilizada, traz à tona o *Congresso de mulheres*, realizado em Genebra, em junho de 1981. A notícia é assinada por Carmen Barroso e é construída a partir de comentários da jornalista sobre o evento. Outra notícia traz à baila a mulher escritora: “Durante quatro dias, mais de 300 pessoas discutiram temas ligados à literatura *escrita por mulheres* neste século, durante o 4º *Congresso Interamericano de Escritoras*, realizado no México em junho” (*Mulherio*, 1981, n.2, p.6, grifos nossos). É interessante pontuar que há um misto de referências à mulher em *Mulherio*, como se o jornal apresentasse verdadeiramente esse conjunto distinto de mulheres (referência ao nome do periódico) que ora são vítimas, ora surgem como irreverentes grupos de reivindicações, ora apresentam-se como protagonistas de ações inovadoras.

Faz-se necessário pontuar ainda o aparecimento da expressão *santa e puta*, registrado em duas das cinco edições analisadas. A dicotomia apresentada pela junção dos termos oponentes coloca em cena uma expressão bastante comum ao se referir ao lugar da mulher na sociedade: ou ela está na posição de “santa”, como mulher recatada, obediente e servil ao marido e à família; ou do seu contrário e aí é vista como indigna, sem valor, provocadora de desejos. A referência direta à mulher prostituta também aparece nas edições número 2 e 5. Na segunda edição do periódico, por exemplo, um artigo sobre machismo e socialismo em Cuba traz à tona o problema social da prostituição, mesclado à inserção no mercado tradicional de trabalho. “As empregadas domésticas e as prostitutas foram rapidamente preparadas para trabalhar na indústria ou no setor de serviços” (*Mulherio*, 1981, n.2, p.4). Esse artigo, assinado pela socióloga Heleieth Saffioti, analisa criticamente o trabalho das mulheres no processo de implantação do socialismo em Cuba e de reintegração da mulher, livrando-a do preconceito no mercado de trabalho.

A mesma referência é recuperada na seção *Cozinha*, da quinta edição de *Mulherio*, quando as editoras do jornal publicam um comentário sobre o requerimento do vereador Nilson Bocarte, que pretendia proibir as mulheres de perambularem pelas ruas após as 22 horas. Eis o comentário: “Pena que não possa ser revogada também a idéia de que mulher é sinônimo de prostituta, triste pérola acrescentada ao nosso longo

colar honorário de rainhas disso-ou-daquilo” (*Mulherio*, 1982, n.5, p.22). O comentário crítico e irônico parece ter sido elaborado pelas próprias editoras do jornal, uma vez que não está assinado, como estão os artigos, e por apresentar o uso de pronome pessoal na primeira pessoal do plural (nós), fato que nos situa em uma coletividade, tal como é exposto [em sua carta de intenções, na edição número zero do jornal]. Tal comentário revela um pensamento, por vezes, cristalizado na sociedade, de que as mulheres ocupam apenas posições sociais extremas: ou como santas, ou como putas. O fato de tal expressão ter sido publicada no jornal revela sua recorrência social, uma vez que assumimos o postulado de que a imprensa apresenta o recorte da realidade, ou seja, ela é responsável por trazer ao espaço discursivo impresso, parte da realidade objetiva. Falamos, pois, em verossimilhança, conforme apresentamos na parte I desta tese.

Discutimos, no início deste capítulo, o significado e as implicações sociais e ideológicas em torno da palavra *mulher*. Retomamo-las aqui para analisar o uso frequente da palavra em questão no jornal *Mulherio*. Tal uso está ligado diretamente a outro ponto discutido anteriormente: a necessidade de apresentar a mulher como protagonista. Desse modo, citar tal palavra não é apenas uma referência ao gênero, significa colocar em cena a “personagem” feminina, evidenciar a importância do gênero, em si. De forma complementar, a palavra *mulher* recebe adjetivos que lhe conferem algum atributo, que a qualificam ou descrevem em todas as edições. Surgem, nos jornais: mulheres *negras, emancipadas, assassinadas, pobres, brancas, chefes de família, vítimas, livres, liberadas, operárias, indígenas, casadas* ou *separadas*. O quadro abaixo pode nos ajudar nessa categorização:

QUADRO 6 – Categorização dos referentes femininos em *Mulherio*

Características	Papel social	Adjetivação (pejorativa)	Adjetivação (positiva)
Casadas	Operárias	Vítimas	Livres
Separadas	Indígenas	Assassinadas	Liberadas
Negras	Chefes de família	Discriminadas	Emancipadas
Brancas	Candidatas		
Pobres	Organizadas		

Fonte: Elaborado pela autora

Buscamos listar no quadro acima os adjetivos encontrados em *Mulherio* que sucedem a palavra *mulher* (no singular ou no plural). Sendo assim, notamos que há características que se revestem de um sentido bastante positivo e outras que fazem o oposto, e atribuem carga negativa ao gênero feminino. Em outros momentos, o adjetivo serve para pontuar o papel social exercido pela mulher, seja como chefe de família, seja como candidata às eleições. Esta adjetivação parece evidenciar uma necessidade das editoras em destacar o gênero. Mais uma vez, um *mix* de mulheres é visualizado no jornal e parece-nos uma estratégia de consolidação de *Mulherio* como o jornal das múltiplas faces femininas, conforme a carta de intenções da edição número zero.

Mulherio, por sua vez, nada mais é do que as mulheres, ou uma grande porção de mulheres. É o que somos, é o que esse jornal será. Sim, nós vamos nos assumir como *Mulherio* e, em conjunto, pretendemos recuperar a dignidade, a beleza e a força que significam as mulheres reunidas para expor e debater seus problemas (*Mulherio*, 1981, n.0, p.1).

A fala das editoras corrobora o caráter plural das mulheres e seus referentes no periódico. Essa diversidade também está presente no referente ligado à maternidade. A palavra mãe é publicada em todas as edições, porém ela também vem acompanhada de alguns adjetivos que a caracterizam: mãe preta e mãe de família. A imagem da *mulher mãe* aparece, principalmente, nas histórias em quadrinhos publicadas em *Mulherio*, conforme segue a ilustração:

FIGURA 11 – História em quadrinhos do jornal *Mulherio*, edição 5 (jan/fev de 1982)



Fonte: *Mulherio*, 1982, p.22

A personagem Naná, metaforizada por uma galinha, traz à tona a imagem de mãe trabalhadora, sempre atarefada, rodeada de filhos e, por vezes, desmotivada de suas atribuições. Na quinta edição de *Mulherio*, Naná aparece conversando com sua amiga,

uma pata, que lhe pergunta: “Gostou dos feriados, Naná?”. A galinha responde, indignada: “Feriados? E por acaso mãe tem feriado?”. A partir dessa cena construída, emerge do discurso a representação da mulher como sempre disponível para atender às necessidades de filhos e, possivelmente, do marido; ou seja, recupera-se a imagem de mulher servidora do lar.

O uso da galinha como metáfora de mãe também nos leva ao ambiente da superproteção. Além do significado de ave doméstica da família dos galináceos, a palavra apresenta sentido metafórico ao se referir à mãe protetora, que mantém os filhos sob o cuidado de suas asas. Esse sentido conotativo é sustentado pelo senso comum e utilizado frequentemente para fazer referência às mães zelosas, que guardam seus filhos sempre ao seu redor.

Além dessa metáfora, o referente *mãe* foi citado no artigo sobre Cuba, escrito pela socióloga Heleieth Saffioti, que relata “[...] há um profundo respeito pela criança e pela mãe que trabalha fora do lar” (*Mulherio*, 1981, n.2, p.4). Voltamos ver, dessa vez com mais clareza a imagem da mãe, na edição número 4, com a seção especial *Creche*. Em letras garrafais, o jornal traz na página 10, início dos artigos temáticos, o título “Quem pariu Matheus que o embale”. A foto de uma criança com semblante sofrido, na lateral direita da página, ajuda a compor a cena discursiva de abandono e sofrimento. O texto, ao lado afirma:

O ditado popular não deixa dúvida: cuidar, proteger e educar é tido como um problema da mãe, e só da mãe. Esse comportamento está de tal forma enraizado – na sociedade e nas próprias mulheres, individualmente – que a mãe que trabalha fora acabe se vendo num verdadeiro beco sem saída. Delegar a outros a “sagrada” tarefa de cuidar dos filhos não traz só problemas práticos. Além das despesas e das preocupações extras, provoca um sentimento de culpa em relação ao filho. Afinal, o modelo recebido na família não previa a transferência das funções de mãe para outras pessoas. (*Mulherio*, 1981, n.4, p.10)

A abertura do tema especial sobre *Creche* já faz emergir questões sociais e históricas que colocam em xeque o papel da mulher mãe e da mulher trabalhadora. Os dilemas da mulher que ocupa o mercado de trabalho, mas ainda traz consigo as obrigações do cuidado com os filhos são detalhados e discutidos nessa edição. O referente *mãe* surge agora com uma conotação um pouco diferente da anterior, marcada pela desmotivação da mãe em relação às tarefas de casa. Neste momento, surge a

mulher mãe com jornada dupla de trabalho. O tema amplamente discutido pelas feministas na década de 1970 e é rediscutido no jornal a partir dos novos moldes. Há aqui dois elementos importantes a serem observados no entorno desse discurso:

- i. A mulher não se isenta da maternidade (Mulher mãe);
- ii. A mulher está inserida no mercado de trabalho (Mulher social);
- iii. Há um problema social a ser resolvido.

Verificamos aqui as marcas históricas da formação da sociedade brasileira vêm à tona. Para ficar com os registros públicos possíveis a partir da leitura do *corpus*, retomamos Senhorinha Diniz, que afirma categoricamente “Temos sustentado que sómente a mãe é apta para educar o filho; pois que o pai, ainda que o quisesse fazer, não teria o tempo necessário” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). A fala da jornalista oitocentista descreve com nitidez a relação de dependência criada socialmente entre mãe e filho.

Podemos voltar ainda às pesquisas de Priore (2013), ao apresentar um panorama das relações entre mulher, família e casamento. A pesquisadora retoma, ao falar do percurso da mulher no século XIX e no século XX, o papel preponderante da mulher como mãe.

Na segunda metade do século XIX, de coisa natural – a árvore que dava fruto –, a maternidade passou a matéria a ser ministrada. Ao final do mesmo século, já tinha se tornado questão de ordem pública. Medidas de proteção à gestação e ao parto começavam a ser tomadas. A mortalidade infantil assustava. Para proteger mães e filhos, lançou-se mão de uma revolução sanitária que buscava abafar o passado “atrasado”. A herança do colonialismo e da escravidão tinha de se substituída pela “modernidade”. E o que significava isso? A transformação da mulher em máquinas de fazer filhos, mas, sobretudo, cidadãos e soldados, para o bem da pátria (PRIORE, 2013, p.133).

A importância da maternidade perpassa os séculos e é retomada na década de 1980, agora sob a nova perspectiva do cuidado com os filhos diante da reconfiguração social da mulher trabalhadora. Diante da discussão, *Mulherio* se posiciona:

Neste número, procuramos participar desta luta. Trazer experiência e caminhos alternativos que tentam romper esse beco sem saída. Discutir a educação do filho não mais como um assunto privativo de cada mulher, mas como um problema da coletividade, que está exigindo soluções mais satisfatórias que as atuais. (*Mulherio*, 1981, n.4, p.10)

Essencial é perceber o apelo ao coletivo, o chamamento feito pelo grupo editorial para discutir-se, publicamente, a temática do cuidado com os filhos. Observa-se que o alcance do mercado de trabalho, tema frequente em *O Sexo Feminino*, parece ter sido alcançado. A luta de Senhorinha Diniz em favor dos estudos, da busca pela educação e formação da mulher não é tema de polêmica em *Mulherio*. Surge agora um novo embate para a mulher: depois de alcançado o mercado de trabalho, como lidar com a maternidade? Mais uma vez o jornal feminista recorre ao empoderamento feminino: assumir para si o problema das mulheres como um todo e buscar a solução de forma coletiva, ainda que seja inicialmente com uma discussão mais aprofundada. Dessa maneira, o periódico dedica oito páginas desta edição para tratar tal temática.

Ainda com reflexos no ambiente familiar, o jornal *Mulherio* traz à tona o referente *esposa*, mas não há grande recorrência em suas publicações. A palavra aparece nas edições 3, 4 e 5, mas não há uma discussão aprofundada sobre tal imagem da mulher. Na edição número 4, o nome surge nas cartas do leitor, selecionadas para publicação. A leitora lamenta a dificuldade de exercer as diversas funções a ela atribuídas: “Foi e está sendo muito difícil ser só mãe, dona-de-casa e esposa. É muito difícil pra mim não estar lutando, estar longe das pessoas e do mundo lá fora” (*Mulherio*, 1981, n.4, p.2).

Em outro momento, o referente *esposa* aparece associado a um fato que permite alguns desmembramentos discursivos. Na seção *Alternativas*, da edição 3 de *Mulherio*, há uma notícia sobre a organização das mulheres fiandeiras de Goiás, que desenvolvem um trabalho artesanal e promovem a convivência entre si. Ao relatar o início das reuniões, Elaine Marques (quem assina a matéria) descreve: “Alguns maridos temiam que fosse coisa de “falar mal de homem”, e um deles reagiu espancando a esposa e quebrando as coisas da casa”. A temática da violência surge associada diretamente à figura da *mulher esposa*. A reação do marido permite-nos refletir sobre a coisificação da mulher. Estão no mesmo nível semântico as ações: *quebrar as coisas da casa* e *espancar a mulher*. Desse modo, o homem parece considerar-se no direito de reagir destruindo objetos, tanto as *coisas*, quanto a *mulher* (aqui, referida como esposa). Em outra edição (número 5), o referente aparece mais uma vez ligado à violência doméstica. A notícia sobre o assassinato de Eliane Grammont permite a reflexão sobre outros assassinatos de mulheres realizados por seus próprios maridos. Na notícia, segue o

relato: “José Maria Vicente foi condenado a quatro anos de cadeia pelo assassinato de sua esposa” (*Mulherio*, 1982, n.5, p.6). Notamos que não há a construção, nem mesmo o interesse do jornal em refletir a imagem da esposa ideal, da mulher perfeita, preparada para o matrimônio. As relações conjugais são apresentadas em *Mulherio* apenas nas notícias/artigos em que são tratados os casos de violência doméstica, ou apenas para citar a existência de tal relação social entre homem e mulher.

Destacamos o uso frequente do vocábulo *militante* e seus derivados. Presente nas três últimas edições, o referente está associado, geralmente, às ações diretas das mulheres envolvidas em movimentos sociais, sejam eles feministas ou não. O vocábulo, empregado como substantivo ou adjetivo, recupera o universo de sentido das guerras. Militante é definido como aquele que combate, que está em exercício. Podemos, ainda, entender militante como aquele que defende uma causa, que se empenha em lutar por algo específico, de forma ativa. Em *Mulherio*, a imagem da mulher ativa socialmente e empenhada em agir em favor da mulher é frequentemente evocada.

Ao noticiar o primeiro julgamento de um homem no Brasil por ter incitado alguém ao suicídio, o jornal focaliza a participação das mulheres, no caso, as militantes de um grupo feminista. Em *Mulherio*, lemos:

O julgamento, dia 13 de outubro, em Fortaleza, foi assistido pelas militantes do Grupo Feminista 4 de janeiro. Elas levaram faixas e cartazes exigindo a condenação de Zequinha, consideraram a sentença uma importante vitória das lutas feministas” (*Mulherio*, 1981, n.4, p.6).

É interessante observar que a sequência discursiva complementa o conjunto semântico da palavra militante. A frase subsequente descreve o que seria a militância, na perspectiva do jornal: manifestar, expor seus pensamentos, exigir seus direitos, como fizeram as mulheres diante do caso de violência.

A leitura, análise e compreensão dos referentes no jornal despertam as representações mediadas e seus sentidos para a prática comunicacional. O papel da comunicação na (re)produção de imagens e representações é discutido por França em suas pesquisas e trazido por nós para nos ajudar a compreender tais usos e estratégias no discurso:

A comunicação é esse processo em que imagens, representações são produzidas, trocadas, atualizadas no bojo de relações; esse processo em que sujeitos interlocutores produzem, se apropriam e atualizam permanentemente os sentidos que moldam seu mundo e, em última instância, o próprio mundo. (FRANÇA, 2004, p.23)

Sob esse prisma, o jornal *Mulherio* atualiza a imagem da mulher e centraliza-a nas relações sociais. O periódico se responsabiliza por evidenciar a mulher trabalhadora, profissional, organizada socialmente (em busca de reivindicações) e isso contribui para que os leitores se apropriem dessa configuração social da mulher e moldem um mundo representativo sobre a mulher da década de 1980 no Brasil. Retomaremos essa questão ao elaborarmos o quadro comparativo das três instâncias de produção jornalística (três jornais que compõem o *corpus* desta pesquisa), momento em que observaremos as recorrências e os distanciamentos entre os três períodos de produção das mulheres jornalistas no país.

Após a discussão e análise dos referentes encontrados no periódico, ampliaremos um pouco mais a perspectiva de análise do jornal para discutir os temas e o arranjo dos conteúdos jornalísticos. Retomaremos o contrato estabelecido entre os parceiros discursivos (Charaudeau) e a composição sócio-histórica do produto noticioso.

6.3.2 Conversas entre o *Mulherio* na década de 1980

Outra pista discursiva para verificarmos a imagem e representação da mulher em *Mulherio* está nos temas recorrentes no periódico. Quais os assuntos são pautados pelo jornal? Se pensarmos no periódico como fruto de uma relação mediada e essencialmente plural, podemos nos questionar: quais as conversas são travadas entre as mulheres da década de 1980? Com o intuito de buscar algumas respostas para esses questionamentos, apresentamos um quadro com os temas publicados nos diferentes gêneros dispostos no jornal.

QUADRO 7 – Temas do jornal *Mulherio*, de maio de 1981 a fevereiro de 1982. (Continua)

TEMAS	Edição 1 mai- jun/1981	Edição 2 jul- ago/1981	Edição 3 set- out/1981	Edição 4 nov- dez/1981	Edição 5 jan- fev/1982
Aborto					
Ações sociais					
Beleza					
Casamento					
Censura (mídia)					
Código civil					
Eventos acadêmicos					
Creches					
Cultura⁴¹					
Desigualdade					
Direitos					
Discriminação (trabalho)					
Divisão de trabalho					
Ecologia					
Exploração do trabalho (mãe)					
Feminismo					

⁴¹ Reunimos neste tema os assuntos referentes a literatura, cinema e teatro.

QUADRO 7 – Temas do jornal *Mulherio*, de maio de 1981 a fevereiro de 1982. (Conclusão)

TEMAS	Edição 1 mai- jun/1981	Edição 2 jul- ago/1981	Edição 3 set-out/1981	Edição 4 nov- dez/1981	Edição 5 jan- fev/1982
Imprensa					
Liberdade					
Maternidade					
Mercado de trabalho					
Moda					
Mulher na ciência					
Pesquisa(s)					
Política					
Racismo					
Violência					

Fonte: Elaborado pela autora

A partir da observação e análise do quadro acima, podemos concluir que são assuntos essenciais ao periódico: violência, mercado de trabalho, pesquisas (congressos/simpósios), divisão do trabalho, aborto, cultura e imprensa. Apesar de não estar presente na maior parte das edições analisadas, considero importante trazer à tona os temas política e creche, uma vez que eles tiveram dedicação especial nas edições de setembro/outubro (número 3) e novembro/dezembro (número 4), respectivamente.

Anteriormente, discutimos a questão do *trabalho* ao tratar dos referentes: trabalhadora e mãe. Esses vocábulos estão englobados no tema trabalho, seja ele mercado de trabalho, ou divisão do trabalho. Cumpre estabelecer o motivo da distinção. Ao usarmos o termo mercado de trabalho, referimo-nos a questões do trabalho da mulher “fora de casa”, no ambiente externo, profissional, mercadológico. Já a divisão do trabalho diz respeito à divisão do trabalho interna, feita com as tarefas que compõem

a rotina da casa. Notamos que um assunto está diretamente relacionado ao outro e ambos são fortemente discutidos em *Mulherio*. À medida que a mulher se profissionaliza e ocupa seu espaço no mercado de trabalho, a divisão das tarefas de casa precisa ser reorganizada, reordenada. Portanto, já não é mais possível à mulher assumir unicamente os cuidados com os filhos e com a casa, ela precisa de ajuda, especialmente do marido para redistribuir as funções internamente.

Essa temática é tratada com bastante ênfase na primeira edição do jornal. Tânia Maria Mendes escreve uma notícia intitulada “Trabalho doméstico, função de todos”. No texto, é relatada a vivência de uma família formada pelo casal e quatro filhos. Durante a rotina da semana, cada um se responsabiliza por uma tarefa da casa, conforme relatado: “Uma vez divididas as tarefas, cada um torna-se responsável por seu setor: [...] Todos reconhecem que experiência de administrar a casa coletivamente tem obtido bons resultados” (*Mulherio*, 1981, n.1, p.15). A personagem *mulher* evidenciada na matéria é Sizue, socióloga, mãe de quatro meninas, com jornada de trabalho integral na *Secretaria de Planejamento* e sem condições financeiras para terceirizar o serviço da casa. A divisão do trabalho é apresentada, pois, como a solução viável para a família. No decorrer da notícia, são apresentados os benefícios da democratização das tarefas domésticas para cada um dos integrantes do núcleo familiar.

Na segunda edição, o tema aparece em pequenas notas, divulgadas na seção *Cozinha*, ao tratar da *Conferência da Classe Trabalhadora* (Conclat) e do *Seminário sobre Creches*, promovido pelo *Movimento de Defesa do Menor*. A nota sobre o Seminário resume bem o dilema da década de 1980:

[...] Não se pode deixar de lamentar que se volte a adotar a atitude conservadora de atribuir exclusivamente às mães a responsabilidade pelo cuidado das novas gerações, mesmo que essa posição venha entremeada de críticas à realidade econômica brasileira” (*Mulherio*, 1981, n.2, p.22).

Comprovamos a importância dada ao tema ao ver uma seção exclusiva sobre *Creche*, tematizada logo na capa da edição número 4. Com oito páginas sobre o tema, o grupo editorial apresenta artigos, entrevistas, depoimentos e notícias analíticas sobre a situação familiar no país.

FIGURA 12 – Capa do jornal *Mulherio*, novembro/dezembro de 1981.

Fonte: *Mulherio*, 1981, p.1.

A ilustração da capa coloca em cena a figura da mãe trabalhadora em seu dilema com os cuidados com o filho. Sem ter onde e com quem deixar a criança para ir trabalhar, a mulher recorre à estátua do Cristo Redentor. O silêncio do Cristo e o fato dele ter sido desenhando “dando às costas” à mulher em foco mostra também um diálogo silenciado pela sociedade, ainda sem respostas. A solução irônica problematiza a dificuldade das brasileiras do século XX em sua reconfiguração de papéis sociais e diante da ineficiência do sistema social de apresentar soluções (e adaptações) plausíveis.

Retomamos o quadro temático para analisar ainda outros assuntos pautados nas edições analisadas de *Mulherio*. Dele, emergem os temas *política* e *corpo* (especialmente o aborto), apresentado em praticamente todas as edições. Há na edição número 3 um especial temático sobre política. A capa do jornal lança de forma questionadora o tema. A mulher negra, catadora de lixo (Adalgisa – citada na página 12) é colocada em cena e a ela é dada a voz, através da pergunta: “Política é assunto de mulher?”. As oito páginas no interior do periódico buscam responder essa pergunta inicial.

FIGURA 13 – Capa do jornal *Mulherio* de setembro/outubro de 1981.

Fonte: *Mulherio*, 1981, p.1.

O jornal apresenta o histórico da participação política da mulher no Brasil. A reportagem, nas páginas centrais, traz à tona fotos de mulheres que participaram ativamente de momentos importantes da política brasileira (passeatas, marchas operárias, manifestações locais e nacionais). Histórias particulares de mulheres eleitas, envolvidas diretamente na política são noticiadas para motivar as demais, especialmente as leitoras do jornal. Há ainda, depoimentos de mulheres de diversos segmentos sociais, que respondem à pergunta de capa “Política é assunto de mulher?”. Juntamente com essas vozes colocadas em cena, a discussão é sustentada por um artigo sobre a participação das feministas nos partidos políticos. É interessante pontuar o título escolhido para a série de depoimentos de militantes feministas em partidos políticos. “A difícil – mas possível – ação feminista nos partidos políticos” encabeça a sequência de depoimentos de três mulheres feministas que se integraram a partidos políticos convencionais. Ao exaltar a possibilidade de uma convivência de diferentes interesses

entre feministas e políticos, o jornal cumpre o papel de motivação e incentivo para outras mulheres se enveredarem pela atuação política.

Não menos política é a questão do aborto, pautada em quatro edições do jornal. O tema surge no segundo periódico em um artigo que pretende justificar o apoio das mulheres à candidatura de Mitterand, na França. O jornal noticia o programa da ministra encarregada da pasta “Direito das Mulheres”. O segundo ponto discutido em seu programa é o aborto: como lidar com a interrupção da gravidez e como agir nos casos específicos das imigrantes na França. Sob duas páginas centrais, a edição 4 discute o tema *Aborto* a partir do título central “A lei ignora a realidade”. Assinado por Maria Carneiro da Cunha, o texto noticia o caso de uma mineira que solicitou processo judicial para justificar a não punição do aborto em caso de estupro. Apesar de apresentar as contradições do caso, a redatora destaca o debate e a atuação das mulheres (feministas):

Mas a consequência mais importante desse caso e também a mais concreta surgiu de uma iniciativa de várias entidades feministas do Rio (Movimento das Mulheres Profissionais em Direito, Grupo Ceres, Núcleo Feminino de Cultura, Coletivo de Mulheres e Casa da Mulher do Rio de Janeiro), que entregaram a Bernardo Cabral, presidente do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), uma carta em que sugerem a criação na entidade de um grupo de estudos em torno da questão do aborto, com vistas a uma possível modificação na nossa lei... (*Mulherio*, 1981, n.4, p.4)

Colocar em evidência a atuação das entidades femininas e feministas em prol da discussão sobre o aborto e sua possível legalização cumpre o papel não só de divulgar o fato (acontecimento), mas também de polemizá-lo, trazer à baila algo pouco discutido nos idos dos anos 1980.

O direito ao corpo, à participação política e à igualdade no trabalho (analisados anteriormente) estão no âmbito das reivindicações do *mulherio*. Portanto, podemos apontar que os temas selecionados para o jornal refletem, em sua maioria, questões polêmicas no universo feminino e implicam reivindicações desse grupo.

Explicando melhor, o desenvolvimento de tais temas no jornal trouxe à tona as dificuldades vividas pelas mulheres em questões políticas, sociais e comportamentais dos anos 1980. A “problematização” de tais questões se dá também por meio de reivindicações, de personagens (mulheres) que lutam por espaço e são tematizadas no

jornal, por mulheres que mostram suas ações diante de agressores e assassinos e se envolvem na luta pela liberdade.

Cabe a nós verificar também os não ditos do jornal feminista da década de 1980. Ao retomarmos o quadro, veremos que há assuntos que foram abordados em apenas uma edição do jornal, fato que pode nos indicar o desinteresse por tal assunto ou o pequeno *valor-notícia* do tema, para usar um termo próprio do discurso jornalístico. Temas pouco recorrentes: beleza, moda e casamento. Apesar de surgirem no jornal, em algumas edições, estes assuntos não fazem parte dos temas frequentes publicados em *Mulherio*. São eles: moda, beleza e casamento. A não recorrência de tais temas no jornal apenas comprova sua perspectiva feminista. Os assuntos com pouca recorrência no jornal são, muitas vezes, tratados de forma extensa por revistas femininas do período, tais como *Cláudia*, *Nova*, *Capricho*. Assim, podemos perceber as escolhas editoriais de cada um dos veículos de comunicação e compreender de que forma eles se organizam para apresentar aos leitores sua visão de mundo.

Com o intuito de organizar e discutir os elementos encontrados nas análises no que diz respeito à mídia e às representações nela inscritas, retomamos aqui o pensamento de Charaudeau ao falar da construção de imagens. Para o linguista, as mídias contribuem na formação das imagens coletivas e imagens de si. Segundo ele, “As imagens são construídas pelo olhar dos outros: os comentários dos jornalistas, os desenhos dos caricaturistas, as paródias dos humoristas, as pesquisas de opinião” (CHARAUDEAU, 2008, p.69)⁴².

Sob essa perspectiva, compreendemos que a própria seleção de temas a serem tratados nos envolve em um universo de construção de imagens. Ao fazermos, por exemplo, a interseção dos dados obtidos a partir dos referentes usados em *Mulherio* com os assuntos publicados no jornal, é possível notar que o tema da violência, discutido em todas as edições, permite o “surgimento” do referente *mulher violentada*, *vítima*. Assim como essa imagem, outras tantas surgem a partir da publicação de assuntos específicos no periódico, conforme já tratamos anteriormente: mulher militante, mulher protagonista, mulher trabalhadora.

⁴²Nossa tradução de: [...]“les images sont construites par le regard des autres: les commentaires des journalistes, les dessins des caricaturistes, les parodies des humoristes, (...) les sondages d’opinion” (CHARAUDEAU, 2008, p.69).

A coletividade aparece, sob esse ponto de vista, na forma de grupos defensores dos direitos das mulheres. Ao discutir a temática dos assassinatos, por exemplo, o jornal coloca em cena a ação dos grupos de feministas ou as organizações de mulheres que lutam pelo exercício de seus direitos, especialmente o direito à vida. Nestes momentos específicos, o jornal deixa de evidenciar a ação individualizada, para enfatizar o papel dos grupos diante de casos extremos de violência. Dito de outro modo: a partir de um caso particular de desrespeito e violência contra a mulher, são mobilizadas organizações inteiras com a intenção de reaver o caso, de reivindicar direitos coletivos, do universo feminino.

Podemos notar tal perspectiva na edição especial *Violência*, de julho/agosto de 1981. Para noticiar a criação do Centro de Defesa da Mulher em Minas Gerais, o jornal apresenta o seguinte trecho de um manifesto, lido em plena Igreja São José (centro de Belo Horizonte): “E isso, *companheiras*, a transformação das relações entre homens e mulheres, tem de partir de nós, que somos as mais oprimidas” (*Mulherio*, 1981, n.2, p.14, grifo nosso). A proximidade instaura-se pelo adjetivo *companheiras*. Certo é que se assume, a partir de tal uso, a referência a uma relação amistosa, de companheirismo, de vínculo pessoal. Mesmo que em muitos casos, haja uma distância geográfica, ou mesmo social entre as mulheres, percebe-se que o jornal busca tal aproximação por tentar uni-las em busca de um mesmo alvo, ou ainda, contra o mesmo “opressor”.

Diante dos elementos analisados e discutidos anteriormente, torna-se propícia a discussão a respeito da noticiabilidade no periódico, uma vez que já tratamos dos referentes nele encontrados e dos temas mais recorrentes.

6.3.3 Noticiabilidade em *Mulherio*

Compreender os fundamentos e objetivos da instância de produção discursiva, seus vínculos políticos, religiosos e idealistas contribui para definir que tipo de notícia se produz e que tipo de efeitos deseja-se produzir nos destinatários almejados pelo veículo de comunicação.

A análise de *Mulherio* leva-nos a perceber que a vinculação do jornal ao feminismo implica a construção de sua linha editorial. A seleção temática feita pelo periódico é a evidência maior dos limites políticos, das demarcações sociais e do idealismo presente nas reivindicações femininas (e feministas). Desse modo, cumpre-

nos listar as notícias publicadas para compreender mais e melhor quais os *valores-notícia* embasam tal instância de produção. Portanto, em *Mulherio*, temos os seguintes temas lançados com frequência:

- i. Eventos acadêmicos (Congressos, concursos, pesquisas);
- ii. Publicação de livros referentes à mulher, feminismo;
- iii. Participação da mulher em ações sociais e de luta por direitos (movimento, participação, integração, militância);
- iv. Violência contra a mulher;
- v. Discriminação (Seção sobre negros/preconceito);
- vi. Cultura (teatro, cinema, literatura);
- vii. Internacional/Alternativas (Conhecimento de mundo);
- viii. Trabalho feminino.

A listagem acima contribui para visualizarmos aquilo que mais interessa o periódico em questão. Desse modo, podemos inferir que para *Mulherio* são *valores-notícia*: violência, cultura, pesquisa (ciência), trabalho e militância feminina (e feminista).

Além da simples constatação temática, há ainda as implicações de tais escolhas editoriais. Já analisamos as imagens decorrentes dos temas e dos referentes usados por *Mulherio*; neste momento urge aprofundar um pouco mais em sua perspectiva jornalística e discursiva. Por não termos tido a oportunidade de uma entrevista com os editores do jornal, analisaremos os critérios de noticiabilidade por aquilo que o jornal mostra, sem avaliar o processo interno de produção da notícia.

Consideramos que as notícias e o material publicado no jornal já tenham passado por um processo editorial de avaliação e análise (interna) antes de serem divulgados publicamente. Nessa avaliação interna emergem os critérios de noticiabilidade e os interesses (políticos, econômicos e sociais) da instância de produção. Dessa forma, aquilo que lemos e analisamos no jornal “pronto”, publicado, é reflexo das escolhas internas feitas pelo grupo editorial. O teórico Wolf (2003) explica a organização e as implicações desses critérios no universo jornalístico:

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que dever ser inserido e de que modo dever ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e

rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção (WOLF, 2003, p.200).

Wolf define, portanto, quais seriam os critérios principais na “produção” de uma notícia. Segundo ele, *nível hierárquico, impacto sobre as nações, quantidade (de pessoas envolvidas), relevância e significância, novidade, concorrência (exclusividade) e qualidade técnica* são os elementos que norteiam a escolha de jornalistas e grupos editoriais no estabelecimento do que é ou não notícia. Tal definição nos fornece base para discutir o tema a partir de *Mulherio*. O teórico estabelece a proximidade como um critério importante e aqui é necessário especificá-lo. Não se trata apenas de proximidade física, geográfica; considera-se também a proximidade temática, aquilo que de forma particular interessa aos leitores pretendidos por tal veículo de comunicação. Nesse sentido, é possível observar em *Mulherio* que a proximidade (temática) é o que conduz a escolha editorial. O jornal publica notícias de âmbito nacional, porém todas têm a intenção de evidenciar a proximidade temática (assuntos de interesse das mulheres), distribuídos em temas como maternidade, violência e mercado de trabalho feminino.

Ao tratar da violência, o jornal coloca em cena a polêmica das agressões e da impunidade masculina no Brasil. Nesse sentido, o jornal traz à tona o tema por meio de denúncias e, desse modo, constrói sua imagem de delator, aquele que denuncia, mas não só isso, assume também o papel de promotor da justiça, de incentivador da luta em busca de tratamento digno para a mulher (em relações afetivas saudáveis).

A intensa divulgação de eventos acadêmicos e notícias relacionadas à literatura, cinema e teatro motiva a participação das mulheres nesses “eventos” e promove a imagem de um veículo de comunicação interessado em fornecer à mulher esse tipo de informação de modo que ela assuma o espaço da intelectualidade e da cultura de forma mais apropriada. A partir dessa escolha, é possível verificar a *novidade* como um dos critérios usados por *Mulherio*. Nas seções supracitadas são sempre noticiados lançamentos de livros, estreias de peças teatrais ou de filmes, convites para eventos ou simpósios relacionados à mulher. Desse modo, notamos a preocupação do jornal em trazer não só a *novidade*, mas também a novidade direcionada, ou seja, assuntos que são inéditos e ainda são de interesse do público feminino.

Dentre os critérios elencados por Wolf, não fazem parte dos selecionados por *Mulherio* a *concorrência*, a *qualidade técnica* e o *número de pessoas*. A partir da leitura do periódico, foi possível constatar notícias que colocam em cena casos específicos, por

exemplo, de violência, em que o assassinato de uma única mulher é evidenciado, com foco no ato grotesco do assassinato, sem preocupar-se com a quantidade de pessoas atingidas por tal fato. Portanto, *número de pessoas* não é critério definidor de notícia para as editoras de *Mulherio*.

As escolhas editoriais do jornal da década de 1980 também não são motivadas pela concorrência, uma vez que não é nítido no jornal o esforço em apresentar notícias que exerçam competição com outros grupos editoriais com propostas jornalísticas semelhantes a *Mulherio*. Notamos que o periódico segue com seu foco editorial sem manifestar qualquer preocupação em noticiar algo inédito (um furo de reportagem⁴³, por exemplo) em função da concorrência jornalística. Para nós, tal fato se justifica por dois motivos principais: primeiro, em função da periodicidade bimestral (que isenta o jornal de apresentar notícias factuais, acontecimentos diários) e, em segundo lugar, por causa da proposta mais reflexiva e analítica das notícias e artigos de opinião.

Com relação aos aspecto mais *técnico*, as evidências discursivas não nos dão certeza a respeito das escolhas das editoras. Não conseguimos analisar, portanto, se alguma matéria deixou de ser publicada porque não havia uma foto de qualidade para acompanhar o texto escrito, ou ainda, se algum artigo foi selecionado por ter uma imagem de referência e/ou texto mais bem elaborado. Portanto, o critério *qualidade técnica* não pode ser analisado de acordo com as evidências observadas no jornal.

Diante dos elementos acima discutidos, podemos nos arriscar a elaborar uma possível linha editorial, na intenção de reunir os constituintes das notícias publicadas, reflexo do processo de escolhas editoriais de *Mulherio*. Apesar das pistas discursivas das publicações de *Mulherio* e dos dizeres da carta de intenções, publicada em 1981, propomos essa aprofundamento na proposta editorial de *Mulherio*, no sentido de apresentar o olhar do pesquisador a partir das observações que extrapolam as escolhas internas e se lançam, externamente, para a relação mediada construída entre leitor e produtor da notícia (grupo editorial).

Os critérios de noticiabilidade propostos por Wolf inserem-nos no universo de escolhas do jornal em questão. O embasamento teórico refina o nosso olhar para a percepção das seleções feitas pelo grupo editorial. Falamos, pois, de mulheres

⁴³ Termo utilizado no jornalismo para referir-se a notícias inéditas, ainda não publicadas por nenhum veículo de comunicação. Falamos em furo de reportagem quando alguma mídia consegue publicar um fato antes das outras, ou seja, ela expõe sua qualidade profissional com o ineditismo da publicação.

envolvidas no ambiente acadêmico, que interessam-se por publicarem notícias que sejam pauta para os demais veículos de comunicação (tradicional). Essa composição da instância de produção já revela elementos que contribuem para criar interseções interessantes na compreensão dos critérios de noticiabilidade. Vemos, portanto, que o vínculo acadêmico dos produtores da notícia imprime no jornal a sequência de publicações relacionadas a eventos, simpósios, leitura e congressos feministas. De outro modo, notícias particulares, casos específicos de violência contra a mulher, ou ainda de ações positivas realizadas por elas (a exemplo dos grupos autoconhecimento) são colocados em destaque no periódico. Tal escolha faz emergir o pensamento de todo o grupo a respeito da mulher e seu espaço sócio histórico (e na mídia).

6.4 *Fêmea*: a luta por espaço na lei e na vida

A primeira edição do jornal *Fêmea* foi publicada em maio de 1992, em Brasília (DF), sob a coordenação de um grupo de cinco mulheres, envolvidas com questões feministas e ligadas ao Congresso Nacional. Observemos a citação abaixo, onde Guacira explica o porquê da criação deste jornal:

Todas nós que fundamos o CFEMEA tínhamos uma experiência comum que era de trabalho no Conselho Nacional de Direitos da Mulher, durante a Assembleia Nacional Constituinte. Tínhamos em comum também o fato de que todas morávamos em Brasília [...] (CÉSAR DE OLIVEIRA G., 2015⁴⁴)

Devemos explicar que a fala desta citação vem de um membro integrante do *Centro Feminista de Estudos e Assessoria* (CFEMEA) e disse essas palavras em seu nome e de suas colegas em entrevista a nós concedida em maio de 2015. Assim reunidas, e com foco nas questões feministas ligadas à legislação brasileira, essas mulheres formaram supracitado centro (CFEMEA). Uma das primeiras ações do grupo foi a criação e veiculação do jornal *Fêmea*, cujo primeiro exemplar foi produzido artesanalmente, ainda em uma folha de papel A4, na sede da ONG, conforme relatou nossa entrevistada.

⁴⁴ Entrevista realizada em maio de 2015, na sede do CFEMEA (Brasília).

Para melhor compreender a proposta do periódico, faremos a descrição de capa e outras características significativas que podem ser percebidos em um primeiro contato com *Fêmea*, para em seguida fazermos uma análise mais aprofundada de seu conteúdo discursivo.

O cabeçalho do jornal traz juntamente com os dados básicos de especificação de um periódico (nome, ano, localização e número) o símbolo do sexo feminino, que acompanha o nome do jornal (*Fêmea*), conforme vemos a seguir.

FIGURA 14 – Capa do jornal *Fêmea*, de maio de 1992.



Fonte: *Fêmea*, 1992, p.1

Para complementar a compreensão sobre o jornal, voltamos à fala da líder feminista em questão. Ela afirma que havia o interesse das precursoras do jornal em identificar com clareza que se tratava de uma produção de mulheres, com conteúdo “não mulherista”. Para a representante do CFEMEA, a categorização “mulheristas” refere-se a temas preconceituosamente classificados como sendo femininos e, portanto, tratados superficialmente. Dentre eles, destacam-se as categorias: beleza, culinária, comportamento e futilidades.

Fêmea, como é fácil de se notar, queria fugir desse paradigma mas, ao mesmo tempo, identificar-se como um periódico de interesse das mulheres. Portanto, o nome *Fêmea* foi pensado como identificação do universo feminino, juntamente com o símbolo da mulher – imagem que metaforiza a deusa Vênus segurando um espelho. Outra forma utilizada pelas editoras para especificar seu discurso aparece ainda no cabeçalho com a definição do vínculo estabelecido entre as produtoras do jornal e o CFEMEA. Lê-se na capa do jornal, logo abaixo do título *Fêmea*:

CFEMEA – Centro Feminista de Estudos e Assessoria

Projeto direitos da mulher na Lei e na Vida

Caixa Postal 153.061 – 709 10 – Brasília/DF

Percebe-se a associação direta do jornal com o projeto de lei *Direitos da mulher na Lei e na Vida*⁴⁵. Ao fazermos a quantificação de páginas por temas, verificamos que na primeira edição do jornal o grupo editorial dedicou quatro páginas para abordar os projetos de lei que pautavam os direitos das mulheres, fato que corrobora e sustenta o empenho do grupo feminista em trazer à tona temas relacionados à legislação em prol da mulher, conforme estabelece seu projeto editorial.

Apresentamos, a seguir, o quadro comparativo dos temas abordados nas cinco primeiras edições do jornal *Fêmea*. Nosso intuito é mostrar o conteúdo temático desenvolvido pelo periódico nessa fase inicial para buscarmos – ainda que de forma indireta – a construção da imagem da mulher feita por este jornal.

A definição dos temas tratados no periódico estabelece não só a especificação do público almejado pelas editoras, como também o perfil das mulheres brasileiras no período (aquelas que escrevem e as que leem o jornal). Implica-se, a partir do dado, que as mulheres interessam-se pelos temas desenvolvidos e se refletem em tais temáticas. A maneira como os assuntos são abordados revela ainda a forma como o CFEMEA vê as mulheres.

⁴⁵ O Programa institucional *Direitos da Mulher na Lei e na Vida*, formulado em 1992 conta com três frentes: monitoramento das proposições legislativas incluindo acompanhamento orçamentário, e assessoria a parlamentares com atenção especial à Bancada Feminina; articulação com o *Movimento de Mulheres* e entidades afins – articulação com as organizações do movimento de mulheres e construção de parcerias e alianças visando à promoção e defesa dos direitos e da cidadania das mulheres, especialmente no âmbito do Legislativo; *Comunicação Política sobre Direitos das Mulheres e Equidade/Igualdade de Gênero* – realização de estudos, democratização de informações e difusão de opiniões, através do Jornal *Fêmea* e de outras publicações próprias, de site institucional, e de assessoria de imprensa junto a jornais, revistas, e emissoras e programas de rádio e de televisão. Fonte: http://bibliotecadigital.abong.org.br/bitstream/handle/11465/267/CFEMEA_cidadania_mulheres_legislativo_federal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

QUADRO 8 – Temas do jornal *Fêmea*, edições 1 a 5.

TEMAS	Edição 1 mai/1992	Edição 2 jul/1992	Edição 3 out/1992	Edição 4 dez/1992	Edição 5 fev/1993
Biotecnologia					
CFEMEA					
Educação					
Esterilização					
Legislação					
Maternidade					
Mercado de trabalho					
Política					
Reforma agrária					
Saúde					
Violência					

Fonte: Elaborado pela autora

De forma pontual, pudemos verificar que os temas mais recorrentes nas cinco edições foram os seguintes: maternidade, violência, legislação, mercado de trabalho e política. Desse modo, nos foi possível tirar algumas conclusões a respeito do destinatário almejado por esse veículo de comunicação e, em certa medida, da própria representação da mulher assumida pelo grupo editorial.

Se retomarmos o contrato midiático (Charaudeau) estabelecido entre as duas instâncias (produção e recepção), percebemos – a partir do produto discursivo – que o público destinatário (parece) interessar-se por política e legislação e deseja acompanhar o andamento das ações no Congresso sobre legislação e violência (que envolve as mulheres). Ou ainda, o jornal (enquanto instância produtora de conteúdos e veiculadora de discursos) pretende motivar esse tema em seus leitores e o faz por meio da publicação de tais assuntos.

Interessante é observar a maneira como tal tema se organiza no periódico. Há momentos em que a legislação aparece reproduzida no jornal tal como foi apresentada no Congresso; em outros momentos, ela surge com uma análise e avaliação de suas implicações ou de suas motivações iniciais. A edição número dois (2) mescla à notícia de discussão dos projetos de lei a reprodução *ipsis litteris* de projetos e emendas parlamentares. Os diversos temas tratados nesta edição estão distribuídos em três seções apenas: *Opinião*, *Congresso Nacional e Assuntos Gerais*. Desse modo, são cinco páginas encabeçadas pelo título de *Congresso Nacional*, que discutem temas como planejamento familiar, violência contra as mulheres, aborto, direitos do trabalho. Ao tratar do tema “Planejamento familiar”, o jornal apresenta a notícia da adaptação do projeto (PLC 100) às reivindicações das mulheres; ao lado, a emenda do projeto com as modificações feitas a partir das reivindicações de mulheres e, abaixo, no final da página um artigo da médica Ana Maria Costa sobre a necessidade do planejamento familiar estar incluso no *Programa de Assistência Integral à Saúde da Mulher* (PAISM). A composição da página é compreendida aqui como uma estratégia de definição de pensamentos, ideais e formas de compreender o mundo e mediá-lo, ou seja, repassar a visão da instância de produção aos seus destinatários. É interessante pontuar que a notícia evidencia a atuação das mulheres e, especialmente, a atuação do CFEMEA neste processo:

A partir das discussões com organizações de mulheres, a equipe do Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), juntamente com representantes da Rede Nacional de Saúde e Direitos reprodutivos e do PAISM no Ministério da saúde, reuniu-se diversas vezes com o senador e sua assessoria com objetivo de mostrar a necessidade de ser feito o seu parecer, de forma a atender às reivindicações das mulheres. (*Fêmea*, 1992, n.2, p.3)

A sequência discursiva permite-nos verificar que a interferência dos grupos de mulheres foi o ponto crucial para a modificação da emenda legislativa. Portanto, não só o tema (Legislação) é trazido para o periódico, mas também a ação protagonista de mulheres e de seus grupos organizados em prol de direitos. O artigo de opinião subsequente cumpre o papel de avaliar e sustentar a necessidade de mudança no projeto de lei (noticiada anteriormente), com o peso de ser assinado por uma médica que, por sua legitimidade social, embasa a discussão proposta por *Fêmea*.

Desde o primeiro exemplar o tema *legislação* aparece estampado nas capas do jornal em foco. As manchetes chamam a atenção do leitor: *Atuação dos Parlamentares na Legislação sobre a Mulher, Congresso volta a discutir projetos de saúde, Mulheres discutem proposta de reformulação do Código Penal, CPI constata esterilização indiscriminada de mulheres, CPI quer modificar código penal*. Os títulos colocam em cena a atuação das mulheres junto ao Congresso Nacional, suas ações em favor da reivindicação de seus direitos e o processo de alteração das leis para que se tornem favoráveis à mulher brasileira.

Diretamente ligada à legislação, a participação das mulheres na política é evidenciada em todas as edições analisadas. Esses dois temas estão intrinsecamente relacionados e, podemos arriscar a dizer, que um reflete o outro. À medida que o jornal coloca em cena a participação da mulher no Congresso Nacional, na alteração das leis, ele faz emergir o tema política e, conseqüentemente, a imagem da mulher que se interessa por tal assunto. Os desmembramentos do tema são diversos, desde o movimento das mulheres a favor do *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, divulgado através da publicação do “Manifesto à nação”, com a lista de grupos de mulheres que apoiaram a ação de retirada de Collor do poder até a atuação de parlamentares na busca pelos direitos da mulher. Todos esses assuntos evidenciam a temática do Brasil na década de 1990.

Analisemos com mais detalhes uma dessas publicações. Sob o título “Membros do conselho consultivo disputam prefeituras em quatro capitais do país”, o jornal noticia a participação política feminina efetiva nas eleições de 1992. A ênfase também está no envolvimento de tais mulheres ao núcleo de reivindicações feministas, conforme excerto a seguir: “Quatro mulheres membros do Projeto DIREITO DA MULHER NA LEI E NA VIDA, desenvolvido pelo Centro Feminista de Estudos e Assessoria da Mulher (CFEMEA) estão disputando as eleições municipais [...]” (*Fêmea*, 1992, n.3, p.8). O vínculo das candidatas com o CFEMEA é destacado na publicação e revela o interesse do grupo em mostrar-se atuante, propulsor de novas ações políticas. O histórico das candidatas também é apresentado na sequência da notícia, com o intuito de mostrar a atuação delas em questões importantes para a classe feminina.

Ao falar de Benedita da Silva, por exemplo, o jornal pontua: “Entre as 11 proposições de sua autoria, destacam-se as propostas contra a discriminação da mulher e a regulamentação do emprego doméstico” (*idem*). O histórico da candidata funciona

como argumento favorável para que as leitoras apoiem sua candidatura. O poder de convencimento da fala sustentada pelo jornal está na posição política assumida por Benedita e construída por *Fêmea*. Sobre esse ponto, apoiamo-nos em Charaudeau que discute as possibilidades estratégicas da fala política na sua capacidade de construção de imagens. Segundo ele,

A necessidade de se mostrar credível conduz o homem ou a mulher política a fabricar uma imagem de si que permita ao auditório, seja crer no que diz o orador e de lhe ter confiança, seja de se identificar de modo cego a ele e de seguir sem hesitar: imagens credíveis de sério, de verdade (...), de competência, de lucidez (...), mas também imagens identificadoras de engajamento expressando sua vontade de agir, de autoridade, de poder, de caráter, de inteligência, de humanidade, etc. (CHARAUDEAU, 2008, p.67)⁴⁶.

Esse pensamento se adéqua ao construto feito por *Fêmea* em torno da imagem das candidatas. Afinal, são mulheres engajadas, confiáveis, desejosas de cumprir seu papel enquanto representantes de um grupo (mulheres). Portanto, estão aptas a assumir o cargo municipal por dois motivos básicos: seu vínculo direto ao CFEMEA e seu histórico positivo na defesa dos direitos da mulher.

A questão do *mercado de trabalho* é tematizada com frequência em *Fêmea*. Os desmembramentos do tema são diversificados: direitos da mulher no mercado de trabalho, igualdade salarial, licença maternidade, direitos da trabalhadora rural, qualificação profissional e discriminação no trabalho. Desse discurso, recortamos a importância dada à participação das mulheres na luta por seus direitos. Ao noticiar os projetos de lei relacionados à discriminação da mulher no mercado de trabalho, as editoras de *Fêmea* fazem um chamamento direto:

O substitutivo se encontra na pauta de votação da Comissão de Assuntos Sociais do Senado Federal. É importante que as mulheres de todo país mandem telegramas e mensagens aos senadores pedindo a aprovação desta matéria. (*Fêmea*, 1992, n.1, p.4).

⁴⁶ Nossa tradução de: “La nécessité de se montrer crédible conduit l’homme ou la femme politique à fabriquer une image de soi qui permette à l’auditoire, soit de croire ce que dit l’orateur et de lui faire confiance, soit de s’identifier de façon aveugle à lui et de le suivre sans hésiter: images crédibles de sérieux, de vertu, (...) de compétence, de lucidité, (...) mais aussi images identificatrices d’engagement exprimant sa volonté d’agir (...), d’autorité (...), de puissance, de caractère, d’intelligence, d’humanité, etc. (CHARAUDEAU, 2008, p.66)

O jornal dá destaque ao substitutivo proposto pelo senador Wilson Martins e elaborado a partir de discussões realizadas pelo próprio CFEMEA junto à Comissão de Trabalho da Câmara.

Percebemos também, ainda nesta publicação, o envolvimento direto do grupo com a questão pautada: “Como o assunto ficou para ser regulamentado na legislação ordinária, *consideramos* oportuno o momento para discutirmos este tema” (*idem, grifo nosso*). O uso da primeira pessoa do plural envolve diretamente o CFEMEA (instância de produção) no estabelecimento do pensamento construído discursivamente. A definição do tema a ser discutido, conforme relatado na notícia, leva-nos a rememorar as escolhas editoriais feitas pelos jornalistas (e grupos editoriais) para determinar suas pautas; em outras palavras, trata-se dos critérios de noticiabilidade, discutidos na parte I desta tese.

O tema *trabalho* aparece novamente na edição número 4, com a publicação na íntegra do projeto que versa sobre o acesso da mulher ao mercado de trabalho e às proibições feitas aos empregadores, asseguradas por lei, para que a mulher não seja discriminada no trabalho. Percebemos que o esforço maior do jornal é trazer a temática do trabalho vinculado à questão dos direitos da mulher nesse âmbito. As publicações, de modo geral, se relacionam a projetos de lei e propostas que discutem os benefícios possíveis à trabalhadora.

Dentre os temas discutidos no jornal está o *aborto*, noticiado em quatro das cinco edições analisadas. O primeiro exemplar suscita o tema a partir do título *Regulamentação do aborto*. A notícia divulga a tramitação dos projetos existentes no Congresso referentes à legalização do aborto e sua ampliação também nos casos de contaminação do vírus da AIDS, entre outras especificidades. Na segunda edição do jornal, o tema é discutido a partir do título *Aborto: uma questão polêmica a ser discutida e regulamentada*. Na notícia, são ressaltadas as diferenças de pensamento entre as organizações de mulheres e os parlamentares no estabelecimento da legislação em torno do assunto no que se refere à forma, às exigências e às implicações de tal lei. A visão sustentada pelo periódico é da necessidade de reformulação do projeto de lei (1097/91), evidenciada pelas palavras publicadas: “O ideal seria aprovar o substitutivo da deputada Jandira Feghali ...” (*Fêmea*, 1992, n.2, p.5). O uso do termo *ideal* transfere a ideia de algo perfeito, legítimo e válido. No caso específico da notícia, fala-se da

perfeição no que tange às propostas de alteração da lei em benefício da mulher que deseja/tem necessidade de abortar.

Em relação à maternidade, *Fêmea* discute amplamente o tema ao publicar questões referentes à empregabilidade e licença para trabalhadoras gestantes (primeira edição), a licença maternidade, licença paternidade e creches na edição número 4, ou ao tratar do planejamento familiar, presente nas edições dois, a esterilização tratada nas edições dois e três, especialmente. Notamos uma particularidade nas publicações de *Fêmea*. Não há notícias ou artigos que priorizem a função social da mãe, que enalteçam seu papel (conforme vimos nos jornais analisados anteriormente). As notícias que tematizam a maternidade o fazem de modo a apenas tangenciar a figura da mulher mãe e focar a mulher mãe trabalhadora, necessitada de ter seus direitos e reivindicações atendidos. A referência à *mulher mãe* é feita na quinta edição, momento em que se discute a reforma do código penal. O referido trecho critica a percepção da mulher apenas a partir de suas funções sociais: “Como nas outras áreas, no Direito, a concepção sobre a mulher é a concepção do pensamento masculino, pois foi escrito pelos e para os homens, determinando seu único papel como o de filha, esposa e mãe” (*Fêmea*, 1992, n.5, p.4).

Desse modo, podemos extrair do discurso a ideia de que *Fêmea*, por ser um periódico feminista, importa-se com as outras representações de mulher, além das construídas e sustentadas pelo senso comum (e, especialmente, pela sociedade machista). Essa conclusão também se referencia pela pequena recorrência do termo *mãe* carregado de afetividade e bastante *pathemico*. O apelo à maternidade se dá, portanto, em torno das leis que protegem a mulher grávida e a beneficiam. Podemos conferir tal posicionamento discursivo a partir do seguinte excerto: “A discriminação à mulher grávida é um assunto preocupante, que já vem sendo trabalhado por alguns parlamentares” (*Fêmea*, 1992, n.1, p.4). A partir dessa frase, constrói-se uma sequência discursiva que evidencia os projetos de lei com essa pauta em trâmite no congresso nacional e prioriza a ação da equipe CFEMEA em torno dessa reivindicação. Interessante pontuar que ao tratar da mortalidade materna, na primeira edição, as editoras de *Fêmea* utilizam apenas a palavra *mulher* e fazem uma referência coletiva (com o uso do pronome *nós*); ou seja, não se usa a palavra *mãe* para discutir tal tema. Essa escolha lexical é reveladora da imagem que se tem (ou deseja construir) em torno

da mulher, mas especialmente da mulher relacionada a esse tema. Da notícia intitulada “Dia de ação contra a mortalidade materna”, selecionamos o seguinte trecho:

[...] este dia foi instituído para que a mulher pudesse parar para refletir sobre a sua saúde e chamar a atenção de toda a sociedade para os problemas que vêm *nos* afetando, como a esterilização indiscriminada, o aumento do aborto e a mortalidade materna. (*Fêmea*, 1992, n.1, p.8, grifo nosso).

6.4.1 Noticiabilidade em *Fêmea*

As discussões anteriores baseadas nas análises da materialidade do jornal e dos temas elencados pelo CFEMEA fornecem a nós pistas discursivas importantes para a nossa reflexão sobre o que é notícia em *Fêmea*.

Observamos, *a priori*, que a filiação aos grupos e interesses feministas e políticos contribui para a definição do que é publicado em *Fêmea*. O jornal advém de um projeto político, de inserção da mulher em questões legais (Direitos da mulher na lei e na vida) e tal vinculação é perceptível nas seleções de artigos, notícias divulgadas e também na escolha das “personagens” a serem colocadas em cena.

O quadro temático proposto na análise dos temas do jornal mostram que política e legislação são temas recorrentes em praticamente todas as suas cinco primeiras edições. Se retomarmos os critérios elencados por Wolf (2003) na definição do que é notícia, a *proximidade* é definida como critério de noticiabilidade. Da mesma forma que em *Mulherio*, aqui a *proximidade temática* é destaque. São publicadas notícias que fazem referência aos temas de interesse das mulheres, de forma particular, pautas discutidas no Congresso Nacional e que pretendem beneficiar a mulher em aspectos sociais e políticos.

A *factualidade* (atualidade) é percebida como outro critério de noticiabilidade de *Fêmea*. O jornal apresenta os temas recorrentes no plenário e acompanha o andamento dos trâmites legais, de forma a evidenciar o trabalho do próprio CFEMEA (conforme veremos adiante). A cada novo adendo à constituição, a cada nova proposta ou

movimentação legal no Congresso, o jornal divulga e analisa as consequências de tais alterações (especialmente em relação àquilo que interessa à mulher).

Com relação ao critério *quantidade de pessoas*, temos um caso particular. As notícias divulgadas geralmente colocam em cena o proponente da lei e suas implicações para o universo feminino. Apesar de termos, na maioria das vezes, a cena construída por um proponente da lei, o CFEMEA como órgão colaborador, o grupo de beneficiados pela lei é grande e também é colocado em cena. Dito de outro modo, a abrangência de público pode ser entendida aqui como um critério de noticiabilidade importante na pauta de *Fêmea*. Desse modo, o desejo de motivar as mulheres com notícias e artigos relacionados a questões de política, violência, direitos e maternidade faz com que o jornal se empenhe em publicar tais conteúdos e, assim, contribuir para a politização das mulheres.

De modo geral, compreendemos que o critério que norteia as escolhas de *Fêmea* está relacionado à legalização dos direitos da mulher, ou seja, sempre são publicadas notícias e artigos que pautam a necessidade de transformar em lei as demandas sociais femininas. Por isso, questões como a violência contra a mulher ou a licença maternidade são noticiadas com frequência, no sentido de trazer à tona as necessidades surgidas a partir da nova configuração de papéis sociais da mulher. Após refletirmos sobre a mediação do discurso e as escolhas editoriais de *Fêmea*, avançaremos nossa reflexão com o intuito de verificar as imagens construídas e evidenciadas no jornal.

6.4.2 Coletividade e abrangência do eu em *Fêmea*

Uma das formas escolhidas por nós para verificar a identidade e representação da mulher é através do emprego das referências à mulher. Seleccionamos nas edições do jornal os substantivos e adjetivos utilizados para nomear a mulher. Abaixo, apresentamos o quadro com os resultados obtidos.

REFERENTES	Edição 1 mai/1992	Edição 2 jul/1992	Edição 3 out/1992	Edição 4 dez/1992	Edição 5 fev/1993
Candidata					
Cidadã					
Coletivo⁴⁷					
Companheiras					
Donas de casa					
Empregadas/Funcionárias					
Esposas/Filhas					

Estudantes					
Mãe					
Meninas					
Meninas escravizadas					
Mulher casada					
Mulheres (brasileiras)					
Mulheres lésbicas					
Mulheres negras					
Operárias					
Pesquisadoras					
Profissões⁴⁸					
Sexo feminino					
Vítima					

Fonte: Elaborado pela autora

⁴⁷ Reunimos neste item os referentes que têm carga semântica coletiva, que representam grupos ou conjunto de mulheres.

⁴⁸ Aqui estão incluídas todas as referências profissionais feitas às mulheres, tais como advogadas, senadoras, sociólogas.

A partir da observação e análise do quadro acima, podemos verificar que os referentes mais usados são: cidadã, mulher (brasileira), as referências coletivas (equipe, organização, entidades de mulheres) e as profissionais. Os referentes utilizados apenas uma vez mostram uma imagem pouco valorizada pelo grupo editorial. Listamo-los na sequência: companheiras, donas de casa, estudantes, pesquisadoras, operárias, mulheres negras/lésbicas, mulher casada, meninas escravizadas. A partir desses dados, analisaremos os elementos encontrados em *Fêmea*.

Os referentes coletivos aparecem, geralmente, nos momentos em que se faz uma convocação (chamamento) ou quando se exalta a atuação de determinado grupo em prol de um benefício para as mulheres. Vejamos um exemplo. No primeiro exemplar publicado por *Fêmea*, há uma nota explicativa sobre o Projeto Direitos da Mulher na Lei e na Vida. No texto, destacamos dois momentos principais em que as referências coletivas de mulher são apresentadas:

Com o objetivo de eliminar as discriminações à mulher na legislação e promover as articulações necessárias entre as *organizações de mulheres* e o Congresso Nacional, foi lançado, no mês de março, o Projeto DIREITOS DA MULHER NA LEI E NA VIDA. É propósito do Projeto manter os *movimentos de mulheres* sistematicamente informados sobre as proposições relativas às questões da mulher em tramitação na Câmara e no Senado (*Fêmea*, 1992, n.1, p.2, grifos nossos).

A partir da fala do grupo editorial, certificamo-nos sobre o público destinatário da publicação, elemento essencial para compreendermos melhor o contrato que se estabelece entre os sujeitos participantes de tal interação discursiva mediada. O jornal destina-se aos grupos de mulheres que se interessam pela reivindicação de seus direitos. As editoras falam em *organizações de mulheres* e *movimentos de mulheres*, o que nos remete à coletividade, a uma identidade projetada de um grupo. Amossy (2010, p.159) auxilia-nos na compreensão de tal organização discursiva. Segundo ela,

Não se trata, portanto, de uma simples adição de indivíduos, mas de um alargamento do nível inicial que constitui o eu, de uma abertura em direção ao outro que o pronome plural engloba na constituição de uma nova entidade⁴⁹.

⁴⁹ Tradução nossa de: “Il ne s’agit donc pas d’une simple addition d’individus, mais d’un élargissement du noyau initial que constitue le moi, d’une ouverture vers l’autre que le pronom pluriel englobe dans la constitution d’une nouvelle entité” (AMOSSY, 2010, p.159).

Nesse sentido, notamos em *Fêmea* um grupo organizado de mulheres (CFEMEA) que fala para outros grupos de mulheres interessadas em saber sobre seus direitos. A perspectiva de alargamento do *eu* (explorada por Amossy, 2010) é facilmente percebida na relação dialogal estabelecida entre os grupos. Logo no primeiro editorial publicado, CFEMEA encerra seu discurso com uma interação direta com os leitores: “Aguardamos *sua* contribuição” (FEMEA, 1992, n.1, p.2, grifo nosso). O pronome possessivo na terceira pessoa insere o interlocutor no discurso produzido pelo jornal. A partir dessa interação construída, espera-se, portanto, que os leitores participem enviando contribuições para a seção *Opinião* (conforme solicitado no editorial) e também se envolvam pelas questões assinaladas pelo jornal (as que serão pautadas pelo Congresso Nacional e que dizem respeito à mulher).

Ainda na perspectiva da compreensão da coletividade no jornal, destacamos o CFEMEA (enquanto grupo organizado de mulheres) que é por vezes citado e evidenciado nas publicações. Em praticamente todas as edições analisadas, as ações do centro feminista são projetadas com ênfase. Os verbos relacionados ao sujeito *CFEMEA* implicam sempre ação, atitude, movimento, tais como: *ressaltou, elaborou, realizou*.

Verificamos no trecho seguinte: “O centro feminista de estudos e assessoria *elaborou* uma relação dos projetos sobre planejamento familiar que estão tramitando na Câmara dos Deputados, para enviar aos movimentos de mulheres (...)” (*Fêmea*, 1992, n.4, p.7, grifo nosso). No trecho selecionado, o CFEMEA é destacado pela sua importância na publicização dos projetos que transitam no Congresso. A ação laboriosa de relacionar os projetos referentes à mulher é creditada à organização feminista.

Em outro momento, o jornal lança nota sob o título *CFEMEA repudia racismo*. O verbo com forte carga semântica no título é sustentado pela força discursiva da sequência da notícia.

O Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA) *protesta* contra a nota racista publicada na Coluna de Marcone Formiga, do jornal Correio Braziliense, sobre a Deputada Benedita da Silva (PT-RJ)” (FEMEA, 1992, n.3, p.8, grifo nosso).

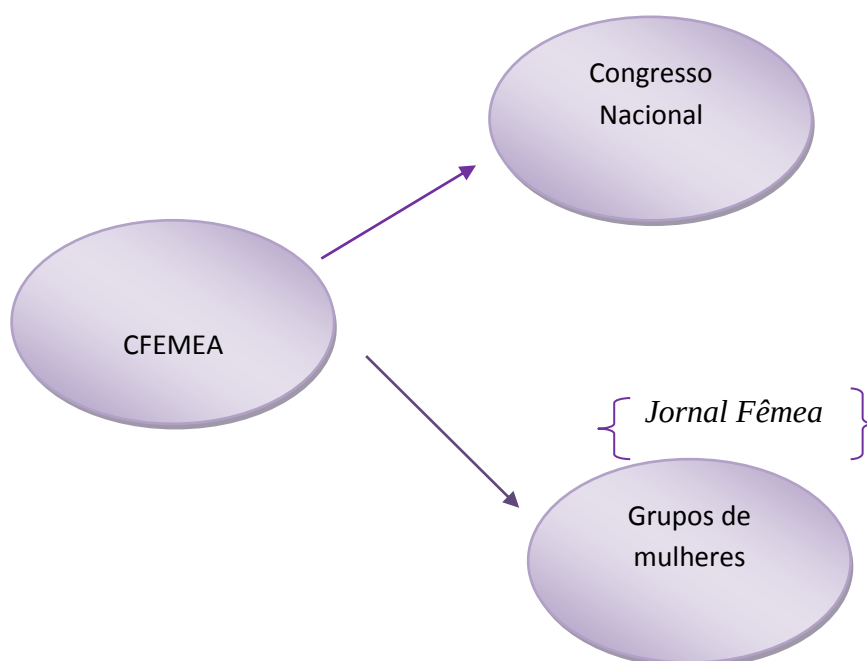
As ações de *repudiar* e *protestar* delineiam o caráter ousado, militante e categórico do jornal, atestado já no editorial de sua primeira publicação, onde se lê:

Para uma ação ágil e integrada das organizações de mulheres visando uma legislação não discriminatória precisamos fortalecer nossa articulação em todo o país. O FÊMEA é um instrumento do Projeto DIREITOS DA MULHER NA LEI E NA VIDA para isto (*Fêmea*, 1992, n.1, p.2).

O trecho acima, selecionado do primeiro editorial evidencia a capacidade do periódico de ser instrumento na realização do projeto do CFEMEA: tornar conhecidos os projetos relacionados à mulher, em trâmite no Congresso Nacional e incentivar a participação das mesmas na defesa dos seus interesses.

Podemos pensar em um esquema de construção do mundo, na perspectiva do discurso mediado de *Fêmea*. O CFEMEA, responsável pela publicação do jornal, é duplamente intermediário. De um lado, o grupo busca assessorar deputados e representantes políticos em suas ações no Congresso Nacional, para se adequarem às necessidades da mulher brasileira. De outro, faz a divulgação de suas próprias ações no jornal *Fêmea*, visto como instrumento de articulação entre os grupos de mulheres e de publicização de ideias, pensamentos e propostas a favor dos mesmos.

FIGURA 15 – Esquema de representação da dupla atuação do CFEMEA.



Fonte: Elaborado pela autora

O esquema ajuda-nos a visualizar a dupla função de intermediação do jornal da década de 1990, em sua tarefa de assessorar membros do Congresso e divulgar suas ações ao público. O jornal indica seu vínculo editorial especificamente na quarta edição, momento em que o grupo publica uma nota de esclarecimento ao Coletivo de Mulheres lésbicas de São Paulo. Lemos: “O Centro Feminista de Estudos e Assessoria, responsável pelo jornal, enviou carta ao grupo...” (FEMEA, 1992, n.4, p.8). O duplo trabalho de representação do centro feminista abre espaço para o uso frequente dos verbos, que indicam ações efetivas, e marcam a presença da organização não governamental (ONG CFEMEA) na construção de uma visão de mundo particular, extremamente ligada ao Congresso Nacional, à política e à motivação de grupos organizados de mulheres.

Ainda sobre a atuação do CFEMEA, observamos o uso de *gerúndio* nas construções discursivas. No editorial número dois, o grupo publica: “... a equipe do CFEMEA *vem assessorando* o deputado Clóvis Assis (PDT-BA)...” (FEMEA, 1992, n.2, p.2, grifo nosso). Nessa construção, o gerúndio tem a função de evidenciar a permanência da ação descrita. Dito de outro modo, as editoras pretendem mostrar que é ação constante do CFEMEA, por exemplo, assessorar deputados, como o fez (e faz) com Clóvis Assis. No mesmo editorial, encontramos outra construção semelhante: “[...] a equipe do CFEMEA *acompanhou* sistematicamente os trabalhos da CPI da esterilização e *vem acompanhando* a CPI da violência contra a mulher [...]” (grifo nosso). Particularmente, encontramos o verbo *acompanhar* em duas formas distintas: tempo *pretérito* e forma nominal *gerúndio*. Mais uma vez, noticia-se (indiretamente) que o CFEMEA atuou e atua em prol de seu objetivo principal: assessorar a mulher na luta dos seus direitos (se é que assim podemos sintetizar seu trabalho).

A estratégia permanece a mesma na notícia referente aos projetos de lei relacionados ao empregado doméstico. Em um primeiro momento, apresentam-se os trâmites no Congresso Nacional; em seguida, evidencia-se a ação do centro feminista, conforme vemos abaixo:

O CFEMEA *encaminhou* material e propostas sobre o projeto às associações de empregados domésticos, comissões de mulheres das centrais sindicais e Fórum de Presidentas de Conselhos dos Direitos da Mulher e organizações de mulheres, solicitando contribuições para reformulação do Substitutivo (Fêmea, 1992, n.2, p.6, grifo nosso).

Para complementar a composição discursiva e evidenciar as ações do grupo, ao lado da notícia o jornal publica um box intitulado *Proposta do CFEMEA*, onde são divulgados os detalhes do substitutivo do projeto de lei relacionado ao trabalho doméstico, cuja ação foi promovida pelo centro feminista.

Outra forma de identificação do grupo, esta mais abrangente, é através do uso do pronome pessoal (nós) e seus derivados linguísticos. A escolha pela primeira pessoal do plural é reveladora de características importantes na composição do discurso de *Fêmea*.

A reprodução do *Manifesto à nação*, a favor do *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello evidencia as mulheres enquanto grupo, organizadas socialmente em prol de um objetivo em comum: “Nós, mulheres brasileiras, comprometidas com a ampliação da cidadania no país, insurgimos contra a corrupção e a falta de decoro no exercício do mandato supremo da nação brasileira” (*Fêmea*, 1992, n.3, p.5). Os verbos utilizados na conclusão do manifesto (*defendemos*, *exigimos*) encenam o poder assumido pelas mulheres; afinal, enquanto organização e representação de interesses coletivos, elas se fortalecem e encorajam-se para lutar a favor de seus ideais.

Assim, o discurso construído pelo CFEMEA (tomado aqui como instância de produção do discurso jornalístico de *Fêmea*) remete-nos à discussão desenvolvida por Amossy em seus estudos sobre imagem de si. Para a pesquisadora, “[...]O *ethos* dos discursos em “nós” testemunha pois de modo que o eu se estende e se amplia para oferecer uma imagem de grupo”⁵⁰ (AMOSSY, 2010, p.159).

Essa ampliação do eu individual (mulher) é perceptível ao identificarmos o centro feminista enquanto grupo que se pretende coeso, harmonioso. De forma extradiscursiva, essa percepção é sustentada pela fala de Oliveira, em entrevista presencial realizada em maio deste ano. A idealizadora do CFEMEA destaca que os objetivos comuns foram o que uniu as cinco integrantes da ONG.

Intradiscursivamente, lemos na primeira edição a composição do grupo, ao explicar o Projeto *Direitos da mulher na lei e na vida*, que culminou na criação da ONG e, posteriormente, do jornal: “Este Projeto é coordenado pelo Centro Feminista de

⁵⁰ Tradução nossa de: “L’*ethos* des discours en “nous” témoigne donc de la façon dont le moi s’étend et s’amplifie pour offrir une image de groupe” (AMOSSY, 2010, p.159).

Estudos e Assessoria (CFEMEA), formado por um grupo de feministas que vem atuando no Congresso Nacional desde a elaboração da nova Constituição” (*Fêmea*, 1992, n.1, p.2).

É interessante observar que encontramos o nome das participantes do CFEMEA apenas no expediente (página dois). Compõem a equipe responsável: Marlene Libardoni, Gilda Cabral, Guacira César de Oliveira, Iáris Ramalho Cortês e Malô Ligocki. As outras referências são feitas sempre de forma coletiva, com o uso dos seguintes recursos linguísticos: “nós, CFEMEA, grupo de feministas”. As notícias, notas e artigos não são assinados, na maior parte das vezes, o que evidencia o desejo de mostrar o jornal *Fêmea* como um conjunto único, coeso. Encontramos apenas alguns artigos assinados por especialistas, a saber: Luíza Nagib Eluf (promotora de justiça), Márcia Turcato (assessora de imprensa da deputada Eva Blay), Benedita da Silva (deputada), Maria do Socorro Jô Moraes (membro do Comitê de Especialistas do Projeto Direitos da Mulher na Lei e na Vida) e Ana Maria Costa (médica).

Para evidenciar o pensamento editorial de *Fêmea*, entendido aqui como grupo organizado, recorreremos à notícia publicada na edição número cinco, que anuncia como ministras do governo Yeda Crusius e Luiza Erundina. Nela há um comentário revelador do pensamento editorial de *Fêmea*: “Para nós, é da maior importância que as mulheres sejam reconhecidas por sua capacidade profissional, como ocorreu na escolha de Yeda e Erundina” (FEMEA, 1993, n.5, p.2, grifo nosso). Colocamos aqui em evidência não só o pronome pessoal (*nós*), mas também o pensamento imbuído nessa coletividade.

Assim, o grupo editorial declara a importância que confere ao reconhecimento da mulher por suas atribuições e capacidades profissionais. A partir dessa asserção, podemos avaliar criticamente as *mise en evidence* do CFEMEA, das deputadas, das mulheres candidatas e as próprias convocações à organização sistemática das mulheres na luta pela legalização de seus direitos.

Destacamos aqui o “apelo” feito às mulheres pelo grupo no editorial da quinta edição:

Vamos nos manifestar, vamos nos mobilizar, vamos participar de todo esse processo de discussão, análise e reforma para que nos próximos anos, no dia 8 de março, tenhamos muitos motivos para, realmente, comemorar. (*Fêmea*, 1993, n.5, p.2).

A motivação feita de forma inclusiva (primeira pessoa do plural) na edição de fevereiro de 1993 atenta-nos para o lugar pretendido pelo jornal: ser incentivador da participação efetiva das mulheres na política.

Após a discussão sobre a representação coletiva das mulheres em *Fêmea*, dedicamo-nos às outras representações sobre a mulher, construídas (e reproduzidas) no jornal. Emerge do discurso de *Fêmea*, com frequência, a imagem da mulher cidadã. Bastante coerente ao papel do CFEMEA (discutido anteriormente) na motivação das mulheres à política está a compreensão da mulher como alguém que participa das decisões políticas, se envolve por temas de caráter social, enfim, é agente social.

Essa imagem é reforçada pela charge da terceira edição, em que as mulheres são projetadas como participantes, atuantes dos movimentos políticos.

FIGURA 16 – Charge do jornal *Fêmea*, de outubro de 1992.



Fonte: FEMEA, 1992, p.2

A partir da ilustração acima, podemos ver que as mulheres aparecem na charge com a bandeira do Brasil e com palavras de ordem “Fora Collor” e “Impeachment”. Ressaltamos a nacionalidade estampada pelo uso da bandeira e a autonomia da voz feminina, que sai às ruas, grita, expõe seu pensamento sobre questões políticas, ou seja, é mostrada como uma autêntica cidadã.

O termo (cidadã) é utilizado ainda pelo seu contraponto. A compreensão dada à noção de mulher como cidadã é contestada a partir do artigo de Márcia Turcato (assessora da Senadora Eva Blay) sobre a descriminalização do aborto. A assessora questiona a noção de cidadania feminina, uma vez que elas (as mulheres) não são capazes de decidir sobre o seu próprio corpo, em função da criminalização do aborto. A jornalista afirma: “Apesar do esforço organizado e do ânimo cada vez maior existente entre nós mulheres, somos ainda cidadãs incompletas” (*Fêmea*, 1993, n.5, p.7).

No discurso de *Fêmea*, o termo é citado também na notícia que discorre sobre a reivindicação das mulheres pela reformulação da Comissão Nacional pela Reestruturação do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM). Sob a mesma perspectiva da edição número cinco, aqui a cidadania surge também como uma reivindicação. O referente é usado no documento oficial apresentado pelos grupos de mulheres que solicitaram o retorno do CNDM. Na voz das mulheres, o jornal reproduz a fala do documento elaborado pelos grupos feministas:

A reconstrução do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, no momento em que o País vivencia um processo de democracia e exercício de cidadania, representa para a maioria da população brasileira – as mulheres – um instrumento de avanço nas lutas pelo exercício dos seus direitos de cidadãs (*Fêmea*, 1992, n.4, p.6).

A escolha das editoras pelo excerto do documento a ser publicado em *Fêmea* mostra a preocupação do grupo editorial em recortar a realidade de modo a evidenciar as mudanças sócio-históricas vividas pelo país e o nível de exigência das mulheres no que diz respeito ao exercício de seus direitos.

Retomamos aqui o pensamento de que toda escolha na construção de um determinado discurso (neste caso, especificamente o jornalístico) é entremeada por intenções e estratégias. Conforme Machado (2012, p.190), “[...] todos os enunciados, ou atos de linguagem ou ainda atos comunicativos, jogados na arena discursiva, não são aleatórios: eles têm uma razão de ser”. No caso do jornalismo, acrescenta-se ainda a capacidade do jornalista de escolher (respeitando a sua fidelidade à linha editorial) as fontes, os depoimentos e o léxico a ser usado. Por isso, o trecho selecionado corrobora o pensamento sustentado por CFEMEA.

De todos os referentes utilizados no jornal da década de 1990, o que mais se observa é a palavra *mulher*. Em alguns momentos, a palavra aparece acompanhada de adjetivos caracterizadores da mulher: *mulher gestante (grávida)*, *mulher trabalhadora*, *mulher brasileira*, *mulheres pobres*, *negras*, *lésbicas*, *trabalhadoras rurais*; *mulher honesta*, *direita*, *de família*, *mulheres grávidas vítimas de estupro*, *mulher rural*. Essas adjetivações contribuem para caracterizar a mulher e imprimir nesse substantivo certa carga semântica. Portanto, há adjetivos que qualificam a mulher, tais como *honesto*, *direito*, *de família*; outros se referem ao estado de vida – *grávida*; ou ainda a suas características identificadoras – *negras*, *pobres*, *lésbicas*, *trabalhadora rural*. De todos

os termos usados, o adjetivo *brasileira* é o mais recorrente. Nas demais citações, a palavra *mulher* aparece sem adjetivos. Para citar apenas as manchetes, verificamos no jornal: *Mulheres discutem proposta de reformulação do código penal; Debates sobre a mulher no terceiro milênio; Mulheres lançam movimento de articulação pró-impeachment; CPI constata esterilização indiscriminada de mulheres, Concessão de uso da terra para a mulher; CPI vai divulgar estatística de violência contra a mulher; Núcleos vão tentar identificar os problemas das mulheres nas regiões Norte e Nordeste.* Nesta seleção de títulos vemos a atuação da mulher, tematizada em assuntos diversos como violência, distribuição de terras, política e legislação.

Podemos inferir a partir desse uso que o termo *mulher* carrega por si só o significado desejado por *Fêmea*. Ela é, pois, destaque em manifestações políticas, tema de projetos de lei, alvo de questionamentos sobre violência e aborto. De forma a complementar nossa compreensão, extraímos um trecho da edição número cinco de *Fêmea*. O editorial apresenta uma definição de mulher, usada na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que a considera como “[...] um ser inferior, fraco e desprovido de defesa, necessitando de “proteção”, amparo, cuidados” (FEMEA, 1993, n.5, p.2). Essa visão é combatida pelo periódico no decorrer das páginas, à medida que incentiva a participação política das mulheres, especialmente na reivindicação de seus direitos (concedidos por lei).

Optamos por reunir e nomear como profissões todos os referentes que identificavam a mulher pela sua atuação profissional. Nesse conjunto, estão as advogadas, ministras, prefeitas, senadoras, sociólogas. As edições um, dois e cinco apresentam em suas páginas notícias que trazem para a cena discursiva ações de profissionais (mulheres). Na segunda edição, há uma notícia intitulada *Bancada feminina vai apresentar proposta de alteração do Código Penal*. Recortamos deste discurso um trecho em que são citados ramos profissionais distintos (secretárias, presidentes, assessora, socióloga, advogadas):

[...] o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), [...] convocou importante reunião de advogadas na OAB do Rio de Janeiro, com o objetivo de promover a adaptação da legislação ordinária à nova Constituição (*Fêmea*, 1992, n.2, p.4).

Julgamos interessante trazer para as análises a perspectiva da mulher profissional, inserida no mercado de trabalho e, por isso, atuante. Acrescida à ideia de que a mulher é protagonista, vemos emergir do discurso a mulher que se dedica a uma profissão, que trabalha, que desenvolve ações políticas a partir de sua atuação profissional.

As análises de temas e referentes em *Fêmea* permitem construir um imaginário a respeito do jornal e, conseqüentemente, da mulher na década de 1990 no Brasil. Visualizamos, através das análises, que o jornal se empenha em evidenciar suas próprias ações, em uma atitude metaenunciativa, com o intuito de demarcar sua contribuição em prol dos direitos da mulher, especialmente na sua legalização. O jornal traz à tona ainda a atuação de grupos de mulheres, o que faz emergir do discurso o *ethos* coletivo, uma compreensão ampliada de um eu discursivo que se projeta para a pluralidade, para o nós. De maneira geral, *Fêmea* tematiza a legislação, os trâmites no Congresso Nacional, especialmente questões polêmicas, relacionadas a aborto, violência e mercado de trabalho.

Após feitas as análises detalhadas dos três jornais que compõem o *corpus* dessa pesquisa, pretendemos avançar nossa discussão e caminhar para a análise contrastiva dos elementos discursivos encontrados no *corpus*. Faremos de tal modo que a nossa caminhada analítica seja entremeada pelo pensamento teórico que organiza e sustenta essa tese.

Optamos: (i) por trazer primeiro as análises, para depois construirmos um pensamento ordenado e mais facilmente categorizado em torno das imagens e representações dos jornais em questão; (ii) por catalogar (se é que nos é permitido o uso deste termo) os periódicos, na expectativa de que sua própria configuração discursiva revelasse os meandros estratégicos e pontuais no que diz respeito à construção de identidades (ou representações); (iii) em função da diversidade de conceitos relacionados à identidade (e representação), decidimos apresentar ainda um glossário de conceitos no sentido de facilitar para o leitor a compreensão das filiações teóricas adotadas por nós no desenvolvimento desta tese.

6.5 Considerações finais do capítulo

Nossa prioridade aqui foi a de verificar as interseções encontradas nos três jornais e, conseqüentemente, nas três épocas analisadas. Dando seqüência ao nosso trabalho, apresentaremos na parte III desta tese o quadro comparativo (temático e referencial) do *corpus* para, em seguida, elaborar as conclusões (ou pistas de compreensão) a respeito do objetivo principal deste estudo.

**Parte III – Interseções temáticas e referenciais na construção
da identidade feminina (em jornais feministas)**

7 - Caminhos (teórico) discursivos

7.1 Considerações iniciais

Neste capítulo tentaremos organizar nosso pensamento teórico-discursivo de modo a aprimorar o conceito a respeito da representação e da identidade da mulher construída por meio dos jornais. Os capítulos anteriores serviram para mostrar elementos e pistas discursivas do *corpus*. Neste momento, com base nas observações e análises feitas, caminharemos para a construção de um modelo de compreensão da imagem e representação da mulher.

Para isso, será necessário retomar a situação comunicativa empreendida pelos jornais. Iniciaremos com a discussão a respeito do uso das palavras e suas representações no discurso – o que justifica nossa escolha pela metodologia escolhida; em seguida faremos um panorama das particularidades da situação comunicativa e de suas competências (baseados nos postulados de Charaudeau). Esses elementos contribuirão para a posterior discussão a respeito da identidade e representação da mulher nos jornais.

7.2 A representação por trás das palavras

Compreendemos que as palavras, por si só, estão carregadas de sentidos, especialmente se observarmos seus usos em sociedade. Em seus estudos sobre a psicologia das representações sociais, Harré expõe a dinâmica de representação do mundo e discute o papel do léxico nesse processo. Segundo o autor,

[...] os repertórios e léxicos não podem ser compreendidos, dada a psicologia das representações sociais, simplesmente como listas de itens aprendidos. Um repertório deve ser estudado no seu uso a fim de alcançar as representações sociais que ele veicula.⁵¹ (HARRÉ, 2003, p.165)

⁵¹ Tradução nossa de: “Cela signifie que les répertoires et les lexiques ne peuvent pas être compris, eu égard à la psychologie des représentations sociales, simplement comme des listes d’items appris. Un répertoire doit être étudié dans son usage afin de saisir les représentations sociales qu’il véhicule”.

Adentrando o sentido proposto pela fala do filósofo e psicólogo social, faremos uma ligação deste com os *referentes* listados na *parte II* desta tese. Acreditamos que cada uma das palavras selecionadas pelos grupos editoriais dos periódicos e utilizadas para nomear as mulheres estão carregadas de representações sociais, marcadas histórica e socialmente. Tal vínculo é capaz de estabelecer interpretações distintas em cada período histórico e implicações diversas, a depender da maneira como os interpretantes são capazes de ler o mundo (a partir do viés discursivo e referencial assumido por eles).

Cabe aqui mais um comentário a respeito da escolha teórico-metodológica desta tese. Nossa filiação à Análise do Discurso (AD) se justifica, de maneira ampla, porque essa teoria, em seu todo, interessa-se pela capacidade de compreender (e ler) o mundo considerando seus aspectos históricos, sociopolíticos, culturais e o conjunto de elementos inerentes à própria língua e suas construções linguístico-discursivas.

Portanto, para nós, pesquisadores da linguagem, a AD abre horizontes e amplia a compreensão a respeito do universo e das diversas formas de interação existentes entre os sujeitos. O empenho desse trabalho em adentrar o universo jornalístico de cunho feminista só poderia, em nossa opinião, encontrar sentido nas possibilidades interpretativas e interdisciplinares da Análise do Discurso. Tomamos emprestados os versos de Drummond para, de fato, assumir seu conselho: “[...] Penetra surdamente no reino das palavras (...) //Chega mais perto e contempla as palavras// Cada uma tem mil faces secretas sobre a face neutra...” (DRUMMOND, 1945).

Embasados em nossa proposta teórico-metodológica, nos empenharemos em desvelar as muitas faces secretas das palavras e seus desmembramentos discursivos. Ora, para aprofundarmo-nos no sentido das palavras, é preciso compreendermos melhor a relação existente entre as instâncias de produção e recepção de um discurso. Se assim o fizermos, verificaremos que determinados grupos sociais atribuem sentidos específicos a certas palavras. Isso pode nos remeter também ao conceito de *formação discursiva*, desenvolvido por Foucault, e que nos insere no espaço das regularidades das formações sociais e ideológicas de determinado grupo. Por esse viés, podemos dizer que cada *formação discursiva* tem enunciados próprios, ou permite a construção de redes de enunciados compatíveis ao pensamento daquele grupo.

Ainda que esteja em uma filiação discursiva diferente de Foucault, mas fruto de uma mesma base de compreensão do discurso, Machado também discorre sobre a importância e a implicação dos usos que fazemos das palavras em nossas interações

sociais. Ao justificar seu escritos sobre as bases da Análise do Discurso, Machado explica a composição do título de seu artigo “Algumas reflexões sobre elementos de base em Análise do Discurso” e retoma a carga semântica dos nossos ditos.

As palavras da língua, usadas para a formação desses diferentes atos, já veem carregadas de sentidos e, como afirmam Anscombre e Ducrot (1983) oferecem aos seus usuários diferentes maneiras de se exprimir para influenciar seus interlocutores (MACHADO, 2012, p.190).

Essa visão da língua em uso coloca-nos em proximidade com as escolhas (subjativas) dos enunciadorees. No que tange à influência advinda das palavras, estão as estratégias desenvolvidas pelas instâncias de produção para mostrar aos seus destinatários a intenção do seu projeto de fala. Destarte, as palavras são selecionadas e organizadas de modo a corresponder aos objetivos visados por seus enunciadorees.

No caso dos jornais analisados nesta tese, percebemos que os grupos editoriais selecionam não só os temas (*valores-notícia*) a serem veiculados nos jornais, mas também as formas de nomear as mulheres (referentes) para, a partir de então, conferir a elas determinadas representações. Nosso empenho será adentrar a construção do discurso jornalístico para fazer dele emergir tais representações (conceito que será discutido no capítulo 9).

Sabemos que a compreensão das diversas facetas das palavras está muito ligada à maneira como a palavra é dita e ao lugar onde ela se instaura no todo discursivo. Nesse sentido, de forma simples e precisa, Machado faz sua interpretação sobre a situação comunicativa proposta por Charaudeau (1983) para melhor compreender as relações entre os sujeitos da linguagem. A pesquisadora pontua que:

[...] a comunicação é feita por meio de “representações” do mundo, “representações” no sentido quase que teatral da palavra. Assim, cada ato de linguagem comunicativo depende, pois, de uma determinada cena, de um determinado contexto situacional e lingüístico e de determinados atores. (MACHADO, 2008, p.260)

Notamos, portanto, que aliado ao sentido proposto pela psicologia social, de extrair das produções culturais e das interações sociais as representações advindas das palavras, está a perspectiva discursiva que integra a esses elementos a construção da cena entre os parceiros da linguagem. A situação de comunicação na qual se inserem os

sujeitos da linguagem é fundamental para auxiliar a compreensão do discurso e de seus possíveis interpretativos. Por exemplo, ao tratarmos do discurso jornalístico, é mister compreender como se dá tal produção discursiva, quais os elementos nela empregados, quais as estratégias a ela associadas e, mais ainda, quais os objetivos de tal discurso (suas *visadas*) e quem são os parceiros envolvidos em tal ato de linguagem (suas *identidades*).

Na seção seguinte dedicar-nos-emos a buscar a compreensão do engendramento comunicativo que se dá entre os jornais que compõem o *corpus* desta pesquisa. Para isso, os postulados de Charaudeau sobre a proposta de interação entre os sujeitos do discurso serão por nós explorados e analisados nas linhas seguintes.

7.3 Para entender melhor a situação de comunicação – competências discursivas

O modelo sócio-comunicativo e semiolinguístico desenvolvido por Charaudeau exige três competências: situacional, semântico discursiva e semiolinguística⁵². Cada uma delas empreende determinadas características e é capaz de revelar elementos do discurso fundamentais para compreender a troca comunicativa. Discutiremos, a seguir, tais elementos aplicados aos jornais que formam o *corpus* da pesquisa.

7.3.1 Competência situacional

A *competência situacional* envolve a *identidade* dos sujeitos e a *finalidade* do ato linguageiro. Portanto, a partir desses dois elementos é possível verificar também as *visadas discursivas* do ato de linguagem e a maneira como se posicionam os parceiros do discurso.

O conceito de *visada discursiva* foi desenvolvido por Charaudeau (2004) na tentativa de compreender melhor os tipos de textos produzidos em cada instância do discurso. A proposta do linguista é definir que cada situação de comunicação específica é motivada por objetivos também específicos que acabam por definir o tipo de texto produzido, ou gênero discursivo. Desse modo, o teórico defende a hipótese de que “[...] todo domínio de prática social tende a regular as trocas e, por consequência, a instaurar

⁵² CHARAUDEAU, P. *De l'interdisciplinarité dans les sciences humaines et sociales et la place des sciences du langage*. In: CIED - Minicurso, 6-8 de agosto, 2014. Notas.

as regularidades discursivas...” (CHARAUDEAU, 2004, p. 16). Tais regularidades são capazes de definir os objetivos da troca, quais sejam: *informar, incitar, prescrever, solicitar, instruir, demonstrar*. Essas são as seis visadas principais elencadas por Charaudeau. Em um determinado discurso, uma dessas visadas pode se sobressair, mas isso não quer dizer que exista apenas um objetivo na troca comunicativa. Um discurso pode ter uma *visada informativa* que se sobressai, mas ao mesmo tempo, apresentar a *visada incitativa* como estratégia e vice-versa. Cada discurso constitui, pois, seu arranjo estratégico e também sua *visada*.

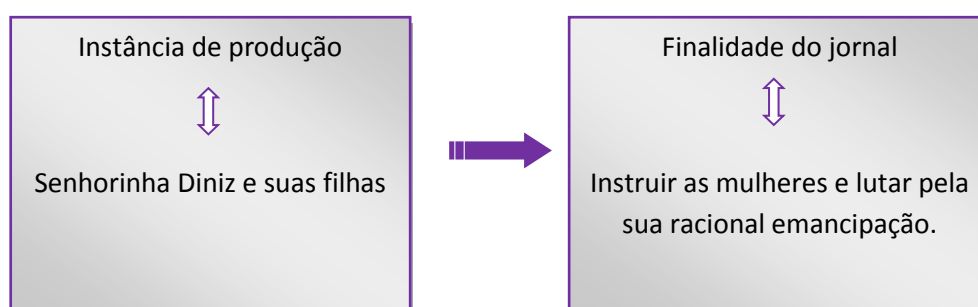
De certa maneira, nos capítulos da *parte II* discorreremos (ainda que brevemente) sobre a situação de comunicação que cada um dos jornais analisados instaura. Neste momento, torna-se necessário um maior aprofundamento temático da questão, a fim de que os elementos de *identidade* e *representação* também emergjam da construção discursiva.

Os jornais, de modo geral, têm em sua maioria a *visada informativa* como predominante. As discussões feitas na *parte I* desta tese ajudam-nos a compreender que, em um jornal, o ato de informar algo a alguém é o principal objetivo existente entre as instâncias de produção e de recepção. Porém, é possível perceber alguns rearranjos dentro dessa situação comunicativa que levam-nos a perspectivas diferentes (do esperado) no que tange à finalidade da troca.

Faz-se necessário pontuar que tratamos de instâncias de produção específicas, não apenas pelo seu caráter discursivo, mas principalmente pelos objetivos pretendidos por cada jornal.

No século XIX, em *O Sexo Feminino* temos uma instância de produção marcada pela composição familiar e que apresenta como principal objetivo a luta pela emancipação feminina através da educação.

FIGURA 17 – Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal *O Sexo Feminino*.



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir desse direcionamento, podemos inferir que os tipos de textos publicados no jornal devem (ou deveriam) acompanhar sua visada principal, qual seja, *instruir*. Não obstante à proposta inicial, outras visadas são encontradas no periódico. Nas quatro páginas do supracitado jornal encontramos vários tipos de textos ligados a diferentes rubricas: *editorial*, *artigos de opinião*, *poesias*, *notícias*, *variedades*. De modo geral, os editoriais (especialmente) se empenham em apresentar a opinião da instância de produção – de Senhorinha, principalmente – e defender o ponto de vista referente à emancipação da mulher. Na edição número cinco (5), Senhorinha Diniz inicia seu editorial apresentando a necessidade de discutir o tema principal de sua tese: “[...] Nunca se diz bastante o que bastante se deve dizer” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). Assim, ela discorre sobre a educação física, a moral e a intelectual, de forma a apresentar aos leitores, didaticamente, a necessidade de educar o ser humano. “Tres por tanto são suas especies – a educação physica, moral e intellectual” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). Notamos, portanto, uma *visada instrutiva*, que realça a importância do ensino para as mulheres. Senhorinha doutrina, ao mesmo tempo em que ressalta a importância de doutrinar. De forma complementar, a *visada instrutiva* se mescla à *visada incitativa*. A ânsia de instruir da jornalista (e professora Senhorinha Diniz) se mistura ao desejo de convencer os leitores sobre essa demanda da sociedade. “Temos sustentado que somente a mãe é apta para educar o filho (...). É isto de uma verdade pratica e incontestavel” (DINIZ, 1873, n.5, p.1). Senhorinha provoca seus leitores, de modo a incitar neles uma reflexão favorável à instrução feminina. Não apenas nesta edição, mas em todas as outras analisadas, a *visada incitativa* surge como propósito discursivo, e também como estratégia. O discurso associa-se a elementos *patêmicos* no intuito de despertar nos leitores o interesse pela educação. Emocionar as mulheres e despertar nelas o sentimento de compaixão e, em alguns momentos, até mesmo de revolta em função do descaso dos homens, torna-se estratégia de captação do público.

Em outra edição, a jornalista é bem enfática ao tratar do assunto. Aos leitores ela se dirige: “Desenganemo-nos, a mulher sempre hade ser desconsiderada, hade ficar *estacionaria*, hade representar o papel triste que tem representado até o presente, si não lhe dermos *educação e instrucção*” (DINIZ, 1873, n.3, p.1, grifo da autora). Assistimos, mais uma vez, à imbricação da *visada instrutiva* à *visada incitativa*, que pretende levar o leitor a tomar uma atitude, a *fazer-fazer*; ou seja, a reunião dessas visadas quer levar o

destinatário a agir diante de determinada realidade. Pelas suas características sabemos que a *visada incitativa* é própria do discurso publicitário, mas verificamos que tais engendramentos existem também na fala de Senhorinha Diniz.

Note-se que o direcionamento da jornalista é feito a dois grupos distintos: em um primeiro momento, ela se dirige às mulheres, no sentido de alertá-las para a realidade desoladora⁵³ e discriminatória em que vivem. De forma mais ampla e pragmática, o discurso de Senhorinha só pode se direcionar aos homens, legisladores, responsáveis por empreender quaisquer mudanças que fossem na sociedade oitocentista.

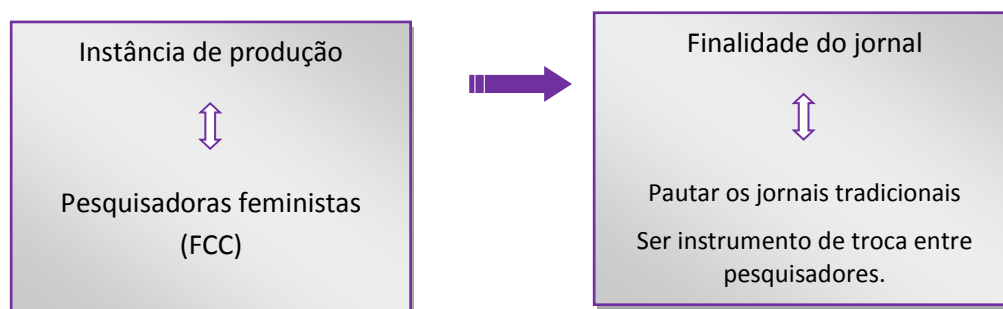
Para complementar a *visada* principal da jornalista, qual seja, *lutar pela emancipação feminina*, Senhorinha faz uso de outra estratégia: demonstrar, racionalmente, a validade de seu argumento. Na terceira edição de *O Sexo Feminino*, a jornalista utiliza a citação de outrem como forma de demonstrar a importância de os filhos (cidadãos) serem educados por suas mães. Ela cita o filósofo Aimé Martin: “[...] De 69 monarchas que subirão ao throno da França, só tres amarão o povo, e, cousa notável, todos tres forão educados por suas MÃES!!” (DINIZ, 1873, n.3, p.2). Esta citação pretende ser a demonstração necessária para que os leitores se convençam e sintam-se motivados a empreender alguma mudança na sociedade em favor da educação das mulheres.

Em *Mulherio*, notamos a instância de produção ligada diretamente à Fundação Carlos Chagas (FCC), através do grupo de pesquisadoras feministas. Na carta de intenções do jornal (edição número zero), as editoras expõem claramente que o objetivo do jornal é o de promover, entre pesquisadores, a troca de experiências sobre a mulher; além do fato evidente do jornal constituir também um canal de comunicação com a imprensa tradicional.

Esquematicamente, temos:

⁵³ Conforme ROSA, 2011.

Figura 18 - Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal *Mulherio*.



Fonte: Elaborado pela autora.

A análise dos jornais leva-nos a concluir que a composição da instância de produção e a finalidade do jornal estão diretamente ligadas à maneira como o jornal se estrutura e, especialmente, à forma como suas estratégias discursivas são construídas. Sendo assim, notamos com facilidade o frequente número de páginas dedicadas à educação, cultura, pesquisa e eventos acadêmicos. As seções fixas *Pesquisa* e *Leitura*, por si só evidenciam o interesse das editoras em manter perenemente esse assunto nas páginas do jornal. As resenhas publicadas junto às indicações de livros que tratam sobre o assunto *mulher* cumprem o papel de promover os livros lançados e ainda fomentar a discussão em torno da representação da mulher na sociedade e de seu papel como formadora de opinião.

Para além das seções acima citadas, *Mulherio* publica notícias e notas que buscam promover a troca de informações entre pesquisadoras. A edição número um (1) apresenta a nota ENCONTRO FEMINISTA (grafado assim, em letras capitais), com o seguinte encaminhamento:

O primeiro Encontro Feminista da América Latina e do Caribe será realizado em Bogotá, Colômbia, de 16 a 19 de julho, com o objetivo de reunir mulheres interessadas em discutir Feminismo & luta política, Sexualidade & vida cotidiana; Mulher & trabalho; e Mulher, comunicação e cultura, temas do encontro (*Mulherio*, 1981, n.1, p.7).

A divulgação do evento, enquanto seleção temática, por si só já mostra a importância conferida ao encontro, dado o interesse em divulgá-lo. Em outra edição, de julho/agosto de 1981, *Mulherio* noticia o Congresso realizado em Genebra, *III Encontro*

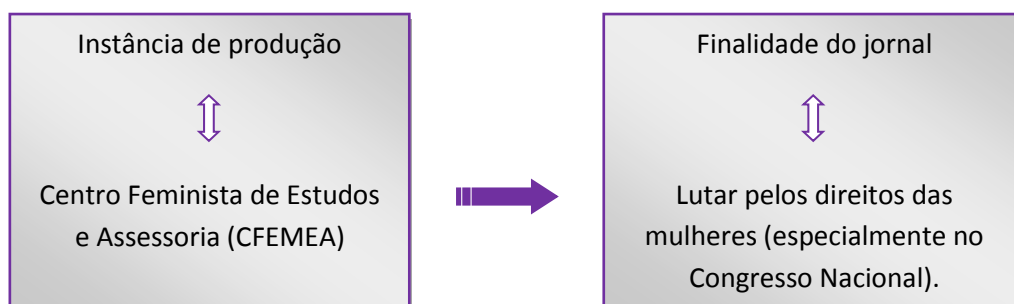
Internacional sobre Mulher e Saúde. Além de apresentar o fato em si, o jornal expõe a visão de Carmen Barroso, participante do evento.

Eu, pessoalmente, achei que só um congresso assim pode ser coerente não apenas com os princípios feministas, mas também com o objetivo de melhorar a saúde das mulheres, não contribuindo, o próprio congresso, para aumentar suas neuroses (*Mulherio*, 1981, n.2, p.8).

Aqui vemos claramente a mescla entre as visadas *informativa* e a *opinativa*. A mistura entre a factualidade do jornalismo e a opinião fica visível também em outros excertos da publicação em questão, intitulada “Um congresso saudável”. A proximidade entre os gêneros *notícia* e *artigo de opinião* é compreendida como uma estratégia discursiva, uma vez que as editoras pretendem estreitar seus laços com as pesquisadoras e, de certa maneira, também imprimir no discurso seu posicionamento diante dos acontecimentos que diretamente interferem na realidade feminina.

Em direção à análise do outro jornal de nosso *corpus*, destacamos em *Fêmea* o vínculo direto com o Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA). Por ser formado por mulheres que se dedicam a assessorar políticos de modo que eles se inteirem das questões femininas (e feministas), a ONG acaba por deixar certas marcas desse posicionamento em seu discurso. O quadro temático do jornal (capítulo 6) coloca em evidência o interesse pelo tema *legislação*: todas as edições analisadas tratam desse assunto. Em algumas, há um enfoque maior, uma vez que propostas inteiras dos projetos de lei são reproduzidas no periódico, a exemplo da edição de julho de 1992 (reformulação do Código Penal). Ou ainda na edição de outubro, com a publicação na íntegra da proposta de lei relacionada à *esterilização*.

FIGURA 19 - Esquema representativo da instância de produção e suas visadas no jornal *Fêmea*.



Fonte: Elaborado pela autora.

De modo geral, percebemos que o vínculo das editoras com o Congresso Nacional implica a determinação de *visadas incitativas*, ou seja, que pretendem estimular os leitores a tomarem determinada atitude diante do posicionamento dos políticos em relação às mulheres. Essa visada é facilmente percebida nos momentos em que as editoras convocam as mulheres, a exemplo da edição de fevereiro de 1993: “[...] Vamos nos manifestar, vamos nos mobilizar, vamos participar de todo esse processo de discussão, análise e reforma para que nos próximos anos, no dia 8 de março, tenhamos muitos motivos para, realmente, comemorar” (*Fêmea*, 1993, n.5, p.2). O chamamento feito ao público feminino pretende trazer as mulheres para as discussões referentes à violência, aborto, código penal, etc.

Sabemos da particularidade de cada uma das edições analisadas e, especialmente, de cada um dos textos produzidos nos jornais. Sendo assim, cada um é capaz de apresentar visadas distintas e específicas para o momento enunciativo. Em função da grande quantidade de gêneros empregados, não conseguimos fazer um panorama das visadas empregadas em todas as edições. A partir dos quadros de análise elaborados anteriormente, levantamos os temas mais recorrentes e, a partir deles, as visadas mais evidentes.

O outro condicionante da situação de comunicação, a *identidade*, será discutido com mais detalhes em um capítulo distinto (capítulo 8), por ser um dos pontos-chaves desta tese. A seguir, continuaremos a analisar as competências que determinam a situação de comunicação.

7.3.2 Competência semântica (discursiva)

A competência semântica (discursiva) diz respeito à maneira de se organizar o saber construído socialmente. Dito de outro modo, trata-se da forma como o sujeito se posiciona no discurso, ou seja, a maneira como ele se coloca como enunciador de algum pensamento, levando em consideração as restrições do contrato comunicativo, os saberes e valores envolvidos.

Segundo Charaudeau,

[...] a competência discursiva exige de cada sujeito que se comunica e interpreta que esteja em capacidade de manipular (Eu) – reconhecer (Tu) as estratégias da *mise en scène* que se desprendem das necessidades inerentes ao marco situacional. As mesmas (que não deverão se confundir com as estratégias propriamente linguísticas) são de três tipos: enunciativo, enuncivo e semântico. (CHARAUDEAU, 2001)⁵⁴.

Assim, os saberes e as representações socioculturais são convocados para compor o discurso por meio desta competência. Neste nível, pois, estão as estratégias enuncivas (referentes às regras sociais), as enunciativas (com relação ao modo de organização do discurso) e as semânticas (relacionadas às crenças e aos conhecimentos partilhados).

Para melhor compreender essas competências no discurso dos jornais feministas, cabe-nos recuperar alguns elementos relativos à composição sócio histórica dos periódicos, para melhor visualizar seu universo de compartilhamento de crenças e valores.

- a) *O Sexo Feminino*, jornal do século XIX, compartilha valores relacionados à pureza da mulher, sua imaculada função de mãe e educadora e, ainda mais, expõe o posicionamento tutelar da mulher. Não que fosse o ideal da mulher brasileira, mas tratava-se da condição vivida por ela. As regras sociais colocadas em evidência no periódico tratam da posição da mulher na sociedade, de respeito ao pai e ao marido e de dependência (financeira e social). Além disso, a formação do bom cidadão, íntegro e justo é colocada no jornal como um valor a ser partilhado. Desse ponto, decorre que apenas as mulheres são capazes de bem educar os cidadãos para tornarem-se homens íntegros e corretos.
- b) De *Mulherio*, depreendemos valores que se relacionam ao movimento feminista, à busca mais direta da mulher por espaço no mercado de trabalho, ao empoderamento por meio da educação e da participação em pesquisas e eventos acadêmicos. Tais elementos fazem parte do conjunto de valores correspondentes à mulher de fins do século XX.

⁵⁴ Tradução nossa de: “La competencia discursiva exige de cada sujeto que se comunica e interpreta que esté en capacidad de manipular(Yo)-reconocer(Tu) las *estrategias de puesta en escena* que se desprenden de las necesidades inherentes al marco situacional. Las mismas (que no deberán confundirse con las estrategias propiamente lingüísticas) son de tres tipos : *enunciativo, enuncivo y semântico*”.

- c) Sobre *Fêmea*, o compartilhamento se dá em relação aos direitos da mulher. O espírito de justiça e de luta por seus direitos aparece como elemento prioritário do jornal. Assim, a lei é colocada como instrumento real da mulher em busca da sua igualdade e de seus direitos.

7.3.3 Competência semiolinguística

Relacionada à parte interna do texto, esta competência observa sua composição, a estrutura gramatical e o emprego do léxico. Desse modo, tal competência diz respeito à observação de como a enunciação se organiza, se é *impessoal* ou *imperativa*. Sobre o enunciado em si, é preciso observar se ele é *narrativo*, *descritivo*, *argumentativo* ou *elocutivo*, melhor dizendo, qual ocorrência desses modos de organização do discurso nele predomina. É importante destacar que na maioria das vezes há uma imbricação dos modos de organização do discurso nos diferentes enunciados. Assim, é possível que eles sejam essencialmente narrativos, mas que contenham uma estrutura argumentativa (ou vice-versa); outros casos/combinações são também possíveis, é claro.

Com relação aos jornais pesquisados, destacamos:

- a) Em *O Sexo Feminino* percebe-se que existe um caráter essencialmente argumentativo nos enunciados. Vê-se, com relativa facilidade, a construção de argumentos *lógicos* e *patêmicos* que buscam corroborar a proposta de defesa da emancipação racional das mulheres nos anos oitocentos. Ligado a esse aspecto, está a inserção direta de Senhorinha Diniz no discurso, fato evidenciado pelo uso frequente do pronome *nós* (*construção elocutiva*), ao referir-se aos direitos das mulheres.
- b) Publicação da década de 1980, *Mulherio* investe na estrutura *narrativa* (característica do discurso jornalístico do século XX), mas também apresenta gêneros opinativos, ou seja, que fazem emergir a opinião da instância enunciativa, especialmente através dos artigos de opinião.
- c) *Fêmea*, ligada diretamente ao CFEMEA, produz enunciados descritivos (principalmente quando cita – e explica – os projetos de lei em trâmite no Congresso). De forma mais sutil, o *modo de organização argumentativo* também surge no discurso para evidenciar o posicionamento do grupo. Assim, as

leis são apresentadas e a seu lado, a opinião do CFEMEA e do próprio jornal; por conseguinte, uma espécie de argumentação lógica ali se constrói. Sob esse viés, convencer as mulheres (leitoras) sobre a necessidade de modificar a legislação brasileira é tarefa assumida pelo periódico, e manifestada em forma de argumentos.

7.3.4 Sobre os efeitos de gênero

Consideramos necessário abordar o amálgama existente entre os gêneros empregados nos jornais analisados. Ao tratar das visadas empreendidas por cada instância produtiva, pudemos verificar a existência de certa imbricação no que diz respeito à função de informar e emocionar/tocar/afetar o público. Nesse sentido, a partir da leitura e análise dos jornais, a discussão sobre os *efeitos de gênero* torna-se pertinente.

Os estudos de Mendes (2005/2008) sobre facticidade e ficcionalidade ajudam-nos a compreender com mais precisão como se dá, no discurso, a relação entre esses elementos. Para a pesquisadora, o reconhecimento dos gêneros é competência de quem viveu, experimentou e conheceu os gêneros do discurso, de alguma maneira:

Assim, através da competência discursiva que adquirimos e renovamos ao longo de nossa existência, aprendemos a reconhecer, através do vivido discursivo, do experienciado, os efeitos de ficção, de real e de gênero (MENDES, 2008, p.214).

Com base nas discussões empreendidas na *parte I* desta tese, consideramos a *notícia* como gênero discursivo base da formação do jornalismo. A partir do contrato discursivo, verificamos que sua função principal é a de informar os leitores sobre algo de que eles têm necessidade de saber, ou seja, algo sobre o que eles precisam ser informados. De forma mais específica, a notícia possui características pontuais que a caracterizam como tal, das quais podemos destacar a objetividade, o caráter informativo, o uso de frases curtas e indicativas de ações, títulos chamativos, o uso frequente da fala de terceiros (através de depoimentos das fontes jornalísticas), a menção a ocorrências do cotidiano transformadas em notícias ou acontecimentos, além dos elementos que imprimem a racionalidade ao discurso, como números, dados concretos e comprováveis.

De modo geral, os jornais feministas fazem uma mescla entre os gêneros informativo e opinativo. Ousamos dizer que há um *efeito de gênero*, ou *efeito de notícia* construído nos periódicos. Compreendemos, conforme Mendes (2008, p.215) que os efeitos de gênero são percebidos a partir do uso de elementos de um gênero em outro. De forma mais específica,

[...] um “efeito” é definido em função dos fatos do mundo, é uma reunião de vários critérios, é sempre relativo à situação de comunicação. O diagnóstico depende da competência de cada um, de seu conhecimento de mundo e de suas crenças (MENDES, 2008, p.215).

No caso dos jornais analisados, o reconhecimento do *efeito de gênero* se dá com base na construção discursiva estabelecida pelas instâncias de produção da notícia. Portanto, ao mesmo tempo em que encontramos na notícia elementos próprios do discurso informativo, verificamos também características que definem os gêneros opinativos.

Observemos, pois, a configuração discursiva em *O Sexo Feminino*. Apesar de tratar-se de um jornal oitocentista, produzido em um momento que a Literatura e o Jornalismo ainda estavam bastante mesclados, percebemos parcialidade até mesmo na seção *Noticiário*, que carrega consigo a função de apresentar notícias aos leitores. Na edição número dois do jornal, Senhorinha Diniz publica nesta seção a notícia intitulada: ESCOLA PARTICULAR DE INSTRUÇÃO PRIMÁRIA, REGIDA PELOS PROFESSORES CHAVES E ALVARENGA (assim gravada em letras capitais). O texto apresenta o fato do aumento do número de alunos na escola. Acrescido a ele, estão elementos próprios do gênero opinativo: “[...] *Oxalá* as *dignas* e *virtuosas* mãis de família proteção este estabelecimento nascente” (*O Sexo Feminino*, 1873, n.2, p.4, grifos nossos). A partir do uso de adjetivos e da manifestação da subjetividade por meio do termo *oxalá*, verificamos a mescla entre o fato noticiado e a opinião de quem o notícia. Sendo assim, apesar de o texto estar publicado na seção intitulada *Noticiário* e apresentar um fato concreto (o aumento do número de alunos), nota-se certa mistura de gêneros, mas que não destitui o contrato primeiro estabelecido entre leitor e produtor da notícia.

Consideramos, pois, que pelo uso desses elementos, há um *efeito de gênero* sendo construído na publicação. A estrutura de notícia é mantida, porém seu conteúdo é,

em certa medida, alterado. O vocabulário adjetivado utilizado em *O Sexo Feminino* adequa-se às produções jornalísticas oitocentistas, reconhecidas pelas palavras rebuscadas e elogiosas. Para além desse uso, há o conteúdo semântico do enunciado: a instância de produção manifesta seu desejo particular em relação ao andamento da escola. Verificamos que tal manifestação é coerente ao propósito geral da produção de Senhorinha Diniz, qual seja promover a emancipação racional da mulher e investir diretamente na educação e formação das mulheres. Desse modo, podemos concluir que a produção oitocentista cria tal efeito com o intuito de corroborar seu objetivo principal para promover a emancipação feminina.

De forma semelhante, observamos essa característica na produção do século XX. *Mulherio* mescla artigos de opinião, notas e notícias, dispostos em seções distintas do periódico. O detalhe interessante a se observar é o diálogo estabelecido entre produtores e receptores da notícia. Pouco comum no jornalismo tradicional, a interlocução entre as editoras e as leitoras ocorre de forma direta. Parece-nos, pois, que o conselho editorial de *Mulherio* investe neste diálogo com o intuito de promover esse espaço de discussão e encená-lo nas próprias páginas do periódico.

Observemos a edição número dois, que noticia a criação de cooperativas de créditos para as mulheres. Os elementos característicos da notícia estão distribuídos na estrutura e no conteúdo. Ao final, as jornalistas interagem: “Uma pergunta para as mulheres brasileiras: seria interessante desenvolver algo semelhante aqui?” (*Mulherio*, 1981, p.3). O diálogo com as leitoras incentiva a produção de uma resposta, incita as leitoras a pensarem sobre o tema proposto. A intenção das jornalistas é exatamente a de produzir tal reação nas mulheres, acreditamos. Parece-nos que o fato em si, não é o mais importante e sim o questionamento proposto ao final, o desejo de motivar e incitar as mulheres a reagirem, posicionarem-se. Sendo assim, o *efeito de notícia* é construído com o uso de dados e informações comprováveis: “Entre 1974 e 1975 oito mil mulheres haviam recebido cerca de 400 mil dólares em créditos e somente 13% estavam atrasadas com seus pagamentos” (*idem*).

Outro recurso utilizado por *Mulherio* e que empreende a criação do efeito de notícia em textos subjetivos é o uso de informações factuais e históricas que intentam apresentar a noção de verdade aos leitores. Na edição dois, discute-se sobre amamentação. O foco é tratar os direitos da mulher lactante. Para a discussão, Inês Castilho recupera o factual/histórico com uma pitada de crítica: “A lei que obriga todas

as empresas (com mais de 30 trabalhadores com idade acima de 15 anos a manterem creches (para bebês de 0 a 6 meses) e dá à mulher duas meias horas diárias para amamentar seu filho nem sequer é lembrada).”. O uso de enunciados assertivos e motivadores desvinculam-se do conteúdo próprio da notícia, a saber: “Talvez seja hora de influir (...) vigiar a implantação do código de leite em pó (...) (*Mulherio*, n.3, p.9)”. Na sequência, o uso da primeira pessoa do plural também revela o posicionamento das editoras: “Vamos ficar de olho pra ver se cola com nossa realidade de mulher”, aparentemente disposto em forma de notícia.

Na década de 1990, o jornal *Fêmea* apresenta configuração semelhante. A opinião das jornalistas membros do conselho editorial aparecem “camufladas” em forma de notícia. Na primeira edição, *Fêmea* apresenta notícia intitulada “Congresso investiga esterilização”. Em meio aos moldes da notícia, com o uso de dados estatísticos e o depoimento de fontes, está a opinião das produtoras da notícia: “[...] é importante a participação das mulheres nestas CPI’s, para que as investigações alcancem os objetivos desejados”. A motivação às mulheres aparece mesclada à estrutura da notícia. O desejo das jornalistas de garantir sua credibilidade enquanto produtoras de conteúdo e veiculadoras da verdade é conferido através desse efeito de gênero.

7.4 Considerações finais do capítulo

A discussão em torno das competências discursivas de uma dada situação permitiu-nos observar com mais detalhes como se dá a construção do discurso nos jornais especializados, suas particularidades linguísticas e situacionais. Após apresentadas as competências que estão ao redor da situação comunicativa, interessa-nos discutir mais profundamente a respeito da identidade dos parceiros do discurso.

8 - Identidade e seus arranjos discursivos

8.1 Considerações iniciais

Depois de apresentarmos os elementos constitutivos da situação comunicativa empreendida por cada período e jornal, importa-nos discutir sobre o conceito de identidade e sua importância neste estudo. Tendo em vista os objetivos desta pesquisa, abordaremos as diferentes concepções de identidade e as relações estabelecidas com o *ethos*, no intuito de adentrar esse elemento identificador da competência situacional (conforme Charaudeau).

8.2 Identidade – diferentes concepções de um mesmo termo

Consideramos que as relações entre os indivíduos estabelecem, necessariamente, o questionamento sobre *quem sou eu, o que penso, como me vejo e como vejo o outro*. As percepções dos indivíduos, seus valores, conhecimentos, ideais e objetivos são colocados em cena à medida que as trocas linguageiras acontecem. Relacionar-se com o outro implica, pois, colocar-se em contato consigo mesmo e com a sociedade (manifesta na presença do outro, do diferente).

Etimologicamente, a palavra identidade origina-se do latim *identitas* e significa aquilo que é idêntico. O termo pode ser entendido também como as características de um indivíduo, qualidade de uma coisa, que é o mesmo que outra. A origem etimológica da palavra dá-nos abertura para refletir sobre o aspecto discursivo da identidade, uma vez que podemos pensar na *mise en scène* como o espaço em que aquilo que é idêntico é convocado para a cena, ou seja, a oportunidade para que as identidades sejam encenadas. Antes de discutirmos o viés discursivo do termo, faremos um apanhado sobre a compreensão de identidade nas áreas que mais se dedicaram a estudar esse termo, a saber: Antropologia, Psicologia e Filosofia (para citar algumas).

Temos como ponto de partida a concepção da identidade como elemento constitutivo do ser humano. A preocupação em identificar o indivíduo remonta o próprio desenvolvimento da Antropologia enquanto ciência. Durkeim (1891) é um dos filósofos que se preocupou com o tema e propôs uma abordagem de compreensão da

interação entre os seres em comunidade, ao propor a existência de representações individuais e coletivas. Segundo ele, há um *ser individual*, caracterizado por sua subjetividade, pensamentos e sentimentos; e outro ser, que é *social*, marcado pela *consciência coletiva*⁵⁵ e pelas implicações do seu vínculo à determinado grupo social. Nessa concepção, as representações individuais dizem respeito ao próprio indivíduo, e podem ser explicadas pela Psicologia e pela Biologia; já as representações coletivas têm a capacidade de apontar a maneira como os homens pensam o universo, levando em consideração os laços sociais e as interações que estabelecem⁵⁶.

Outros sociólogos também se dedicaram ao estudo da identidade. Destacamos, entre eles, Goffman que considera a interação como um processo fundamental de identificação e de diferenciação dos indivíduos e grupos. Ao tratar da noção de estigma e identidade, ele diferencia *identidade social real* da *identidade social virtual*. A *virtual* corresponde àquela imaginada pelo sujeito que interage no momento da troca comunicativa; já a *real* diz respeito aos atributos que o indivíduo prova realmente possuir. O sociólogo conclui que: “[...] as normas relativas à identidade social [...] referem-se aos tipos de repertórios de papéis ou perfis que consideramos que qualquer indivíduo pode sustentar [...]”. (GOFFMAN, 2004 [1891], p.57). Goffman aprofunda essa noção ao estabelecer o conceito de identidade pessoal. Segundo ele, para construir a identificação pessoal de um indivíduo utilizamos elementos de sua identidade social. Ela está, portanto, relacionada com a pressuposição de que o indivíduo pode ser diferenciado dos demais. Assim,

[...] o fato de ser capaz de identificar pessoalmente um indivíduo nos dá um recurso de memória para organizar e consolidar a informação referente à sua identidade social - um processo que pode alterar sutilmente o significado das características sociais que lhe imputamos. (GOFFMAN, 2004, [1891], p.58)

Ainda na perspectiva da Sociologia, sobre o tema da identidade citamos também Bauman, sociólogo polonês que levanta o conceito de *modernidade líquida*. Segundo ele, a sociedade mantém relações fluidas no mundo moderno porque está sempre se transformando e deslocando conceitos e percepções de mundo. As forças da

⁵⁵ Termo utilizado por Durkeim para definir o conjunto de crenças e sentimentos comuns à média dos indivíduos.

⁵⁶ A noção de representação será por nós aprimorada no capítulo seguinte.

globalização, especialmente, contribuem para transformar nossa identidade, torná-la negociável e revogável, condicionada ainda à noção de *pertencimento* de cada indivíduo, ou seja, à filiação que cada um assume na sociedade.

O sociólogo afirma que “[...] as identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas ao nosso redor, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas”. (BAUMAN, 1925, 2004, p. 19). Desse modo, compreende-se que o próprio indivíduo forma, em certa medida, sua identidade; mas em outros momentos, ele é formado pela sociedade, ou seja, tem sua formação identitária construída pelo olhar dos outros. A liquidez das relações formadas entre os seres sociais estabelece contradições. Para Bauman (2008, p.192):

[...] a ‘era da identidade’ está cheia de som e fúria. A busca pela identidade divide e separa; porém a precariedade da solitária construção da identidade faz com que os construtores de identidade busquem um bode expiatório para pendurar nele seus medos e ansiedades vividos individualmente e executar os ritos de exorcismos na companhia de outros indivíduos, similarmente temerosos e ansiosos (BAUMAN, 2008, p.192).

Essas contradições foram também pesquisadas por Hall. A formação do indivíduo e as diferentes concepções de identidade ao longo dos séculos é pontuada pelo pesquisador. Em seus estudos sobre identidade e pós modernidade, o sociólogo supracitado (2006) distingue três tipos de identidade: a referente ao sujeito do Iluminismo, ao sujeito sociológico e ao sujeito pós-moderno. Sabemos que o Iluminismo trouxe à concepção de homem a racionalidade e a centralidade do ser, portanto, emerge desse período o entendimento de que a identidade humana é marcada pela unificação, pela centralidade e pelo individualismo. A noção advinda da Sociologia, na primeira metade do século XX, empreende a compreensão da identidade como interação entre o eu e a sociedade. Já em fins do século XX, com as modificações socioculturais da sociedade e, especialmente, com os efeitos da globalização, a concepção identitária do ser humano também sofre alterações. Segundo Hall (2006),

[...] o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas (HALL, 2006, p.12).

Portanto, a sociedade fragmentada e descontínua produz indivíduos também fragmentados, com identidades não homogêneas, não-lineares. Hall pontua que a cada nova demanda da sociedade, uma nova identidade é convocada e, assim, esse indivíduo fragmentado coloca em cena, conforme as demandas sociais, suas diferentes formas identitárias.

Para Hall (2006), a descentralização do sujeito está diretamente relacionada a cinco grandes avanços na teoria social, quais sejam: o pensamento marxista; a descoberta do inconsciente (por Freud); as concepções de Saussure sobre a língua como sistema social (e não individual); a genealogia do sujeito moderno de Foucault e, por fim, o feminismo enquanto movimento e crítica teórica. Todos esses aspectos contribuíram sobremaneira para a mudança de perspectiva do sujeito individual e centrado para o sujeito deslocado. Segundo o teórico,

[...] a modelagem e a remodelagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas (HALL, 2006, p.71).

A preocupação principal em compreender as identidades nacionais e sua composição a partir do sujeito pós-moderno levam Hall a pontuar que “[...] as identidades nacionais não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2006, p.48).

Essa maneira de compreender a identidade se aproxima da perspectiva discursiva, o que nos leva a compreender a identidade a partir das vinculações estabelecidas pelo sujeito falante. A linguista Kerbrat-Orecchioni (2008, p.236) afirma o seguinte:

[...] A identidade de um dado sujeito A é o conjunto de todos os atributos, estáveis ou passageiros, que o caracterizam (estado civil, características físicas e psicológicas, gostos e crenças, status e papel na interação, etc.). Os componentes infinitamente diversos dessa constelação que definem a identidade de A não são evidentemente todos da mesma importância: em um momento T, certos componentes são dominantes, seja pela natureza do contexto, mais ou menos amplo [...] seja porque eles são ativados no discurso. (KERBRAT-ORECCHIONI, 2008, p.236).

Ao tratar sobre a configuração das autobiografias, Procópio-Xavier (2012) reflete sobre as transformações do conceito de identidades. Segundo a pesquisadora:

A identidade é então construída por meio de jogos existenciais e narrativos da revelação de si. As memórias do passado, o desejo de apresentar-se de determinada maneira e as escolhas e supressões empreendidas são ressonantes da identidade que se deseja construir. (PROCÓPIO-XAVIER, 2012, p.62)

Esses jogos existenciais sobre os quais nos fala Procópio-Xavier são vistos essencialmente sob o olhar da Psicologia Social. Nele, a identidade é compreendida como a mescla de elementos basicamente característicos do indivíduo com o vínculo social que ele estabeleceu. A preocupação com o individual e com o coletivo é o que determina, em certa medida, os rumos dos estudos sobre identidade na Psicologia Social.

Recordamos, ainda Costalat-Founeau ao afirmar que “[...] a natureza complexa da identidade social requer geralmente o emprego de metáforas que permitem descrever a dinâmica ou as palavras tais como construções e mecanismos identitários” (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.14)⁵⁷. A identidade social é percebida, pois, como construção social. Os valores e as visões de mundo de certos grupos são associados aos indivíduos de forma que eles construam sua maneira de falar, pensar e agir, tendo como base a perspectiva fundadora daquele vínculo social.

A formação do indivíduo estaria, portanto, na negociação entre o individual e o social. Costalat-Founeau defende que “[...] a identidade é então o elemento-chave que vai permitir articular essa realidade subjetiva e objetiva em uma dialética onde o sujeito vai encontrar sua unicidade” (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.17)⁵⁸.

De forma bastante similar, mas sob o viés da Semiologia (corrente teórica a qual nós nos filiamos), Charaudeau associa a identidade a aspectos internos e externos ao discurso:

⁵⁷ Tradução nossa de: “[...] la nature complexe de l’identité sociale requiert souvent l’emploi de métaphores permettant de décrire la dynamique ou des mots tels que constructions et mécanismes identitaires” (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.14).

⁵⁸ Tradução nossa de: “L’identité est alors l’élément-clé qui va permettre d’articuler cette réalité subjective et objective dans une dialectique où le sujet va trouver son unicité” (COSTALAT-FOURNEAU, 1997, p.17).

[...] a identidade resulta, ao mesmo tempo, das condições de produção que exercem coerções sobre o sujeito, condições que estão inscritas na situação de comunicação e/ou no pré-construído discursivo, e das estratégias que ele põe em funcionamento de maneira mais ou menos consciente (CHARAUDEAU, 2006, p.267).

Nessa concepção, a identidade está relacionada a atributos exteriores e pode ser ativada no discurso, recuperada em função das demandas e intenções do projeto discursivo dos enunciadores.

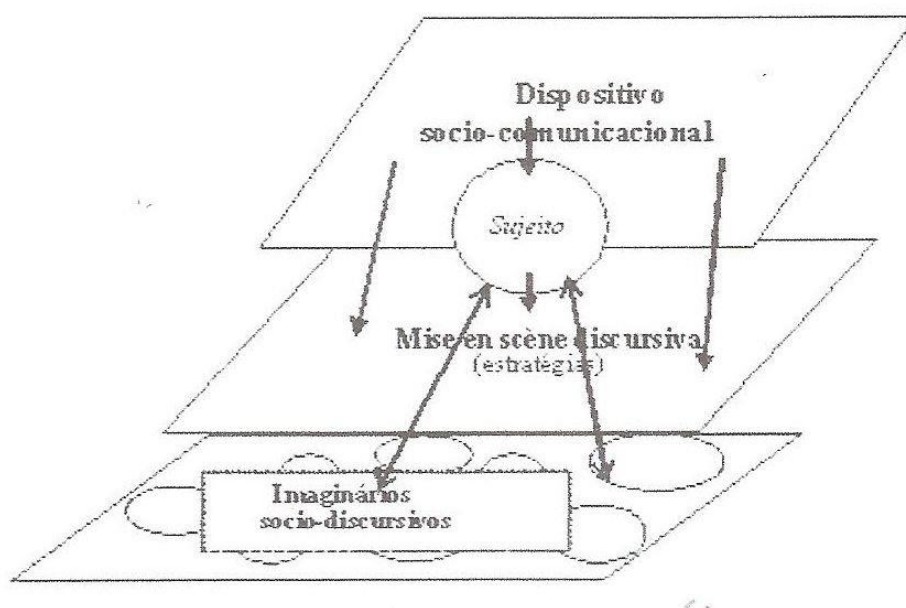
Para Charaudeau, existem dois tipos de identidade: a *social* e a *discursiva*. Segundo o teórico,

[...] a identidade social (a rigor, psicossocial, pois está impregnada de traços psicológicos) é, pois, algo “atribuído-reconhecido”, um “pré-construído”: em nome de um saber reconhecido institucionalmente, de um saber-fazer reconhecido pela performance do indivíduo (experto) de uma posição de poder reconhecida pela filiação (ser bem nascido) ou por atribuição (ser eleito/ser condecorado), de uma posição de testemunha por ter vivido o acontecimento ou ter se engajado (o militante/o combatente). A identidade social é em parte determinada pela situação de comunicação (...) (CHARAUDEAU, 2009, s/p).

Vemos aqui ser constituída a identificação do sujeito a partir daquilo que ele é ou assume na sociedade. Sua posição social, profissão, filiação, viés partidário, enfim, tudo o que o caracteriza enquanto ser social funciona como atribuição compósita de sua *identidade social*. Vemos também como a teoria Semiolinguística é constituída ou se baseia tanto em ideias vindas da sociologia como da psicologia social.

Para melhor compreender tal perspectiva, Charaudeau propõe um esquema de funcionamento da comunicação languageira que envolve as representações sociais (que trataremos mais adiante), a cena discursiva e as identidades dos sujeitos.

FIGURA 20 – Representação piramidal do funcionamento da comunicação linguageira.



Fonte: CHARAUDEAU, 2009.

A partir desse esquema, Charaudeau explica que a base, formada pelos imaginários sócio discursivos, compreende as representações sociais construídas pelo dizer e que circulam nos grupos sociais. O paralelogramo superior, acima dos demais, (dispositivo sócio comunicativo) é o espaço onde se estabilizam as trocas sociais e os contratos comunicativos, aí estão, portanto, as restrições, os limites e as visadas discursivas. No interior dessas duas figuras, está a *mise en scène*, onde o sujeito se encontra e organiza suas estratégias discursivas. A partir dos imaginários sócio discursivos e das restrições empreendidas pela situação comunicativa, o sujeito constrói uma identidade para si e coloca-a em funcionamento à medida que as trocas discursivas se estabelecem.

Para o linguista, o amálgama existente entre a identidade social e a discursiva é exatamente o que constitui a identidade do ser social. Assim,

[...] sem identidade social não há percepção possível do sentido e do poder da identidade discursiva; sem identidade discursiva diferente da identidade social e reveladora do sujeito, não há possibilidade de estratégias discursivas, e sem estratégias discursivas, não há

possibilidade para o sujeito de se individuar, o que corresponderia a um sujeito sem desejo (CHARAUDEAU, 2009).

Desse modo, o sujeito se forma enquanto ser social e discursivo a partir dos condicionamentos por ele encontrados em cada situação comunicativa vivida. As exigências da situação vão permitir que ele forme (ou recupere) esta ou aquela identidade sobre si mesmo. Assim, a “identidade passa a ser formada e transformada continuamente levando em consideração as formas pelas quais somos interpelados nos sistemas culturais” (PROCOPIO-XAVIER, 2012, p.62).

Consideramos, pois, que a identidade se dá no emaranhado discursivo que se forma no momento da enunciação. Dito de outro modo, mesmo com as formações identitárias anteriores à enunciação, é no momento em que as estratégias discursivas são colocadas em jogo que a identidade é formada, estruturada em um discurso. Retomamos Kerbrat-Orecchioni, com cujas palavras comungamos:

Realmente, mesmo sendo claro que os sujeitos iniciam a interação já munidos de um *ethos* prévio e de uma identidade pré-discursiva e que isso tem um papel importante tanto do ponto de vista da produção do discurso quanto de sua interpretação, admitiremos que é essencialmente graças à produção e ao deciframento de certos marcadores e índices que se faz a gestão coletiva das identidades na interação (KERBRAT-ORECCHIONI, 2008, p.237).

Notamos que os elementos tratados anteriormente sobre identidade muito se aproximam da noção de *ethos*. Faz-se necessário discutir, acreditamos, o conceito de *ethos discursivo*, postulado por Maingueneau, inserindo-o na área da linguagem e comunicação. Este teórico nos auxilia a compreender a formação do eu no discurso através do conceito de *ethos* (prévio e discursivo). Discutiremos, em seguida, tais aspectos e as similaridades com a noção de identidade.

8.3 *Ethos* e identidade – aproximações e distanciamentos

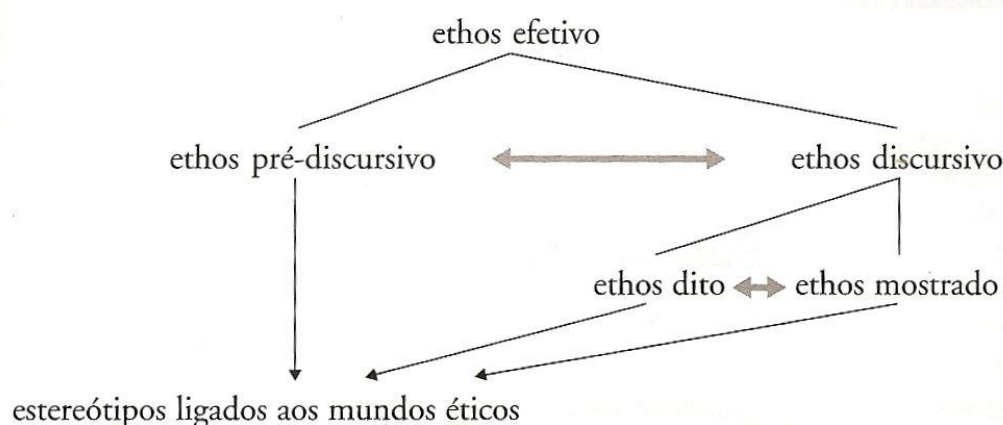
A origem do termo *ethos* remonta à Filosofia Clássica. O conceito é pesquisado e discutido desde a retórica antiga, com Aristóteles. Ele estabelece três provas usadas pelo orador para convencer seu auditório: o *ethos* (caráter do orador), o *pathos* (aquilo

que o orador provoca no auditório) e o *logos* (referente ao conteúdo enunciado). Aristóteles considera o *ethos* a prova mais importante, pois tem a capacidade de envolver as demais, sendo um elemento criado no e pelo discurso. Segundo o filósofo, trata-se das virtudes morais que dão ao orador credibilidade, tais como a benevolência, a prudência, ou seja, a boa imagem do orador.

Os estudos sobre *ethos* passaram a interessar mais diretamente à Linguística e a Análise do Discurso a partir de 1980, com as pesquisas desenvolvidas por Ducrot e Maingueneau. A partir de então, novos *corpora* foram estudados com o intuito de ampliar a pesquisa neste campo. Há de se reconhecer a noção híbrida do *ethos* e os problemas ligados a ela, que também são enumerados e discutidos por Maingueneau, a saber, a complexidade desse efeito de discurso, a imbricação de diversos fenômenos como ritmo e linguagem e a não garantia de que o *ethos* visado seja o *ethos* produzido.

O esquema a seguir, proposto por Maingueneau, ajuda-nos a visualizar e compreender melhor o conceito de *ethos*. Segundo o teórico, o *ethos efetivo* é composto por aquilo que já sabemos antecipadamente do indivíduo (ou grupo), ou seja, seu *ethos pré-discursivo* (*prévio*), acrescido daquilo que ele apresenta no discurso, no momento da enunciação (*ethos discursivo*).

FIGURA 21 – Noção de *ethos efetivo* para Maingueneau.



Fonte: MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. In: *Ethos discursivo*. 2008, p.19.

É necessário pontuar, ainda, que o *ethos discursivo* divide-se em *ethos dito* e *ethos mostrado*. O primeiro, diz respeito a tudo aquilo que o sujeito diz (verbalmente) sobre si; já o segundo corresponde àquilo que ele mostra ser, às pistas discursivas que ele dá sobre o seu *eu*, sem o dizer no texto.

Antes de se formar no discurso, o *ethos* já começa a ser delineado; trata-se do *pré-discursivo*. Podemos (ousadamente) fazer uma aproximação conceitual com os termos *identidade social* e *ethos prévio*. Trata-se, nos dois casos, de atribuições constituídas *a priori* para o sujeito do discurso. Antes mesmo que ele enuncie algo, há determinada imagem construída a seu respeito, que se relaciona diretamente com aquilo que ele mostra ser, ou com aquilo que a ele é atribuído a partir de sua posição social, sua profissão ou sua importância na sociedade.

A respeito da comparação entre *ethos* e identidade, Machado faz suas ponderações. Para a pesquisadora, há momentos em que a identidade real do sujeito não se adequa àquilo que ele mostra no discurso. Segundo a autora,

[...] No âmbito do *ethos* versus *identidade*, o ideal é que haja uma boa conjugação entre ambos. Mas são muitos os casos em que certos *ethé* cuidadosamente mantidos se choquem um dia ou outro com aspectos da identidade real de certos indivíduos, por um acontecimento inesperado. Em tais casos, talvez os *ethé* fossem por força das circunstâncias, por demais forjados, burilados, arquitetados de modos por demais estratégicos sobre identidades completamente opostas a essa construção (MACHADO, 2011, p.64).

Sob esse ponto de vista, o ideal de conjugação entre *ethos* e a real identidade do indivíduo nem sempre é conseguido. Porém, se assumimos a distinção entre *identidade social* e *discursiva* (conforme Charaudeau, 2009), perceberemos que no momento em que o sujeito enuncia, ele cria uma identidade própria para o discurso, ou seja, ele se molda, de forma a compor um *jeito de ser* que se amálgama ao discurso produzido e enviado. Assim, é possível que discursivamente o indivíduo apresente uma identidade que não corresponda à sua identidade social, mas que é forjada na própria enunciação.

Voltemos para os jornais analisados nesta tese: neles podemos verificar que ali paira uma *identidade pré-discursiva*, formada a partir do simples conhecimento do grupo ao qual pertencem os editores. A inserção do jornal *O Sexo Feminino*, por exemplo, no contexto das (escassas) produções femininas dos anos oitocentos permite-nos certos apontamentos. O nome do jornal, direcionado às mulheres, já antecipa a

imagem de um grupo editorial que se mostra (ou quer se mostrar) autêntico, ousado, objetivo e pragmático. A análise do cabeçalho do jornal, marcado pelo uso de letras capitais para o nome (O SEXO FEMININO), a citação do filósofo Aimé Martin e a descrição categórica das redatoras fornece-nos indícios de um periódico diretivo.

FIGURA 22 – Cabeçalho do jornal *O Sexo Feminino*, 1873.



Fonte: *O Sexo Feminino*, 1873, número 5.

Desse modo, antes mesmo de ler qualquer publicação do jornal, apenas ao olhar sua materialidade e a vinculação social de sua redatora (professora, letrada no século XIX), assume-se determinada imagem de quem ela é e, por consequência, cria-se também a imagem do jornal enquanto instituição.

De forma mais pontual, os jornais *Mulherio* (década de 1980) e *Fêmea* (anos 1990) são assumidos como publicações feministas. Por esse motivo, os leitores já atribuem determinado julgamento de valor às publicações, antes mesmo de lê-las. Somente o fato de estar vinculado a um grupo de pesquisadoras feministas, ligadas à Fundação Carlos Chagas (FCC), já imprime na produção discursiva de *Mulherio* determinadas características que independem da forma como esse jornal se mostra discursivamente, ou seja, estão antes da enunciação. Do mesmo modo, o vínculo do jornal *Fêmea* ao Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA) já imprime no discurso determinados pontos de vista imaginados pelo leitor, a saber, a relação com o Congresso Nacional e com os grupos feministas espalhados pelo Brasil.

Além da identidade antecipada, o jornal constrói uma identidade sobre si, formada no momento da enunciação, e ainda *joga* com as identidades das mulheres brasileiras. Dito de outra maneira, podemos identificar formas distintas de o jornal

balizar as identidades das mulheres: criando sua própria identidade (como jornal feminista que também agrega mulheres) e organizando – discursivamente – as identidades femininas.

A gestão coletiva das identidades (conforme Kerbrat-Orecchioni) se dá, pois, no momento em que os jornais colocam em cena a forma como percebem as mulheres, ou seja, as identidades que emergem de seus discursos. Portanto, quando falamos da constituição do *ser mulher*, estamos falando da identidade feminina. Abordaremos, mais detalhadamente, no capítulo 10 este ponto ao tratarmos de um caminho para a construção de identidades por meio da imprensa jornalística.

8.4 Considerações finais do capítulo

Tentamos, neste capítulo, mostrar a influência de conceitos sociológicos e da psicologia social na Semiologia de Charaudeau, para podermos discutir a noção de identidade. Abordamos, ainda que de modo rápido, a questão do *ethos prévio*, comparando-o com a da identidade. Finalmente, tentamos aplicar em alguns exemplos de nosso *corpus* o que foi dito. Prosseguindo, no próximo capítulo, pretendemos subsidiar a discussão sobre representação. Apresentaremos os postulados que nos auxiliam na compreensão do âmbito discursivo, comunicacional e linguístico da representação, especialmente da mulher. O conceito de representação será discutido com o intuito de contribuir com a nossa reflexão a respeito das identidades.

9. Representação social

9.1 Considerações iniciais

Neste capítulo apresentamos os postulados principais a respeito da noção de representação, especialmente no que tange à Análise do Discurso. Faremos um caminho desde a concepção de representação social na Sociologia até chegarmos ao conceito abordado com mais propriedade nos estudos discursivos. O objetivo deste capítulo é fornecer subsídios para as discussões apresentadas no capítulo seguinte, a respeito da nossa proposta de compreensão do engendramento discursivo das identidades e representações (femininas) nos jornais especializados.

9.2 Origem e filiação do termo

A noção de representação social surge da Sociologia, com o conceito de *representação coletiva*, desenvolvido pelo sociólogo francês Durkeim, em 1891. O conceito tem proximidades com a noção de *fato social*, também desenvolvida por ele. Na data supracitada, ele publica o artigo “Representações Individuais e Representações Coletivas”, momento em que discute com mais vigor o tema. Também na publicação de “O Suicídio” (1897), o sociólogo dá indícios do que considera ser a representação. Para Durkeim, “[...] as representações têm antes de tudo por função exprimir uma realidade que elas não são; ao contrário, elas vêm dela” (DURKHEIM, 1897, livro 2, p. 81 *apud* OLIVEIRA, 2012, p.77). Sendo assim, o sociólogo desperta a percepção para o fato de que as representações vêm de um desejo de expressar uma realidade imaginada (não real), o que ele completa afirmando que “[...] as representações coletivas são de uma natureza diferente daquela do indivíduo” (DURKHEIM, 1897, livro 3, p. 22 *apud* OLIVEIRA, 2012, p.77). Por serem coletivas, elas não se reduzem ao indivíduo, pelo contrário, elas se formam através dos vínculos estabelecidos em sociedade e adquirem sua autonomia no contato com outros indivíduos e grupos sociais.

Da Sociologia apreendemos, pois (sumariamente), que as representações coletivas estão fora do indivíduo, ou seja, são exteriores à consciência individual. O conceito de representação se expande a partir dos preceitos sociológicos e se molda para

contribuir com as pesquisas relacionadas à Semiótica⁵⁹. Nessa área de estudos, tal conceito é caro especialmente por relacionar-se diretamente à noção de *signo*, tão importante para compreender a teoria. Peirce (1865) caracteriza a Semiótica como *teoria geral das representações*, e a partir de então se desenvolve a ideia de que representar é apresentar algo ausente, ou seja, colocar em evidência por meio de um signo algo que não está presente naquele momento, que não pode ser visto em sua forma real (por isso depende de algo que o *re-apresente*). Daí temos que as representações, por serem funções mentais, são capazes de trazer à mente qualquer objeto.

Enquanto teoria das representações sociais, o assunto foi desenvolvido com mais afinco por Moscovici, no início dos anos sessenta. Advindo da perspectiva durkeimiana, ele amplia o sentido da representação social, adaptando-o à psicologia social. Retomamos, aqui, o conceito do termo:

[...] as representações são entidades sociais com uma vida própria, comunicando-se entre elas, opondo-se mutuamente e mudando em harmonia com o curso de vida; esvaindo-se apenas para emergir novamente sob novas aparências (MOSCOVICI, 2015, p.38).

Segundo o pensamento desse psicólogo social, nunca estamos livres das representações, pelo contrário, a elas nos ligamos diretamente. Ele pontua que “[...] organizamos nossos pensamentos de acordo com um sistema que está condicionado, tanto por nossas representações, quanto por nossa cultura” (MOSCOVICI, 2015, p.35). Desse modo, enxergamos o mundo de acordo com os crivos das representações que comungamos, segundo o meio social onde vivemos.

Tomemos como exemplo o núcleo social específico analisado nesta pesquisa. A representação que a sociedade faz das *feministas*, em muitos casos, não é positiva, pelo contrário, liga-se à masculinização da mulher, perda de identidade feminina, retaliação à família, negação dos filhos, etc. Essa representação, entendida como uma construção e organização do pensamento social, acaba por condicionar, em certa medida, a forma como a sociedade percebe as ações advindas desse grupo. Quando retomamos os jornais analisados, estamos diante (também) das representações sociais construídas para e pelas

⁵⁹ Não aprofundaremos a noção de representação ligada à Semiótica por não fazer parte diretamente dos objetivos pretendidos para esta tese. Porém, julgamos necessário apresentar, ainda que brevemente, alguns apontamentos a respeito da noção de representação *sígnica*.

feministas (produtoras dos jornais). Cabe aqui, pois, ponderar sobre a interseção entre representação e identidade.

Essa interação social construída entre um grupo editorial jornalístico e o público de leitoras (e leitores) implica a mistura de distintas representações sociais. Se, em certa medida, os leitores mais tradicionalistas e/ou machistas têm certa percepção pejorativa sobre as feministas, os leitores adeptos à luta pela igualdade e representação da mulher assumem para si outra forma de ver e, portanto, de representar as editoras, mais ligada ao idealismo e aos benefícios da luta feminista para a sociedade. É certo que nesta pesquisa não tivemos condições de analisar o aspecto receptivo do discurso produzido pelos jornais escolhidos como *corpus*, mas de alguma forma ousamos trazer essa reflexão neste momento, uma vez que as próprias análises da instância de produção já foram capazes de prenunciar algumas pistas a esse respeito. O tom do discurso sempre de *ataque, revanche e provocação* em todos os três periódicos (mesmo que de formas distintas) já nos mostra que as relações estabelecidas para além do discurso *mediado* não eram tão saudáveis e harmoniosas, pelo contrário, fundavam-se na oposição, contradição e disputa entre homens e mulheres.

Retomamos, mais uma vez a teoria desenvolvida por Moscovici e concordamos quando ele afirma que as representações “[...] adquirem vida própria, circulam, se encontram, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto velhas representações morrem” (MOSCOVICI, 2015, p.41).

Assim, a própria perspectiva das representações sociais das feministas tende a ser modificada. Com as crescentes manifestações das mulheres nessas primeiras décadas dos anos 2000, em busca de liberdade (do corpo, principalmente), de igualdade no trabalho (especialmente por salários – antiga reivindicação) e pelo direito à individualidade (deixar de estar sob a tutela de algum homem – pai, marido ou patrão), pode ser um contrassenso ignorar tal atitude ou ainda desvalorizar tais reivindicações. Portanto, parece-nos que a representação pejorativa (correspondente a fins do século XX), começa a tomar outra perspectiva e, portanto, deverá surgir como uma nova representação do feminismo, mais positiva, mais interativa e, por conseguinte, mais *representativa* (se é que podemos utilizar tal pleonasmo).

Ainda com o intuito de avançar um pouco mais na teoria de Moscovici, retomamos a relação que há entre representação e memória social. Há um vínculo tênue entre esses dois aspectos. Segundo o estudioso,

[...] o poder e a clareza das representações – isto é, das representações sociais – deriva do sucesso com que elas controlam a realidade de hoje através da de ontem e da continuidade que isso pressupõe (MOSCOVICI, 2015, p.38).

Essa interatividade entre passado e presente e a capacidade de reorganizar as representações do universo social permitem que a própria sociedade modifique maneiras de pensar e de ver o mundo. Sabemos que o contexto sociopolítico, as modificações econômicas e os valores culturais interferem diretamente na forma como se constroem as representações. Portanto, a possibilidade de nascer outra representação social é fruto da própria interação entre os indivíduos e da maneira como eles se organizam diante das novas demandas sociais.

Moscovici apresenta ainda os dois fundamentos básicos de toda representação: a *ancoragem* e a *objetivação*. Segundo ele, ancorar é classificar e dar nome a alguma coisa, o que acaba se desmembrando em uma taxonomia.

[...] representação é fundamentalmente um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e de nomes. A neutralidade é proibida, pela lógica mesmo do sistema, onde cada objeto e ser devem possuir um valor positivo ou negativo e assumir um determinado lugar em uma clara escala hierárquica (MOSCOVICI, 2015, p.62).

As regras e convenções impostas à representação social aparecem aqui, na ancoragem social. O nosso esforço em moldar e delimitar a nossa compreensão sobre algo se dá em torno da maneira como representamos esse algo. Quando estabelecemos a classificação, estipulamos a maneira como devemos enxergar aquilo que é representado.

A representação pode ser entendida também como o conjunto de sistemas de referência que utilizamos para classificar as pessoas. Elas devem se enquadrar nesse formato rígido, construído a partir da perspectiva de determinado grupo social. Destarte, o olhar nominalístico e classificatório da sociedade impulsiona o surgimento de redes de classificação que chegam a ser coercitivas. Dito de outro modo, quando classificamos, comparamos o que é representado com algo e verificamos se está dentro da normalidade (social) ou se está distante dela. A necessidade de tirar as coisas do anonimato revela o objetivo principal da ancoragem, qual seja, “[...] facilitar a interpretação de características, a compreensão de intenções e motivos subjacentes às ações das pessoas, na realidade, formar opiniões” (MOSCOVICI, 2015, p. 70).

Aliada à *ancoragem*, está a *objetivação*, característica também importante ao definir a representação. Segundo o teórico, “[...] objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem” (MOSCOVICI, 2015, p. 71). Portanto, aquilo que não é familiar torna-se uma sólida representação, concretizada em uma forma, linguagem, imagem ou gesto.

Para concluir o pensamento basilar da teoria das representações, retomamos que os dois elementos se relacionam à memória.

[A ancoragem] mantém a memória em movimento e a memória é dirigida para dentro, está sempre colocando e tirando objetos, pessoas e acontecimentos, que ela classifica de acordo com o tipo e os rotula com um nome. [A objetivação], sendo mais ou menos direcionada para fora (para outros), tira daí conceitos e imagens para juntá-los e reproduzi-los no mundo exterior, para fazer as coisas conhecidas a partir do que já é conhecido (MOSCOVICI, 2015, p.78).

Sabemos, pois, que socialmente, as representações coletivas sintetizam o que os homens pensam sobre si mesmos e sobre a realidade que os cerca. É, portanto, inicialmente, uma forma de conhecimento socialmente produzida. Resultado de esforço coletivo, elas emancipam-se das representações individuais, pautam novas ações e demonstram a existência da sociedade.

Tangente à Psicologia Social, está a perspectiva discursiva das representações. Na Análise do Discurso, as representações são assumidas com três funções sociais: representação coletiva, exibição do ser e presentificação.

Para a filosofia, a representação apresenta, essencialmente, dois pontos de vista: um em que a realidade ontológica seria dissimulada pelas falsas aparências do mundo sensível, de outro, aquele pelo qual entre a realidade ontológica, sempre presente como proposição, e o sujeito se encontra na tela da construção de um real como significação do mundo. (CHARAUDEAU, 2006, p.432)

Costalat-Founeau (1997, p.14) retoma Zavalloni (1989) para sustentar sua discussão em torno das representações sociais. Assim, para eles, a atividade representacional se baseia no eu (projeto e desejo individuais), em protótipos (identificados como modelos) e na sociedade (como grupo e campo ideológico). Dentre esses três elementos, já abordamos anteriormente o conceito de identidade (pessoal e social); a perspectiva social das representações e agora cabe-nos discutir sobre os

protótipos, os modelos sociais que contribuem para definir as representações. Discutiremos, na seção seguinte a maneira como esses protótipos se configuram socialmente, sob a forma de estereótipos.

9.3 Estereótipos

O conceito de estereótipo é estudado pelo viés da Linguística, das Ciências Sociais e da Análise do Discurso. O que mais nos interessa é o sentido proposto pela Análise do Discurso, especialmente aquele vindo por meio dos estudos realizados por Amossy. O estereótipo aí é visto como uma representação social cristalizada, colocada em funcionamento à medida que as trocas languageiras acontecem. Ao definir o conceito em um verbete do *Dicionário de Análise do Discurso* (2006), Amossy afirma que

[...]o estereótipo constitui, com o *topoi* ou lugares-comuns, uma das formas adotadas pela doxa, ou conjunto de crenças e opiniões partilhadas que fundamentam a comunicação e autorizam a interação verbal (AMOSSY, 2006, p.215).

O ponto mais importante a se destacar na perspectiva da AD é que a estereotipia é condição *sine qua non* para a existência das interações. O sujeito recupera estereótipos e construções sociais e os traz para o diálogo, de modo a estabelecer a comunicação entre os interactantes através da convergência ou divergência entre as formas de perceber o mundo. Notemos que a pesquisadora reforça a existência de estereótipos no mundo languageiro. Assim:

[...] o estereótipo esquematiza e categoriza mas suas marcas são indispensáveis à cognição, mesmo se elas provocam uma simplificação e uma generalização às vezes excessiva. Nós temos necessidade de ligar (relacionar) o que nós vemos aos modelos preexistentes para poder compreender o mundo, fazer previsão e reger nossas condutas. (AMOSSY, 1997, p.28)⁶⁰

⁶⁰ Tradução nossa de: “Le stéréotype schématise et catégorise mais ces démarches sont indispensables à la cognition, même si elles entraînent une simplification et une généralisation parfois excessives. Nous avons besoin de rapporter ce que nous voyons à des modèles préexistants pour pouvoir comprendre le monde, faire des prévisions et régler nos conduites”. (AMOSSY, 1997, p.28)

Sendo assim, conforme já apontamos anteriormente, a nossa compreensão de mundo está condicionada aos modelos cristalizados que encontramos na sociedade (estereótipos). A nossa fidelidade ao grupo social ao qual nos vinculamos nos faz recorrer a suas representações concretizadas socialmente, na tentativa de verificar recorrências e/ou discordâncias que pautarão nossa atitude discursiva, nosso posicionamento.

Os estudos de Lysardo-Dias (2010) a respeito dos estereótipos da mineiridade apontam para a cristalização do modo de ver os mineiros. Para a pesquisadora, [...] o estereótipo é de natureza eminentemente descritiva, pois qualifica os seres e lhes atribui um modo de ser” (2010, p.182). Assim, as qualificações empreendidas pelas coerções e valores sociais contribuem para construir a forma na qual se encaixam os estereótipos.

Por fim, compreendemos o estereótipo como uma representação social cristalizada, solidificada socialmente e que dificilmente será alterada. Em comparação com a representação social, ele se mostra mais rígido, mais fixo socialmente. De modo geral, a representação social pode ser entendida como um universo de opinião, já o estereótipo como a cristalização de tal representação. É preciso acrescentar ainda um ponto importante relacionado ao estereótipo, que diz respeito à sua visão pejorativa. Recorremos, novamente, a Amossy para melhor compreender tal conceito.

Assim o estereótipo aparece como uma crença, uma opinião, uma representação concernente a um grupo e seus membros, então o preconceito designa a atitude adotada para com os membros do grupo em questão. (AMOSSY, 1997, p.34/35)⁶¹.

Esta transcrição ajuda-nos a compreender que a questão do preconceito ou do desmerecimento da figura estereotipada não é intrínseca à noção de estereótipo. Trata-se de uma construção feita posteriormente, pelos próprios grupos em questão.

Após esta breve explanação, interessa-nos, pois, o uso desses estereótipos socialmente. As pesquisas de Procópio-Xavier sobre a representação do homem do campo levaram a pesquisadora a pontuar suas implicações para os estudos discursivos.

O estudo de estereótipos numa abordagem discursiva deve considerar que efeitos de sentido são produzidos a partir do emprego de saberes

⁶¹ Tradução nossa de: “Ainsi le stéréotype apparaît comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres, alors que le préjugé désigne l’attitude adoptée envers les membres du groupe en question”.

coletivamente partilhados. Além de garantirem uma certa familiaridade ao interlocutor, o estereótipo possibilita encontrar o direcionamento do sentido visado pelo enunciador, principalmente por serem mais cristalizados do que as representações sociais. (PROCOPIO-XAVIER, 2008, p.25)

Caminharemos sob essa linha de pensamento à medida em que analisarmos contrastivamente as representações sociais assumidas pelos periódicos e a relação existente com os modelos já cristalizados socialmente. Dessa maneira, verificaremos (conforme o fez Procópio-Xavier) os direcionamentos dados a partir do sentido visado pelo enunciador e os efeitos de sentido produzidos a partir do uso dos estereótipos.

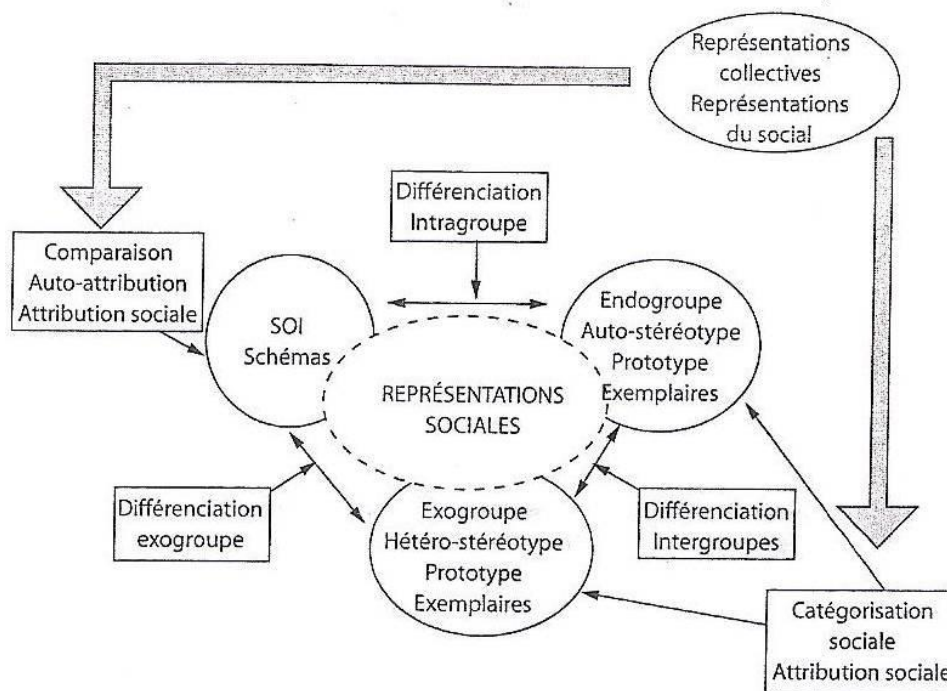
A seguir, nossa discussão será em torno da relação existente entre identidade e representação social. As proximidades e divergências entre os conceitos (ainda que tênues) serão por nós abordadas na sequência.

9.4 Vínculo entre identidade e representação – uma proposta de entendimento

Apresentamos, anteriormente, diferentes formas de compreender a representação social, seja pelo viés da Psicologia Social, seja pela Sociologia, seja ainda pelas implicações para a Análise do Discurso. Neste momento, com o intuito de ampliar nosso entendimento sobre essa área tão fluida, cumpre apresentar a concepção de Deschamps e Moliner a respeito dos dois conceitos importantes: *identidade* e *representação*. Sob o prisma da Psicologia Social, os estudiosos propõem um modelo que pretende organizar sistematicamente o entendimento e os limites entre a forma como a sociedade representa o mundo e a maneira como o indivíduo constrói sua identidade.

Abaixo, expomos o esquema no sentido de ampliar nossa compreensão a respeito de tão tênues conceitos.

FIGURA 23 – Vínculos entre identidades e representações.



Fonte: DESCHAMPS & MOLINER, 2008, p.138.

A compreensão dos estudiosos é que “as representações coletivas, assim como as representações do social, determinam, ou se o preferem, modulam, os processos que formam na prática a edificação e a dinâmica das representações identitárias”⁶² (DESCHAMPS & MOLINER, 2008, p.138). Partindo desse pressuposto, a identidade do indivíduo será formada a partir da comparação e adequação entre as representações sociais, sejam elas dentro do próprio grupo social (*endogrupos*), seja fora dele (*exogrupos*), seja ainda entre grupos distintos (*intergrupos*). Assim, os sentimentos de semelhança e diferença nascem da comparação entre as diferentes representações e atribuições sociais que são feitas. A partir delas, portanto, funda-se aquilo que os pesquisadores concebem como identidade.

Para os pesquisadores supracitados, as representações sociais têm sua intervenção no esquema identitário marcada por três modalidades distintas: a) como marcadores identitários, em sinergia com os processos de diferenciação; b) como reguladores identitários em sinergia com as diferenciações do eu em relação aos

⁶² Tradução nossa de: “[...]les représentations collectives, ainsi que les représentations du social, déterminent, ou si l’on préfère modulent, les processus qui sont à l’oeuvre dans l’édification et la dynamique des représentations identitaires”.

membros do endogrupo e do exogrupo e c) como resultantes do sistema identitário na sua globalidade (DESCHAMPS & MOLINER, 2008, p.139).

Dessa forma, os teóricos compreendem que tudo isso se dá por meio de processos, sob as formas de atribuição social, categorização, comparação e diferenciação. Afirmam ainda que:

[...] não é unicamente porque nós somos fiéis a nós mesmos que nós temos um sentimento de continuidade do eu. É também porque nós somos fiéis às crenças que nós partilhamos com os outros. E porque essas crenças têm um papel fundamental no sentimento de identidade. (DESCHAMPS & MOLINER, 2008, p.139)

Essa compreensão coloca em cena de forma esquemática estereótipos, representações sociais e identidades. As relações de interdependência entre os conceitos são evidenciadas de modo a construir a perspectiva que busca explicar o vínculo entre as formas pré-concebidas de representação social e a organização dos indivíduos em busca de sua construção identitária.

9.5 Considerações finais do capítulo

Voltamos à teoria neste capítulo que teve como objetivo discutir a representação e os estereótipos na visão de sociólogos e psicólogos sociais para unir suas ideias às de Charaudeau e também Amossy, enquanto analistas do discurso. Acreditamos que tais explicações se fizeram necessárias para podermos avançar com mais segurança no campo da compreensão de identidade e representação, ligando-o à perspectiva da imprensa feminista com o qual tratamos; é o que pretendemos fazer no capítulo seguinte.

10 - A caminho de um modelo identitário (de representação) da mulher nos jornais

10.1 Considerações iniciais

Neste capítulo, nos empenharemos em organizar de forma prática e contrastiva os elementos discursivos encontrados no *corpus* desta pesquisa e analisados nos capítulos anteriores. Discutiremos, de forma comparativa, os referentes identitários e as interseções temáticas entre os três jornais para, em seguida, propor um modelo de compreensão da identidade feminina na imprensa especializada (feminista). É interessante ressaltar que as concepções sobre identidade, representação (e seus vínculos), discutidos nos capítulos anteriores, contribuíram substancialmente para a compreensão apresentada a seguir.

10.2 Interseções temáticas

Nos capítulos anteriores discutimos os temas publicados em cada um dos jornais que compõem o *corpus* da pesquisa e as implicações de tais seleções temáticas para o universo jornalístico e para as trocas estabelecidas entre os parceiros da linguagem. Para cumprir o propósito desta investigação discursiva, é necessário colocar em cena os discursos construídos e, desse modo, permitir que semelhanças e divergências surjam a partir de uma análise contrastiva. É interessante pontuar, mais uma vez, que a constituição dos jornais se deu mediante a observação de elementos históricos, políticos e sociais que são importantes para a Análise do Discurso – sobretudo para a Semiologia – e para a compreensão das identidades veiculadas nos jornais impressos.

A fim de facilitar nosso entendimento, elaboramos um quadro comparativo dos temas encontrados nos jornais. Todos os assuntos listados individualmente em cada periódico no *capítulo 6* desta tese foram reorganizados de forma sistemática no quadro abaixo. Seleccionamos os temas que obtiveram três recorrências ou mais (dentro das cinco edições analisadas). Desta forma, fica mais fácil visualizar as interseções encontradas entre *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*.

Ainda que haja uma distância temporal entre os jornais, encontramos temas pertinentes desde o século XIX, que perduram até os anos 1980. Da mesma forma, é possível notar temas recentes, colocados em pauta apenas após determinadas mudanças sócio-políticas.

QUADRO 10 – Interseções temáticas nos jornais

TEMAS	<i>O SEXO FEMININO</i>	<i>MULHERIO</i>	<i>FÊMEA</i>
Aborto			
Cultura			
Educação			
Emancipação			
Eventos acadêmicos			
Imprensa			
Legislação			
Maternidade			
Mercado de trabalho			
Pesquisas			
Política			
Racismo			
Violência			

Fonte: Elaborado pela autora.

O quadro nos evidencia que o único tema recorrente em todas as edições é o da maternidade, ainda que tratada sob diferentes perspectivas.

Verificamos que os temas advindos da revolução feminista na década de 1970 aparecem com destaque em *Mulherio*, jornal publicado após tal acontecimento.

Portanto, o aborto, racismo e o mercado de trabalho surgem apenas nesse período, como efeito direto da pauta lançada pelas feministas.

A imprensa é lançada como tema nos anos oitocentos e também no século XX. A perspectiva de encontrar no periódico o instrumento de fala para as mulheres é exaltada nos dois periódicos, mas com mais intensidade em *O Sexo Feminino*. Atribuímos tal posicionamento à incipiência do jornalismo do século XIX, pois ele pode ser considerado como o único e verdadeiro meio para que o público se manifeste, para que as pessoas exponham seu pensamento. Em fins do século XIX, o papel da imprensa já está mais consolidado, por isso não será mais necessário discorrer sobre o assunto, ou seja, tematizar novamente o papel do jornalismo.

A maior peculiaridade observada está no jornal *Mulherio*, que tematiza questões acadêmicas. Esse tema mostra a importância dada à chegada da mulher às universidades, ao seu papel como pesquisadora e como propagadora de assuntos importantes para a emancipação feminina. Aliado a isso, questões relacionadas à cultura também são recorrentes no periódico, evidência também da importância da participação feminina na discussão de temas que visam a transformar a mulher em protagonista ativa tirando-a de sua letargia de leitora passiva.

Referimo-nos ao tema *política* com certa cautela. Sabemos que, de modo geral, os três periódicos posicionam-se politicamente (direta ou indiretamente). A própria inserção deles no meio social já mostra sua filiação política. Essas questões, porém, são bastante subjetivas e pouco expostas discursivamente. Por isso, optamos por considerar como *políticos* apenas os assuntos referentes à política governamental, ou seja, aqueles que expõem diretamente o governo e suas leis. Seguindo tal ponto de vista, notamos que apenas o jornal *Fêmea* abordou claramente tal assunto, ao discutir a tramitação de leis no Congresso Nacional e sua implicação para as mulheres.

O tema *emancipação* foi tratado também de modo particular. Apenas no jornal *O Sexo Feminino* ele aparece descrito literalmente. Os demais jornais tratam da emancipação de forma indireta, apenas o oitocentista mostra-se preocupado em abordar o assunto e nomeá-lo, ou seja, em definir especificamente a luta da mulher oitocentista. Isso pode nos evidenciar a preocupação de Senhorinha Diniz em batalhar pela necessidade de momento das mulheres. Sabemos que a emancipação feminina completa talvez ainda não tenha sido alcançada em pleno século XXI, mas reconhecemos que sob a perspectiva da tutela e da dependência, a mulher do século XIX era menos

emancipada que atualmente. Desse modo, pode ser justificado o interesse em nomear e especificar tal tema apenas nos anos oitocentos.

A *violência* é também outro tema que surge apenas a partir dos anos 1990, em *Fêmea*. O jornal trata da violência corporal, mais especificamente, mas aborda também outros tipos de violência, como a falta de direitos, a falta de recursos para o trabalho, as desigualdades, todas essas violências veladas.

As interseções temáticas dos jornais são capazes de nos colocar diante das proximidades e distanciamentos dos periódicos analisados. A marca temporal já sinaliza temas propícios em cada edição, conforme discutimos anteriormente. Os elementos sócio históricos tornam-se, pois, fundamentais para a compreensão da situação comunicativa na qual se inserem os periódicos e, conseqüentemente, os sujeitos envolvidos discursivamente.

A seguir, apresentamos a seleção dos referentes utilizados para nomear as mulheres em períodos distintos (nos jornais).

10.3 Referentes identitários de um discurso jornalístico

Discutimos detalhadamente, no capítulo 6, os referentes utilizados pelos jornais para nomear a mulher. Sob nosso ponto de vista, essa categoria perpassa a maneira como as mulheres são vistas, compreendidas e, especialmente, como são representadas nos jornais. O amálgama que se forma envolve os estereótipos sociais, o *ethos* e, mais ainda, a maneira como o jornal centraliza sua representação sobre a mulher.

Para contribuir no trabalho de comparação dos periódicos, é necessário considerar que juntamente com os elementos visualmente apresentados nos discursos, há elementos que compõem o contexto sócio histórico e político, a linha editorial adotada por cada veículo de comunicação, a percepção de mundo e os valores compartilhados (já discutidos anteriormente). Todos esses elementos compõem a capacidade seletiva dos jornais e, de uma maneira ou de outra, interferem nas escolhas editoriais feitas por eles (especialmente nos nomes escolhidos como referentes).

Neste momento, cumpre apresentar a contrastividade de tais usos nos jornais analisados. Elaboramos um quadro comparativo que mostra os referentes mais utilizados por cada um dos jornais, ou seja, em nossa metodologia, aqueles que

surgiram em três ou mais edições por nós analisadas. Desse modo, temos o quadro a seguir.

QUADRO 11 – Contrastividade de referentes nos jornais.

Referentes	<i>O SEXO FEMININO</i>	<i>MULHERIO</i>	<i>FÊMEA</i>
Cidadã			
Companheiras			
Esposa			
Feministas			
*Grupos de mulheres (coletivos)			
Mãe (de família)			
Menina			
Moça			
Mulher			
Mulherio			
*Profissões			
Sexo frágil			
Trabalhadora			
Vítima			

Fonte: Elaborado pela autora

A partir do quadro, apresentamos alguns apontamentos importantes para a compreensão da representação feminina. Notamos que a compreensão da *mulher cidadã* surge apenas nos anos 1990, com o jornal *Fêmea*. Fruto do incentivo à participação da mulher na política e da visão da lei como instrumento de garantia dos direitos femininos, emerge do discurso a *mulher cidadã*, integrante de um Estado e, em decorrência disso, capaz de usufruir de direitos que garantam sua integridade. Tal referente não aparece anteriormente, fato justificado exatamente pela mudança de

perspectiva da luta feminina. Podemos, ousadamente, traçar o seguinte percurso: em um primeiro momento, a mulher lutava por sua emancipação, pelo direito de fala, por sua visibilidade no meio social; um segundo momento ela aparece como aquela que *luta* por seus direitos (igualdade salarial, creche para os filhos, reconhecimento no mercado de trabalho, etc); já em última instância, a mulher surge como aquela que avalia os direitos até o momento alcançados e pretende ampliá-los, adaptá-los, registrá-los (seguramente) a partir da legislação brasileira.

Linha semelhante de pensamento justifica o uso do termo *feministas* apenas em *Mulherio*. A década de 1980 (pós revolução feminista) apresenta quadro favorável para a utilização corrente desta nomeação às mulheres. Apesar da ditadura militar vigente no Brasil, o movimento feminista existiu e assumiu suas particularidades, especialmente pela luta em prol da abertura, na década de 1980. Desse modo, estamos falando de um periódico que circulou neste período que antecedeu à abertura política.

O uso de referentes relacionados ao universo do trabalho também é perceptível na década de 1980 e, conseqüentemente, também na década seguinte. Apesar de assumirem posicionamentos distintos, os dois periódicos (*Mulherio* e *Fêmea*) utilizam a profissão das mulheres para nomeá-las. Assim, notamos a necessidade de evidenciar a mulher *profissional*, *capacitada*, *apta* a assumir cargos importantes e profissões tradicionais como a advocacia e a medicina.

Em contrapartida, o jornal *O Sexo Feminino* traduz a imagem da *mulher sexo frágil*, *moça e menina*. Esses referentes são usados apenas no jornal oitocentista, o que nos indica que esta representação de mulher está marcada temporalmente. A *fragilidade* e a *meninice* podem ser frutos da representação da mulher tutelada pelo pai e pelo marido, fragilizada, sem autonomia e pouco atuante socialmente.

De modo geral, a representação individualizada da mulher no século XIX dá lugar ao coletivo. As mulheres são referenciadas como grupos, entendidas em sua coletividade e, especialmente, na força que possuem unidas. Os jornais apresentam grupos de mulheres, entidades, grupos feministas e outras representações de coletividade a partir da década de 1980 e seguem assim em *Fêmea* também, momento em que os grupos femininos são convidados (e convocados) a se manifestar a respeito da legislação brasileira.

Destarte, verificamos particularidades em cada período de publicação dos jornais, fato que evidencia a importância dos contextos sócio históricos para a

configuração da maneira como os jornais selecionam as representações empregadas (no nosso caso, à mulher brasileira).

Na seção seguinte, apresentaremos o esquema de representação das identidades femininas em jornais feministas. O esforço anterior em tratar dos temas e conceitos e, conjuntamente, expor e analisar referentes e temas dispostos nos jornais analisados tem aqui seu auge desenvolvimento da abordagem esquemática a seguir.

10.4 Esquema de representação (identitária) em jornais especializados

Assumimos o pensamento de que há um poder organizacional na mídia, mas o jornalista consegue exercer sua liberdade por meio do discurso, do uso de estratégias e daquilo que ousamos chamar de *individualidade linguística*. Por mais que reconheçamos o dialogismo inerente dos discursos (Bakthin, 1970) ou sua heterogeneidade constitutiva (Authier-Revuz, 1982), acreditamos que há um ponto de caracterização do discurso que pertence unicamente ao sujeito que o produz, ainda que este esteja subordinado a regras e valores morais. Ainda que o jornalista filie-se à proposta editorial de determinado veículo de comunicação e com ele estabeleça vínculos discursivos, a adequação linguística da produção rotineira do jornalista passa também por valores individuais e não apenas pelos mercadológicos. É como se o indivíduo conseguisse escapar do determinismo ideológico da instituição por meio de um crivo linguístico, de uma seleção particular (e, por vezes, bastante interiorizada) de saberes e valores que conduzirão o desenvolvimento da notícia produzida.

A partir dessa perspectiva de compreensão, propomos um modelo que pretende organizar sistematicamente o pensamento em torno dos elementos discutidos anteriormente, a saber: identidade, representação, estereótipos e suas manifestações através da seleção temática e de referentes.

Mas, para estabelecer um modelo de representação identitária da mulher nos jornais, é preciso (re)lembrar alguns pressupostos relacionados à própria situação comunicativa:

- i) A imprensa constrói imagens (de si e dos outros).
- ii) Os *critérios de noticiabilidade* interferem na escolha dos assuntos dos jornais.

iii) Os vínculos da instância de produção podem determinar representações.

iv) As *visadas discursivas* carregam os sentidos e objetivos da troca linguageira.

A partir dos pressupostos acima listados, vamos nos empenhar na construção do modelo de representação feminina na mídia especializada feminista do *corpus* da pesquisa. Reconhecemos que a imprensa é o espaço de troca de valores e visões de mundo e, por seu caráter social é capaz de construir imagens e desse modo, evidenciar representações sociais.

Outra característica da imprensa é a capacidade de seleção temática por meio dos *critérios de noticiabilidade* (já discutidos na *parte I* desta tese). A instância de produção escolhe, pois, os assuntos importantes a serem publicados de acordo com seus interesses (econômicos, políticos e ideológicos), e com a maneira com que o jornal compreende e lê o mundo.

Ligadas aos *critérios de noticiabilidade* estão as *visadas discursivas*, componente do discurso que define o objetivo da troca linguageira e, conseqüentemente, a maneira como o arranjo textual deve ser feito.

A instância de produção, por sua vez, é responsável por trazer ao discurso pistas de sua vinculação política, econômica e ideológica. Em cada escolha feita pelos editores (seja por meio de palavras, seja por meio de temas, seja ainda através das fontes utilizadas nas notícias) pode haver indicações do pensamento ideológico e da linha editorial escolhida pelos “produtores de informação”.

Propomos, nesta tese, uma reflexão aprofundada a respeito do papel da imprensa na construção e veiculação de imagens. Desse modo, os elementos supracitados, quando ordenados conjuntamente, são capazes de imprimir no discurso indícios da representação (identidade) construída e lapidada pelo jornal. É importante ressaltar que falamos aqui identidade com o intuito de recuperar as diversas imagens trazidas à tona pelo jornal no momento de sua enunciação. Não nos é possível, dada a distância histórica de publicação dos jornais, verificar a correspondência das identidades construídas com as identidades percebidas pelos interpretantes de tal discurso. Portanto, restringimos nossa percepção e análise, neste momento, apenas aos aspectos da produção jornalística e não de sua recepção.

Consideramos que a proposta discursiva do jornal implica, necessariamente, na construção de imagens (de si e dos outros). Baseando-nos nesse ponto, nos será possível

adentrar o universo de representações engendradas pelos periódicos e verificar o tipo de identidade está sendo construída a cada publicação nos jornais.

Pontuamos que o jornal tem a capacidade de colocar em cena as representações sociais, mas ao mesmo tempo impele sua própria maneira de ver o mundo. De que forma isso acontece? Sabemos que os valores institucionais (do jornal) não estão isolados, pelo contrário, estão inseridos em um universo social, marcada também por crenças, valores e percepções de mundo (e suas representações). A instituição jornalística é capaz, pois, de selecionar suas próprias representações e colocá-las em cena no momento da enunciação.

Sob esse prisma, arriscamo-nos a assumir que há uma identidade focalizada (ou mediatizada) nos jornais. A junção dos elementos apresentados e discutidos anteriormente leva-nos a construir tal pensamento: os jornais especializados (no nosso caso, os feministas) selecionam determinadas imagens e representações sociais e as colocam em evidência em suas publicações. As imagens são fruto da maneira como o jornal percebe o mundo e como deseja que seus leitores também o compreendam.

No âmbito da Psicologia Social, Abric elabora um método de compreensão das representações sociais a partir de níveis de importância. Segundo ele, há um *nível central* das representações, que corresponde aos elementos mais frequentes e mais importantes, elencados pelo indivíduo; já a *zona muda*, é o local onde estão os elementos não verbalizados pelos sujeitos diante de um questionamento/entrevista. Abric explica que “[...] essa zona muda diz respeito sobretudo aos elementos contra-normativos. Eles não são produzidos pois eles marcariam uma lacuna do sujeito face a face com as normas de seu grupo de pertencimento” (ABRIC, 2005, p.75)⁶³.

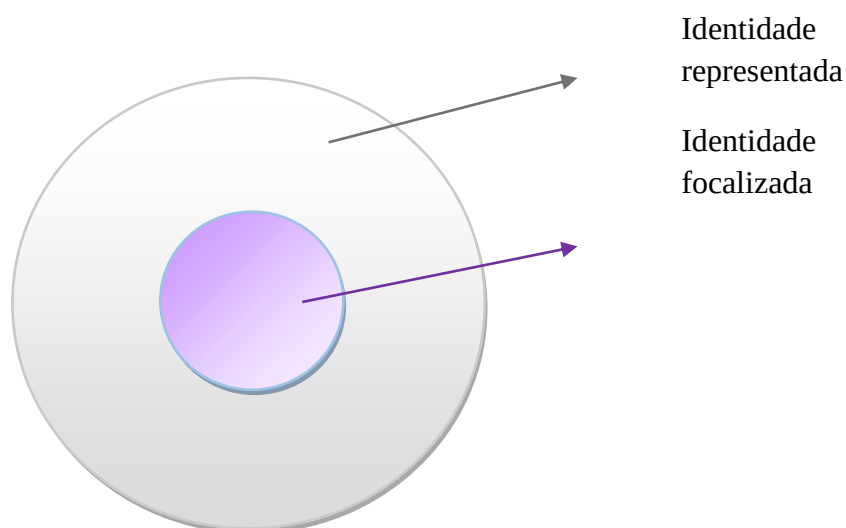
O pesquisador utiliza as associações livres e a hierarquização das informações obtidas nas entrevistas com os sujeitos pesquisados como metodologia de análise das representações sociais. Esse método de pesquisa leva em conta a frequência de um item e sua ordem de aparecimento no método de associações livres.

Ao refletir sobre essa maneira de compreender as representações sociais e aprofundar tal pensamento direcionando-o às análises já realizadas dos periódicos que

⁶³ Nossa tradução de: “Nous avons dit que cette zone muette concernait surtout les éléments contre-normatifs. Ils ne sont pas produits car ils marqueraient un écart du sujet vis-à-vis des normes de son groupe d’appartenance”.

compõem esta tese, desenvolvemos o esquema a seguir, na tentativa de compreender como se dá, especificamente, a construção de identidades nos jornais feministas analisados.

FIGURA 24 – Construção identitária em jornais feministas.



Fonte: Elaborado pela autora.

Esse esquema foi elaborado de modo a compreender melhor a construção (representativa) da identidade nos jornais especializados. Especificamente, tratamos da identidade da mulher, elaborada por jornais feministas.

Consideramos que há um *núcleo central*, de onde emerge a identidade principal, colocada em evidência pela instância de produção. Nos anos oitocentos, o jornal *O Sexo Feminino* traz para o centro das identidades femininas a imagem da mulher *menina, moça, sexo frágil e mãe de família*.

Notamos, por exemplo, em *Mulherio*, ser evidenciada a mulher como *atriz social*⁶⁴, nomeada como uma *mulher organizada socialmente* através de associações e grupos de ação, é também uma *mulher trabalhadora*, identificada pelas diversas profissões que assume na sociedade, assume identidade feminista, mas também de *mãe*

⁶⁴ Adaptação livre do termo ator social, conforme ROSA, 2016.

de família, esposa, companheira e, em muitos casos, *vítima*. Este é, pois, o núcleo central da identidade feminina que emerge de *Mulherio*.

Em *Fêmea*, emerge a mulher *cidadã*, atuante profissionalmente e organizada em grupos ou associações. A novidade no século XXI é introduzir a identidade da mulher como cidadã, envolvida na política e na busca direta pelos seus direitos assegurados por lei.

O fato de os jornais colocarem em evidência tais identidades específicas não quer dizer que a *mulher* não tenha outras formas de se apresentar na sociedade. Ao contrário, diante de *todas* as várias faces assumidas pelos diversos grupos de mulheres, apenas *essas* (do núcleo central) são evidenciadas no periódico. Portanto, assumimos que os jornais selecionam temas, imagens e estratégias e, portanto, constroem sua representação de mundo, de acordo com ideais, valores e percepções a respeito da sociedade.

Podemos falar em uma *identidade focalizada*, uma vez que os jornais constroem e mostram aquilo que desejam enquanto instância de produção. Portanto, cada jornal coloca em evidência determinada representação, que se liga diretamente à sua composição editorial, a suas *visadas* e a seus *critérios de noticiabilidade*. A identidade passa a ser *mediada* pela instância de produção, ou seja, ela só existe daquela forma porque assim foi construída (discursivamente) por editores e jornalistas, que fazem a mediação entre a sociedade e os acontecimentos.

De volta ao esquema elaborado, identificamos como sendo *identidade representada* aquilo que se pode observar no mundo sem as lentes dos jornalistas. Explico melhor: em se tratando de pessoas vivendo em uma mesma sociedade (mesmo período histórico, mesma localização geográfica, mesmos valores e costumes) é possível encontrar aquelas que divergem na compreensão da identidade da mulher (para ficar apenas com o nosso tema de estudos). Podemos encontrar pessoas que ainda veem, nos dias de hoje, a presença da mulher no mercado de trabalho como uma atitude de independência e ousadia; encontraremos também quem vê essa presença feminina como índice de alienação e subordinação aos interesses do empregador. Há, pois, uma infinidade de interpretativos possíveis para as diversas manifestações sociais e linguageiras do indivíduo. Desse modo, as identidades não apresentadas no jornal permanecem silenciadas por ele, ou seja, não são ditas pela instância de produção.

Ao recuperarmos a cena discursiva construída a partir do lugar assumido por cada sujeito na situação comunicativa empreendida (a jornalística), pontuamos que a instância de produção “envia” aos seus destinatários a identidade construída a respeito dos sujeitos (e grupos sociais) envolvidos na produção do ato de linguagem. Dessa maneira, os destinatários recebem tal mensagem e podem ou não concordar e acolher as identidades produzidas.

Portanto, de todo o universo de identificação dos “atores sociais”, os editores do jornal *selecionam* um *núcleo central* de onde emergem as formas como eles compreendem o mundo e como colocam em cena as identidades. Esse núcleo engloba, pois, as *identidades focalizadas*, que se tornam identidades mediadas pelo discurso jornalístico.

De forma mais ampla e a partir das análises realizadas anteriormente, compreendemos conforme Souto que:

[...] a identidade feminina se forjou na luta, à medida que mais e mais mulheres se aventuravam pelos espaços até então tradicionalmente masculinos, expondo seus pontos de vista, suas maneiras peculiares de pensar e agir (SOUTO, 2011, p.14).

Somamos a esse *aspecto individualizado* de construção da identidade feminina, o *aspecto institucionalizado*. A identidade da mulher foi sendo construída por ela mesma por meio de suas ações e aparições na sociedade ao longo do tempo. Ressaltamos o papel da imprensa como propulsora de sua inserção no universo das letras, seja como colaboradora dos jornais, seja como editora principal (e mantenedora do periódico). À medida que as mulheres se encorajaram, ainda no Brasil do século XIX, a publicar seus escritos periodicamente, contribuíram para forjar sua identidade (e das demais mulheres).

Pontuamos a centralidade de tal discussão. Já dissemos anteriormente que ao estabelecer determinada filiação (política ou ideológica), a instância de produção jornalística assume determinado rol de pensamentos e valores que se encaixam naquela forma de ver o mundo. A partir daí, ela baliza as identidades colocadas em cena e as organiza de modo a corresponder àquilo que pensa e avalia. O ponto alto da compreensão da *identidade institucionalizada* está exatamente aqui. Enquanto organiza essas identidades discursivamente, o próprio jornal cria sua própria identidade e se

institucionaliza. Por mais que ele já possua determinadas características constitutivas que o credenciam a determinado grupo, é na própria enunciação que seus caracteres se evidenciam e se estabelecem concretamente.

Se retomarmos os jornais em questão, veremos que *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea* construíram, a partir do discurso, suas identidades enquanto instância de produção. A configuração da *identidade focalizada* implica, necessariamente, o estabelecimento de *quem é, o que pensa e como pensa* o editor (ou a editora) daquela publicação. Esses elementos identitários ajudam-nos a formar discursivamente a imagem dos produtores da notícia ainda que já os conheçamos por nome.

Retomamos aqui a concepção de *ethos*, sustentada por Maingueneau ao propor a existência de um *ethos prévio* e de um *discursivo*. Nesse sentido, estabelece-se uma complementaridade entre as informações prévias a respeito da instância de produção e aquelas mostradas discursivamente, uma vez que aquilo que sabemos antecipadamente dos produtores da notícia é corroborado ou não em sua construção discursiva.

A título de exemplo, analisemos o jornal *Fêmea*. As editoras declaram-se, assumidamente, feministas e defensoras dos direitos das minorias (mulheres, pobres e negros). Essa identidade feminista pode se reafirmar à medida que o discurso é construído e as *identidades focalizadas* são convocadas para os jornais. Sendo assim, como o jornal apresenta em suas temáticas questões como aborto, violência, mercado de trabalho e política, todas elas ligadas (direta ou indiretamente) à legislação brasileira, vemos ter evidenciado o que Perrot chama de *feminismo de estado*. Explico melhor: em *Fêmea* a identidade da *mulher cidadã* é focalizada. Por ter sido vítima do descaso ao longo dos séculos (no Brasil e no mundo), nos anos 1990, ressalta-se a *mulher exigente*, que busca no Congresso Nacional a concretização de seus direitos por meio da lei.

A respeito dessa vitimização das mulheres, Perrot assegura que “[...] o direito tornou-se então um terreno essencial, sinal de democratização das relações entre os sexos” (PERROT, 2007, p.161). Desse modo, o uso da institucionalização legal como forma de reaver os direitos perdidos pelas mulheres ao longo do tempo é uma maneira encontrada pelas feministas de apresentar suas reivindicações. Discutimos anteriormente (*ver parte II*) os fundamentos do feminismo no Brasil e pontuamos que toda ação que vise à ampliação dos direitos civis e políticos da mulher, ou que seja resultado de protesto contra a opressão é por nós considerada como feminismo. Sendo

assim, a lei é compreendida como a materialidade da reivindicação dos direitos das mulheres e o jornal (*Fêmea*) como instrumento de tal reivindicação.

Os demais jornais tendem a assumir a mesma configuração. Constroem suas identidades de produtores à medida que focalizam determinadas identidades sociais em detrimento de outras. Podemos observar, ainda, o caráter educativo e formativo do jornal oitocentista *O Sexo Feminino*. Sabemos, previamente, do interesse da editora pela área da educação (especialmente por ser professora e por criar um colégio para meninas, em fins do século XIX). Essa característica de *ethos prévio* é sustentada pela frequência com que tal tema é discutido nas páginas do jornal (ver capítulo 6). Assim, institucionalmente, a identidade do jornal aproxima-o da visão formadora, instrutiva e, ao mesmo tempo, reivindicatória dado o teor do projeto de fala da jornalista (interessada em propor a mudança de concepção da imagem da mulher na sociedade).

Mulherio, na década de 1980, também assume seu vínculo à instituição de ensino (FCC) e por isso também condiciona sua identidade. Ao verificarmos a materialidade do jornal, notamos a frequência com que os temas de pesquisas, seminários, congressos e publicações de livros são trazidos à tona. Além desse aspecto seletivo (relacionado aos temas e *critérios de noticiabilidade*), o jornal constrói sua identidade ao incentivar a participação das mulheres (leitoras) em tais eventos acadêmicos. De forma mais aprofundada, o jornal também apresenta a diversidade (não apenas no nome que remete a um conjunto de mulheres), mas também na pluralidade de identidades femininas resgatadas através dos diversos grupos colocados em cenas nas publicações.

10.5 Considerações finais do capítulo

O desenvolvimento do esquema representativo das identidades femininas em jornais feministas coloca-nos diante da capacidade dos periódicos de selecionar, organizar e construir discursivamente uma visão de mundo baseada em identidades e representações sociais. Pudemos notar que os estereótipos e o *ethos prévio* estão presentes (mesmo que indiretamente) na representação das identidades. As características das instâncias de produção e suas visadas discursivas são também essenciais na compreensão dos temas e das identidades selecionadas (focalizadas).

CONCLUSÃO

Assumimos como propósito principal desta tese aprofundar a compreensão da identidade feminina representada nos jornais especializados (*O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea*). O interesse em verificar os imaginários sociodiscursivos, as identidades e concepções de notícias veiculadas na imprensa feminista do século XIX ao século XXI representa o núcleo central desses estudos.

A partir dos postulados teóricos, especialmente os da Análise do Discurso, realizamos a análise contrastiva dos três periódicos escolhidos por nós para representar a imprensa feminista deste período.

A análise das competências discursivas de cada situação comunicativa foi essencial para compreendermos melhor como os elementos discursivos se organizam para cumprir os propósitos (e as visadas) de cada um dos jornais analisados.

As discussões a respeito de identidade, *ethos*, estereótipos, representação social e imaginários sociodiscursivos foram basilares para o desenvolvimento de nossa compreensão direcionada aos jornais especializados. Seguindo o nosso propósito de verificar as imagens das mulheres configuradas nos jornais, elaboramos o nosso modelo de compreensão da organização dos elementos identitários nos periódicos.

Questão chave a ser respondida nesta tese diz respeito aos percursos representativos das mulheres nos periódicos feministas. Houve mudanças? De que tipo? Como elas se configuram nos jornais? Para tentar sistematizar o que desenvolvemos anteriormente, propomos um quadro que apresenta permanências e alterações nas representações femininas e na forma de se fazer o jornalismo especializado.

QUADRO 12 – Comparativo sobre o *modo de fazer* dos jornais feministas

Permanências	Alterações
Jornal como instrumento de luta das mulheres.	Tipos de reivindicações.
Espaço de reivindicações.	Coletividade.
Diálogo com leitoras e leitores.	Número de páginas.
Estímulo à ação feminina.	Temas pautados (aborto, violência...)

Fonte: Elaborado pela autora.

De modo geral, podemos notar que permanece nos jornais a perspectiva de serem instrumentos da luta feminista. Os três periódicos utilizam a palavra tornada pública como elemento constituinte da busca pelas reivindicações feministas. Esse espaço torna-se propício para a troca discursiva encenada entre a instância de produção e seus interlocutores (homens e mulheres). Sendo assim, vemos diálogos e palavras de incentivo trocadas entre as mulheres como forma de validar sua luta. As mulheres leitoras são, pois, incentivadas a mudar não só sua maneira de pensar (a partir do que leem nos jornais), como também a tomar um posicionamento na sociedade. Dito de outro modo, as editoras dos jornais feministas se empenham em motivar suas leitoras a assumir a defesa de seus próprios direitos. Vemos, portanto, a instância de produção posicionar-se com o fim de motivar, incentivar e, mais ainda, conduzir ações necessárias à emancipação, liberdade e garantia dos direitos femininos.

Interessante também é refletir sobre a maneira como os jornais especializados compreendem as notícias. Seja no século XIX, período em que o jornalismo ainda era incipiente, seja no século XX, momento auge de sua consolidação, o modo de fazer jornalísticos dos *especializados feministas* é bastante particular. No século XIX, a proximidade entre Jornalismo e Literatura justifica a recorrência do discurso subjetivo e bastante particular em *O Sexo Feminino*. Um século depois, na década de 1980, ainda verificamos a subjetividade e a parcialidade do discurso. Parece não haver preocupação por parte das editoras desses periódicos em tornar evidente uma forma de imparcialidade, ou em apresentar *notícias quentes* e pautadas na atualidade. Ao contrário, verificamos a publicação de artigos analíticos (em sua maioria) e de notícias comentadas. Há ainda uma imbricação dos gêneros, especialmente em *Mulherio*, o que dificulta a distinção entre os gêneros opinativos e os informativos.

QUADRO 13 – Permanências e alterações nos periódicos feministas entre os séculos.

Permanências	Alterações
Mulher mãe	Sexo frágil => Mulher cidadã
Mulher	Feministas
	Mulher trabalhadora (profissões)

Fonte: Elaborado pela autora.

A respeito das modificações observadas nos jornais, destacamos a alteração da perspectiva da mulher fragilizada e não emancipada do século XIX, para a mulher cidadã de fins do século XX. Há ainda o surgimento da caracterização das feministas, surgido apenas na década de 1980 e, no mesmo período, a perspectiva da mulher trabalhadora. Se no século XIX pouco se falava da possibilidade de inserção feminina no mercado de trabalho, cem anos depois torna-se uma condição de existência.

Sobre as permanências, a figura da mulher está sempre presente nos periódicos. É ela quem conduz, organiza e pauta o discurso construído nos jornais feministas. Como característica constante, encontramos a da reprodução da imagem da *mulher mãe*, que permaneceu entre séculos. Ainda que no século XIX essa figura remeta-nos a um dom divino e no século XX assuma nova configuração, menos angelical e mais prática, com questionamentos sobre as novas demandas da mulher mãe trabalhadora, a figura materna é uma constante. Mesmo no jornal mais recente, *Fêmea*, a mãe aparece como auge das reivindicações legais: é preciso garantir que as mães sejam bem assessoradas e consigam ter garantido seus direitos legais instituídos pelas leis brasileiras.

Nossa reflexão a respeito da identidade focalizada nos jornais feministas leva-nos a pontuar que é possível que os periódicos feministas cristalizem uma representação das mulheres, que condiz com aquilo que o próprio jornal intenta publicar. Assim, vemos que o periódico arquiteta sua fala em torno das representações que deseja evidenciar. Desse modo, os objetivos do jornal são demonstrados de acordo com suas estratégias, com as identidades focalizadas. Na mesma linha de pensamento, consideramos que as identidades apenas se organizam a partir das definições da instância de produção, dos vínculos e valores estabelecidos pelos produtores das notícias.

Para além dos referentes identitários utilizados nos jornais, apontamos as reivindicações neles divulgadas. No século XIX vemos a recorrência de um discurso que incentiva a formação educacional das mulheres-mães. A ideia é capacitá-las para bem educar seus filhos e formar bons cidadãos para a sociedade. As perspectivas ligadas à figura feminina ampliam-se, na década de 1980. A educação das mulheres é um assunto deixado de lado, até porque elas já estavam nas universidades; são então reivindicados os direitos necessários à nova vida assumida pelas mulheres, especialmente no mercado de trabalho. Os jornais apontam para a necessidade de creches, para a importância da divisão do trabalho doméstico, para a necessidade de se

tratar com igualdade a mulher no mercado de trabalho, isso para citar apenas algumas das demandas da época. No final do século XX, as reivindicações assumem nova configuração e passam a ser mais concretas, subsidiadas pela legislação brasileira.

Sobre as noções de *notícia* e *acontecimento*, pudemos verificar que, em geral, não há preocupação com a factualidade. A compreensão sobre aquilo que deve ser noticiado é diferente da mídia tradicional. Buitoni (2009, p.201) chega a afirmar que “[...] a imprensa feminina não é muito jornalística, pois em geral traz mais ideias do que fatos. Não há uma ancoragem temporal imediata”. Os três jornais analisados cumprem essa perspectiva, pois não priorizam os fatos em si, mas sim seus desmembramentos ou a subjetividade neles envolvida.

No entanto, é preciso dizer que notamos em *Fêmea* uma preocupação maior em marcar temporalmente as notícias e, portanto, em evidenciar seu caráter factual. Tal fato pode ser explicado pela preocupação do jornal em fornecer aos leitores um acompanhamento das ações realizadas pela ONG CFEMEA junto ao Congresso Nacional. Sendo assim, a cada publicação, as novidades empreendidas pelo centro feminista são evidenciadas e promovidas com o intuito de que leitores possam mensalmente verificar o que o grupo tem feito em prol da causa feminina.

Apeguemo-nos aos estudos sobre *acontecimento* e veremos que a causa feminina, as reivindicações em si, tornam-se o *acontecimento* noticiado, em geral, nos periódicos. Nos estudos de David-Silva sobre a produção de notícias para a mídia televisiva, a pesquisadora aponta que “[...] grau de implicação das pessoas envolvidas em um determinado acontecimento” (DAVID-SILVA, 2007, p.1, grifo da autora) deve ser destacado, pois contribui para determiná-lo. Sendo assim, trazendo essa reflexão aos nossos estudos sobre os jornais feministas, podemos ver que a implicação das mulheres (leitoras/redatoras) na luta feminista colabora para a construção de um acontecimento em torno dos fatos que tangenciam a causa das mulheres.

Sob esse prisma, em *Mulherio*, destacamos a importância dada aos movimentos de mulheres. Sob esse ponto de vista, cada reunião de grupos feministas, cada encontro de mulheres, passeata ou manifestação torna-se um *acontecimento*, algo que vai além da perspectiva do fato em si e assume a ideia de construção daquilo que se dá especialmente na enunciação. “Mais do que uma agenda da sociedade, é uma agenda *apresentada* à sociedade, pois o acontecimento permanece à mercê de seu agenciamento, de sua entrada em pauta” (LEAL et al, 2010, p. 193). Sob esse prisma, os

jornais especializados feministas fazem sua apresentação dos temas que julgam pertinentes discutir, em cada período histórico e, dessa maneira, transmitem aos leitores o papel de modificadores da realidade de opressão e descaso.

Por outro lado, na década de 1990, o *acontecimento* construído em *Fêmea* gira em torno do empenho das mulheres em lutar pela garantia de seus direitos na Constituição Brasileira. Sendo assim, as discussões realizadas no Congresso Nacional, por mais cotidianas que sejam, são sempre apresentadas no jornal de modo a destacar os projetos e ideias acrescidas à constituição em favor das mulheres. Nesse sentido, notamos a existência de uma perspectiva do *acontecimento*, porque as notícias pautadas trazem o agendamento desejado pelo periódico e, de um modo ou de outro, apresentam a visão dos produtores da notícia em relação ao que é fato noticiado/construído. Materialmente, verificamos que tal perspectiva se configura na distribuição de páginas do jornal. Há no jornal colunas inteiras usadas para reproduzir projetos de lei e alterações nos artigos, evidências da ação do CFEMEA junto ao Congresso.

Retomamos aqui o pensamento desenvolvido por Fernandes em suas pesquisas a respeito do jornalismo como instrumento de luta e de cidadania. Ao analisar a temática dos direitos legais de doentes mentais trazidos para o espaço público por meio dos jornais, a pesquisadora apresenta uma conclusão que pode se adequar também à luta desenvolvida pelas feministas em prol de seus direitos. Segundo ela:

São fundamentais as reivindicações, feitas pelos movimentos sociais, para alterar as leis, já que estas procuram estabelecer a posição dos sujeitos no jogo de concepções e interesses presentes na sociedade. Além disso, as leis configuram, normatizam e regulamentam formalmente as relações sociais, contribuindo para que mudanças efetivas nas instituições sejam realizadas, pois, uma vez legal, um direito passa a fazer parte dos procedimentos democráticos. Por isso, é muito importante para os movimentos sociais que eles consigam uma inscrição de direito na lei, já que isso significa poder exigir, diante da sociedade e do Estado, os pressupostos que ela passa a garantir (FERNANDES, 2001, p.7).

Sendo assim, o percurso empreendido pelas feministas em suas diversas fases, parece culminar com a proposta de *Fêmea*, que consegue materializar os direitos femininos fazendo recurso a leis promulgadas ou a se promulgar em prol da mulher.

Os apontamentos feitos acima pretendem apresentar alguns elementos conclusivos a respeito dos objetivos dessa empreitada de pesquisa. Reconhecemos que

há ainda um caminho a ser percorrido no que diz respeito às discussões sobre representação feminina na imprensa e sobre os estudos de gênero. O estudo empreendido sobre os jornais *O Sexo Feminino*, *Mulherio* e *Fêmea* abriu-nos um novo horizonte a respeito dos conceitos de identidade, representação e sobre o papel da imprensa especializada.

Visualizamos novas perspectivas de pesquisas, especialmente no que diz respeito às pautas recentes da imprensa feminista, que tem crescido nos últimos anos. É importante continuar tais tipos de estudos e, de certo modo, acompanhar as escolhas da imprensa no que diz respeito à representação feminina. Mais ainda, o estudo comparativo das identidades focalizadas pela imprensa tradicional e pela imprensa especializada (feminista) é algo que continuará a motivar esse trabalho de pesquisa em nossa vida cotidiana e profissional, para que cada vez mais compreendamos e possamos contribuir para a construção das particularidades de cada instância produtiva.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J.C. La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. In: ABRIC, J.C. *Méthodes d'étude des représentations sociales*. Saint Agnes, ERES, 2005, p.59-80.

ALFERES, S; AUGUSTINI, C. Aspectos semânticos das nominalizações: língua, sujeito, paráfrase. In: *Matraga*, Rio de Janeiro, v.17 n.26, jan./jun. 2010.

ALVES, S.Q.C. *A mulher no contexto trabalho/família: Jornada dupla ou desafio?*. 2002. 48 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Psicologia) – Universidade Potiguar, Natal, 2002.

AMOSSY, R. *Les idées reçues – Semiologie du stéréotype*. Paris: Nathan, 1991.

_____. Verbete *Estereótipo*. In: CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. (org.) *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2006, p.215.

_____. *La présentation de soi – ethos et identité verbale*. França: Presses Universitaires de France, 2010.

AMOSSY, R.; HERSCHBERG-PIERROT, A. *Stereotypes et clichés*. Paris: Editions Nathan, 1997.

ARAÚJO, E. *A arte da sedução – sexualidade feminina na Colônia*. In: PRIORE, M. (org) *História das mulheres no Brasil*. 7ed. São Paulo: Contexto, 2004.

ATO INSTITUCIONAL Nº 5. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-05-68.htm. Acesso em: 07 jun. 2015.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) Enunciativa(s). In: *Caderno de Estudos Linguísticos*. Campinas: jul./dez, 1990. (19) p.25-42.

BAKTHIN, M. Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992, p.277-326.

BARONI, A; AGUIAR, L. O Acontecimento e o Sensacional no Jornalismo. In: *Estudos em Comunicação*, n. 5, 2009, p. 135-149.

BARREIRA, B.B. *Teorias e técnicas do jornalismo e da comunicação*. Clube de autores, 2013.

BASSANEZI, Carla. Mulheres nos anos dourados. In: PRIORE, Mary Del (org). *História das mulheres no Brasil*. 7ed., São Paulo: Contexto, 2004.

BAUMAN, Z. (1925). *A sociedade individualizada: Vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Z. *Identidade – Entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Zahar. [2005] Disponível em: <https://identidadesculturas.files.wordpress.com/2011/05/bauman-zygmunt-identidade.pdf>. Acesso em 12 de novembro de 2015.

BENETTI, M. O jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, M. & FONSECA, V.P.S (orgs). *Jornalismo e acontecimento*. Florianópolis: Insular, 2010.p.143-164.

BÍBLIA SAGRADA. A.T. *Gênesis*. 47.ed., São Paulo: Editora Ave-Maria, 2003, cap.3, p.51.

BÍBLIA SAGRADA. N.T. Lucas. 47.ed., São Paulo: Editora Ave-Maria, 2003, cap.8, p.1357.

BONFIM, C. R. S. A condição histórico-social da mulher na perspectiva Socialista: um estudo das trajetórias de Rosa Luxemburgo e Alexandra Kollontai. In: *II Seminário Internacional Enlaçando Sexualidades*. 15 a 17 de Maio de 2013. Salvador: Universidade do Estado da Bahia. 2013. Disponível em <https://www.fe.unicamp.br/revistas/ged/rfe/article/view/5338/4494> , acesso em junho de 2015.

BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta, 1997.

BRASIL. *Legislação Brasileira, ou Coleção Cronológica das Leis, Decretos, Resoluções de Consulta, Provisões, etc., etc., do Império do Brazil desde 1808 até 1831 inclusive contendo além do que se acha publicado nas melhores coleções, para mais de duas mil peças inéditas, coligidas pelo Conselheiro José Paulo de Figueirôa Nabuco Araújo*. Rio de Janeiro: Typ. Imp. e Const. de J. Villeneuve e Comp., Tomo IV, 1838. p.165.

BITTONI, D. H. Imprensa, substantivo feminino. In: *Mulher de papel – a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

BITTONI, D. S. *Mulher de papel – a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: SUMMUS, 2009.

BURKE, P.; BRIGGS, A. *Uma história Social da mídia: de Gutenberg à Internet*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2006.

CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

CANAVILHAS, J. *O domínio da informação-espectáculo na televisão*. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.html> Acesso em: 21 jul. 2015

CARLOTO, C. M. Gênero, reestruturação produtiva e trabalho feminino. Em: *Serviço Social em revista*, Londrina, v. 4, n. 2, 2002. Disponível em:

<http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v4n2_carlotto.htm>. Acesso em: 13 de ago. 2015.

CASTRO, Alexandre. *Teorias do jornalismo, universidade e profissionalização*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-teorias-jornalismo.pdf>. Acesso em 08 jun. 2015

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. 9. ed. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Loyola; 2000. [ed. revisada de acordo com o texto oficial em latim].

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional, In: PIETROLUONGO, M. (Org.) *O trabalho da tradução*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326., 2009, consultado em 15 de junho de 2015, no site de Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html>

_____. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I.L. e MELLO, R. (org.) *Gêneros e reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004, p.13-41.

_____. De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas, *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, Venezuela, v. 1, 2001. editorial Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/De-la-competencia-social-de.html>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

_____. Verbete *Identidade*. In: CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU (org.), D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2006. p.267.

_____. Verbete *Representação*. In: CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU (org.), D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2006. p.432.

_____. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. In: *Revista Signos*, vol. 43, PUC, Valparaíso, 2010, 2010, consultado no dia 27 de julho, 2015, no site Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Una-problematica-comunicacional.html>

_____. *Linguagem e discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Petit traité de politique à l'usage du citoyen*. Paris: Vuibert, 2008a.

COSTALAT-FOUNEAU, A.M. Représentations sociales, représentations de soi. In: _____. *Identité sociale et dynamique représentationnelle*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 1997.

DAVID-SILVA, G. A polifonia como estratégia argumentativa na construção da informação televisiva. In: *VI Congresso de Letras*, 2007, Caratinga. *Anais do Congresso de Letras* (UNEC. CD-Rom). Caratinga: UNEC, 2007. v. 01. p. 01-12.

DESCHAMPS, J.C. & MOLINER, P. *L'identité en psychologie sociale – Des processus identitaires aus représentations sociales*. Paris: Armand Colin, 2008.

DIAS, G. C. Perspectivas bíblicas da mulher e monarquismo medieval feminino. In: *Revista da Faculdade de Letras – História*. Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Letras, 1995. Vol XII, p. 9-46. Disponível em: ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/2020.pdf . Acesso em junho de 2015.

DINIZ, F. S. M. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1873. (7 de setembro de 1873, n.1).

_____. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1873. (14 de setembro de 1873, n.2).

_____. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1873. (20 de setembro de 1873, n.3).

_____. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1873. (27 de setembro de 1873, n.4).

_____. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1873. (4 de outubro de 1873, n.5).

_____. *O Sexo Feminino*. Campanha da Princeza: Typ. Do Monarchista, 1874. (7 de setembro de 1874).

DRUMMOND, C. (1945) Procura da poesia. In: *A Rosa do Povo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

DUARTE, C. Feminismo e literatura no Brasil. In: *Estudos Avançados*, São Paulo, 2003. V.49. p. 151-172.

ERBOLATO, Mario L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*. 5ª edição. São Paulo: Ática, 2001.

FEMEA, Brasília: CFEMEA, 1992.

FEMEA, Brasília: CFEMEA, 1993.

FERNANDES, A. B. Jornalismo e cidadania: configurações da luta por direitos legais dos doentes mentais no espaço público. In: *INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS*, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/112099478774968348443858201095935290455.pdf>. Acesso em setembro de 2015.

FIGUEIREDO, L. Mulheres nas Minas Gerais. In: PRIORE, Mary Del (org). *História das mulheres no Brasil*. 7ed. São Paulo: Contexto, 2004, p.141-188.

FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, D. Verbete: *Movimentos feministas*. In: HIRATA, H. [et al] (orgs). *Dicionário Crítico do Feminismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

FRANÇA, V. & ALMEIDA, R. *O acontecimento e seus públicos: um estudo de caso*. In: Contemporânea. Vol. 6. N.2. 2008. Disponível em:
http://www.fafich.ufmg.br/gris/images/O%20acontecimento%20e%20seus%20publicos_um%20estudo%20de%20caso.pdf

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, M. *et al. Comunicação, representação e práticas sociais*. v. 1. Rio de Janeiro: PUC Rio; Aparecida: Idéias & Letras, 2004. p. 13-26.

GENETTE, G. *Discurso da narrativa*. 3. ed. Lisboa: Vega, 1995.

GOFFMAN, E. (1975). *Estigma - notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Zahar Editora. 2004.

GROSSI, M.P. Em busca de Outros e Outras: Gênero, Identidade e Representação. In: ANTELO, R (org). *Identidade & Representação*. Florianópolis: UFSC, 1994, p. 335-347.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução SILVA, T.T. E LOURO, L.G. 11ª. ed. Rio de Janeiro: DP & A Editora, 2006.

HARRE, Rom. Grammaire et lexiques, vecteurs des représentations sociales. In: JODELET, D. (org.) *Représentations sociales*, 7e. edition, Paris: P.U.F., 2003, p. 150-169

HOLFELDT & VALLES. *Conceito e história do jornalismo na Revista de Comunicação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

HOLLANDA, C.B. Com açúcar, com afeto. In: HOLLANDA, C.B. *Chico Buarque de Hollanda volume 2*. São Paulo: Abril Coleções, 1967, faixa 3.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. A construção mútua das identidades nos debates políticos na televisão. In: LARA, G.M.P; MACHADO, I.L. EMEDIATO, W. (org.). *Análise do discurso hoje*, vol.2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p.235-264.

KNEBELL, R. *Trabalho e maternidade: desafios para a mulher na contemporaneidade*. Dissertação defendida na Universidade Estadual de Ponta Grossa em 2009. 143f.

LAGE, N. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. 7ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LAGO, M & ALVES, A. Ai que saudade da Amélia. In: ALVES, A. *Ataulfo Alves e sua academia do samba*. Distrito Federal: Odeon, 1942.

DE LUCA, T. R. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, C. B. (Org.). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2006. p.111-153.

LEAL, B. S.; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Agendamento, enquadramento e noticiabilidade. In: Márcia Benetti; Virginia Fonseca. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. 1ed. Florianópolis: Insular, 2010, v. 1, p. 187-220.

LEAL, Bruno; ANTUNES, Elton; y FERREIRA VAZ, Paulo Bernardo (2012): El acontecimento como contenido de las noticias: repensando una metodología. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. 1, págs.: 383-398. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

LYSARDO-DIAS, D. . Estereótipos e identidades regionais: a mineiridade na mídia. In: MACHADO, I.L.; MELLO, R. (org.). *Análises do discurso hoje*, vol. 3, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010, p. 181-192.

MACHADO, I.L, SOUSA, J.M.C. A função transgressiva dos múltiplos sujeitos nos gêneros discursivos. In: *Bakhtiniana*, São Paulo, 6 (1);, Ago./Dez. 2011, p. 111-128

MACHADO, I.L. Algumas reflexões sobre elementos de base e estratégias da Análise do Discurso. *Revista de Estudos da Linguagem*. Belo Horizonte, 2012, v.20, n.1, p.187-207.

_____. Histórias discursivas e estratégias de captação do leitor. In: *Diadorim*, 2011.

MACHADO, I.L. Mesa redonda *Da frase ao Discurso* UFOP. Disponível em <http://www.ichs.ufop.br/memorial/conf/mr3c.pdf>. Acesso em 22 de out de 2015.

_____. Breve abordagem sobre algumas transgressões discursivas. In: *Revista da ABRALIN*, v. 7, n. 1, p. 259-278, jan./jun. 2008.

MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, A.R. & SALGADO, L (orgs). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

MAINGUENEAU, D. Tipos e gêneros de discurso. In: *Análise de textos de comunicação*. Tradução SOUZA-E-SILVA, C. P.; ROCHA, D. São Paulo: Editora Cortez, 2001.

MARCUSCHI, L.A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A.P. MACHADO, A.R; BEZERRA, M.A. *Gêneros textuais e ensino*. São Paulo: Lucerna, 2003. p.19-39.

MATTOS, S.M. Repensando gênero. In: AUAD, S, M. V.A.V. *Mulher – cinco séculos de desenvolvimento na América – capítulo Brasil*. Belo Horizonte: Federação

Internacional de Mulheres da Carreira Jurídica, CREZ/MG, Centro Universitário Newton Paiva, IA/MG, 1999.

MOSCOVICI, S. (2009) *Representações sociais – investigações em psicologia*. Petrópolis: Vozes, 2015.

MENDES, E. Por um remodelamento das abordagens dos efeitos de real, efeitos de ficção e efeitos de gênero. In: MACHADO, I.L.; LARA, G. P. M.; EMEDIATO, W.. (org.). *Análises do discurso hoje*, vol. II. Rio de Janeiro: Lucerna, 2008, p. 199-220.

MENDES, I.C. A mulher e o trabalho. In: AUAD, S, M. V.A.V. *Mulher – cinco séculos de desenvolvimento na América – capítulo Brasil*. Belo Horizonte: Federação Internacional de Mulheres da Carreira Jurídica, CREZ/MG, Centro Universitário Newton Paiva, IA/MG, 1999. p.211-243.

MOLINIER & WELZER-LANG. Mulheridade. In: HIRATA, H. *et al.* (org.). *Dicionário crítico do feminismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2009. p.104

MONNERAT, R. S. A felicidade do homem é: eu quero; a felicidade da mulher é: ele quer; machismo e feminismo: visões de mundo e a construção de identidades. In: MACHADO, I.L; MELLO, R. *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. Vol.3. p. 241-259

MOREL, M. & BARROS, M. M. Literatura cotidiana e imagens impressas. In: _____, *Palavra, imagem e poder. O surgimento da imprensa no Brasil do século XIX no Rio de Janeiro*. DP&A, 2006, p. 51-75.

MUCCHIELLI, A. *L'identité : "Que sais-je?"* 1ère. e 7ème éd. PUF: Paris, 1986 et 2009.

MULHER (verbetes). In: *Dicionário Houaiss*. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br>. Acesso em: julho 2015.

MULHERIO. São Paulo: Faculdade Carlos Chagas, 1981.

MULHERIO. São Paulo: Faculdade Carlos Chagas, 1981.

Fatos que marcaram a luta feminina. In: *Mulheres e Política*. Disponível em: http://www.educacional.com.br/reportagens/eleicoes_mulheres-politica/parte-05.asp Acesso em junho de 2015.

NEVES, L. M. B & FERREIRA, T. M. D. O medo dos abomináveis princípios franceses: a censura dos livros no início do século XIX no Brasil. In: *Acervo*, v. 4, jan-jun. 1989. p.113-119.

NEVES, L.M.P. & MACHADO, H.F. A morte da escravidão. In: *O Império no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. (p.361-371)

NUNES, M. A. Imprensa e Feminismo do século XIX no sul das Gerais. In: *Congresso Internacional da Abralic Tessituras, Interações, Convergências*, 11, 2008, São Paulo. [Anais eletrônicos] Disponível em:

<http://www.abralic.org/anais/cong2008/AnaisOnline/simposios/pdf/046/APARECIDA NUNES.pdf>.

OLIVEIRA, G. Brasília: maio de 2015. 1 arquivo de áudio (68 minutos). Entrevista concedida a Gerlice Teixeira Rosa.

OLIVEIRA, 2012. O conceito de representações coletivas: uma trajetória da divisão do trabalho às formas elementares. In: *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 13, n. 22 p. 67-94, jul./dez. 2012.

PROCOPIO-XAVIER, M. R. *O ethos do homem do campo nos quadrinhos de Chico Bento*. Dissertação em Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008, 142p.

PROCOPIO-XAVIER, M. R. *A configuração discursiva de biografias a partir de algumas balizas de História e Jornalismo*. Tese em Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012, 291p.

PERROT, M. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. *As mulheres ou os silenciosos da história*. Bauru: EDUSC, 2005.

PISCITELLI, A. Re-criando a (categoria) mulher?. In: ALGRANTI, L. (org.) *A prática feminista e o conceito de gênero*. Textos Didáticos, n. 48, pp. 7-42, 2002.

PILORET, J. Dossiê Mulheres na Idade Média: a emancipação pelo trabalho. In: *História viva*, 2014. Número 129, Reportagem. Disponível em: http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/dossie_mulheres_na_idade_media_a_emancipacao_pelo_trabalho.html. Acesso em julho 2015.

PINTO, Celia Maria. Feminismo, História e poder. In: *Revista de Sociologia e Política*, v. 18, p. 15-23, 2010.

PRIORE, M. *Histórias e Conversas de Mulher*. São Paulo: Planeta, 2013

PROPP, V. *Morfologia do conto maravilhoso*. Trad. SARHAN, J.P., 2ª. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

PONGE, R. 1968, *dos movimentos sociais à cultura*. In: *Organon*, Porto alegre, n 47, jul/dez 2009, p.39-45.

PONTES, F. S. ; SILVA, G. Acontecimento Jornalístico e História. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia P. S.. (Org.). *Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos*. Florianópolis: Insular, 2010, p. 43-62

RAGO, M. Epistemologia feminista, gênero e história. In: PEDRO, J.M. e GROSSI, M.P. *Masculino feminino plural: gênero na interdisciplinaridade*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: Del Priore, M. (org) *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2004.

- RAMOS, J. A. A mulher na Bíblia, in: SANTOS, M.C. (org). *A Mulher na História - Actas dos Colóquios sobre a temática da Mulher*. Câmara Municipal da Moita: Belgráfica, 2001. p.27-44. Disponível em: https://www.academia.edu/924842/A_Mulher_na_Historia_Actas_do_Coloquio_sobre_a_tematica_da_Mulher. Acesso em julho 2015.
- RIBEIRO, A. P. G. *Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950*. In: Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 31, 2003, p. 147-160. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/2186/1325>. Acesso em janeiro de 2015.
- RODRIGUES, A. O acontecimento. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo questões, teorias e histórias*. Revista de Comunicação e Linguagens. 1988.
- ROMANCINI, R. & LAGO, C. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.
- ROSA, Gerlaine. T. *Fenomenologia do feminino em Edith Stein: considerações sobre a natureza da mulher*. 2014. Monografia do curso de Especialização em Psicologia Clínica: Existencial e Gestáltica do Departamento de Psicologia, Faculdade de Estudos Administrativos de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.
- ROSA, Gerlice. T. *Ethos e argumentação de Senhorinha Diniz em O Sexo Feminino*. 2011. Dissertação realizada no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, 2011, 136 p.
- SILVA, História do Jornalismo: evolução e transformação. In: *Revista Temática*. Ano VIII, n.7, julho/2012.
- SIMÕES, P. G. Acontecimento, mídia e experiência: uma perspectiva para a análise das celebridades. In: *Teoria e Sociedade*. N.20. 2012. P.10-39.
- SOIHET, R. História, Mulheres, Gênero: Contribuições para um Debate. In: AGUIAR, N. (org) *Gênero e Ciências Humanas - desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997. Revista Estudos Feministas
- SOUSA, J. P. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó, Argos, 2002. 223p.
- SOUSA, R. G. A mulher no mundo colonial. In: *Mundo educação*. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/historiadoBrasil/a-mulher-no-mundo-colonial.htm>. Acesso em agosto 2015.
- SOUTO, Barbara Figueiredo. Feminismo Tipográfico: mulheres em luta na segunda metade do século XIX. In: *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH*, São Paulo, julho 2011.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005, 2 ed. 224 p.

WOITOWICZ, Karina Janz. Marcos históricos da inserção das mulheres na imprensa: A conquista da escrita feminina. *Jornal Alcar*, v. 1, p. 1-7, 2012.

WOLF, M. *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

Teorias da Comunicação e do Jornalismo. <http://estudosdojornalismo.com.br/teorias-da-comunicacao-e-do-jornalismo/>. Acesso em: 09 jun.2015.

Quadro resumo das teorias da comunicação. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/anadallagnol/teoria-da-comunicacao-quadroresumo>. Acesso em 09 jun. 2015

Teorias do jornalismo: estruturalista, construcionista e interacionista. <http://pt.slideshare.net/Ejavorski/teorias-do-jornalismo>. Acesso em 24 jun.2015.

ANEXOS

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA GUACIRA OLIVEIRA

Legenda: P = Pesquisadora, E = Entrevistada.

P: Na verdade, você está desde o início do processo de...

E: Aham.

P: ... de confecção do jornal. E, apesar de já ter lido sobre isso, eu queria escutar um pouco mais do início dessa história de trabalho com os ideais de vocês... enfim, aquela formação inicial mesmo... como é que se deu tudo.

E: Então, o CFEMEA foi criado em 1989 e a gente vinha de uma experiência comum. Todas nós que fundamos o CFEMEA tínhamos uma experiência comum que era de trabalho no Conselho Nacional de Direitos da Mulher, durante a Assembleia Nacional Constituinte. Tínhamos em comum também o fato de que todas morávamos em Brasília, porque naquela época, quando trabalhamos no Conselho, uma grande parte da sua equipe vinha de outros estados. Então, quando a gente decidiu sair do Conselho (porque houve um processo de demissão coletiva, tanto das conselheiras quanto da equipe, por discordância com o Ministro da Justiça, na época), aquelas que não eram de Brasília, voltaram para as suas cidades. A gente, que vivia aqui, teve esse desafio de encarar as demandas que continuavam: as demandas políticas do Movimento de Mulheres, de vários grupos em todo o Brasil para Brasília (no sentido de para o Congresso Nacional, para esse novo momento da democracia brasileira). Éramos uma referência, porque, durante a Assembleia Nacional Constituinte, pessoalmente, nos tornamos pessoas acessíveis, que muitos grupos de mulheres, do Oiapoque ao Chuí, nos conheciam. Então, ligavam para a gente, pediam coisas, colocavam problemas, pediam ajuda... e aí a gente resolveu que; além de continuar tentando colaborar, participar, contribuir de alguma maneira com essa coisa nacional; era bom a gente se juntar, nós mesmas, que morávamos aqui, e formar um grupo para responder de maneira mais coordenada entre

nós; já que todas nós trabalhávamos em diferentes lugares. Então, era um trabalho de militância mesmo: às vezes, dava para uma responder, não dava para a outra responder... a gente ia se organizando: tendo um grupo, ficava mais fácil se organizar para responder às demandas que chegavam. Então, em 1989, a gente criou o CFEMEA e a gente foi vendo que era preciso ter uma cara mais de Organização Não Governamental, uma condição de Organização Não Governamental, para poder responder ao tipo de demanda, de mobilização, que ia se construindo nos grupos de mulheres do Brasil, com foco em Brasília.

E: Esse grupo inicial era de quantas mulheres? Eram sempre mulheres?

P: Nós éramos cinco mulheres. Na ata de fundação da CFEMEA tem um grupo de seis mulheres, mas, na verdade, uma dessas pessoas chegou depois, não estava nesta equipe do Conselho, mas era uma colaboradora e logo ela teve que mudar para Santa Catarina. Então, de fato, embora, formalmente, ela assine a ata de fundação da Organização, ela não teve esse papel, digamos. Então, éramos cinco na fundação, nesse momento de articular as coisas, de responder... Aí a gente resolveu buscar apoio; a gente viu que tinha que organizar coisas aqui: audiências públicas para os grupos de mulheres que traziam reivindicações. Isso demandava também que a gente tivesse algum recurso para trazer, para não sermos nós as porta-vozes, mas para que as próprias mulheres (dos grupos, dos diferentes estados, dos diferentes movimentos) fossem elas mesmas a colocar suas questões aqui. Daí a gente resolveu buscar recursos para projetos que tinham sempre esse objetivo de viabilizar que as mulheres soubessem o que estava acontecendo aqui, depois da Constituinte, e pudessem ter uma incidência, no sentido de garantir os seus direitos, os nossos direitos. O primeiro recurso que a gente teve foi um recurso da Fundação MacArthur, que já não existe mais aqui no Brasil (existe, mas não tem escritório no Brasil, não financia mais grupos e organizações no Brasil). A Fundação MacArthur nos deu um primeiro recurso e, com ele, as duas primeiras coisas que a gente fez foram: fazer um levantamento de todos os projetos de lei que tramitavam no Congresso Nacional, relacionados aos direitos das mulheres, e ter isto num banco de dados; e ter um boletim que fosse capaz de informar ao... aliás, foram três coisas, porque do boletim eram: uma mala direta das organizações do grupo de mulheres do Brasil, ou seja, a mala direta era para distribuição deste boletim; e esse banco de dados com os projetos de lei que tramitavam no Congresso Nacional. Então, o número zero do boletim sai já, praticamente nos primeiros meses que a gente tem esse

recurso, já tendo a mala direta e alguma condição de despachar, por correio, o material. A gente começou a fazer isso. Como a gente antes, no Conselho Nacional, teve relação, em função da mobilização da Assembleia Nacional Constituinte, com um grupo de mulheres no Brasil todo; e a gente estava no momento exatamente subsequente, também esse jornal passou a circular por todos esses grupos no Brasil. A gente fazia um boletim, eu acho que não tinha uma periodicidade no início, depois passou a ser um boletim mensal; e era um boletim de monitoramento do Congresso Nacional, a partir de uma perspectiva feminista, para o movimento de mulheres. De alguma maneira, era também uma forma de mostrar a perspectiva do movimento de mulheres sobre o próprio Parlamento para o Parlamento. Então, a gente também distribuía o Fêmea para todos os gabinetes de deputados, senadores e para todas as assessorias da área de orçamento (assessoria da Câmara e do Senado).

P: Então, vocês tinham um público visado por vocês nesse primeiro momento e seriam esses grupos feministas...

E: Isso!

P: O Parlamento...

E: Isso!

P: Tinha mais algum?

E: No primeiro momento, foram esses dois. Depois, mais à frente, a gente decidiu incluir os meios de comunicação mesmo, entre o público-alvo, e as vereadoras, deputadas estaduais... as mulheres dentro do sistema político, digamos assim. Então, todas as vereadoras, todas as prefeitas, todas as governadoras recebiam o nosso jornal. Disso veio também uma demanda interessante. Naquela época, essa coisa de *website* era outra “onda”. Então, se tinha um projeto de lei no Congresso Nacional, até que uma vereadora soubesse daquilo, demorava um tempo. Com o fato de a gente ter um jornal e de passar a distribuir para as vereadoras, a gente recebeu muita resposta. Na verdade, era de novo muita demanda também: era uma resposta, mas era na forma de demanda. Então: “Poxa, a gente gostaria de fazer um projeto de lei desse tipo. O quê que vocês acham?” ou “A gente gostaria de ter uma iniciativa parecida.”. Começava a chegar um monte de coisas para a gente; aí, a gente viu que a gente não dava conta, era impossível. Quer dizer, não dava para simplesmente disseminar a informação e as pessoas receberem e ficarem no canto delas lá, com a informação, se virando. Voltava tudo para cá e, num determinado momento, isso foi muito sufocante para a gente. Não dava conta

e, ao mesmo tempo, com uma vontade enorme de responder a isso. Quando a gente decidiu, é porque a gente achava que o poder local, as Câmaras de Vereadores, as prefeituras eram muito importantes para garantir os direitos das mulheres; e que a gente tinha aqui uma elaboração, um discurso, um diálogo que podiam servir de referência. Mas terminou que o próprio CFEMEA virava uma referência. Nós começamos então a... o material que a gente produzia e o nosso site (nesse momento, a gente já tinha o site) começaram a dar uma série de informações sobre os grupos que as pessoas poderiam procurar no seu estado, no seu município... aqueles grupos com os quais a gente se relacionava, para que as vereadoras, as prefeitas, enfim, quem tivesse interesse, buscasse diretamente os grupos. Mas foi um momento de sufoco: era muita demanda.

P: E vocês tinham uma equipe direcionada para a comunicação, nesse primeiro momento, uma cena de jornalistas no meio de vocês?

E: Então, durante alguns anos, a gente não teve uma equipe: a gente tinha uma jornalista. Num momento inicial, a jornalista fazia o Fêmea, com alguma de nós, da equipe. Eu sempre estive muito ligada ao Fêmea. Durante todos esses anos, eu estive nessa equipe que fazia o Fêmea, que fechava o Fêmea. Às vezes, tinha mais alguém das diretoras da Organização, mas eu sempre estive com a jornalista, fechando o jornal, fazendo o jornal, escrevendo para o jornal...

P: Essa jornalista não era do grupo?...

E: Do grupo de fundadoras, não. Depois, quando veio toda essa coisa digital, *website*... aí, a comunicação do CFEMEA também tem que passar por esses outros lugares. Aí, chegaram alguns momentos em que a gente tinha duas pessoas: uma mais voltada para o *website* e outra mais voltada para o Fêmea; e, em vários momentos, quem estava mais direcionada ao Fêmea ficava também numa coisa de assessoria de imprensa, porque, como a gente fazia ações de incidência, a gente precisava visibilizar isso na mídia. Então, havia um trabalho de assessoria de imprensa também que, em geral, quem fazia o Fêmea era quem fazia a assessoria de imprensa.

P: Você disse dessa proposta... você que participou, desde o início do jornal... houve uma mudança do propósito do Fêmea, de 1992 para cá?

E: Houve, houve sim. Foi mudando, em vários momentos. Como eu te disse, ele tinha esse sentido de ser já ele próprio um instrumento da incidência política. De alguma maneira, ele trazia uma informação que servia para a formação política feminista, quer dizer, as mulheres dos grupos de mulheres que recebiam ali também iam com aqueles

textos, porque quem escrevia no Fêmea... também a gente que era do CFEMEA escrevia e outras mulheres de organizações feministas, do movimento feminista também escreviam. Quer dizer, a gente tinha um grupo, uma rede de “sei lá de quantas” mulheres, uma rede de gente que era liderança, que era referência, ou que tinha uma elaboração mais profunda sobre determinadas questões, que eram sempre chamadas a escrever. Então, se alguém, uma liderança sindical feminista era chamada a escrever sobre um projeto de lei que estava tratando dos direitos das trabalhadoras lá no Congresso Nacional, ou se vinha uma questão sobre a violência contra a mulher, então, uma advogada feminista da área penal, trabalhadora doméstica, alguém da Fenatrab (Federação Nacional de Trabalhadoras Domésticas), e assim ia... Então, de alguma maneira, além de ter um argumento bem qualificado para a incidência política, quer dizer: à medida que o jornal chegava ali, não raro, parlamentares usavam um discurso que estava ali dentro do Fêmea para fazer seus pronunciamentos em pequeno expediente, em grande expediente... estava sustentado ali naquela linha de argumentação que a gente veiculava ali, mas que não era toda formulada no CFEMEA. Então, nesse sentido, tinha uma coisa de formação: quem recebia o jornal lá, encontrava ali mais argumentos para defender o direito ao aborto, para defender o enfrentamento à violência contra a mulher, para defender o orçamento para as mulheres... No primeiro momento, era muita coisa da legislação, dos direitos das mulheres, da regulamentação da Constituição. Eu diria que os dez... até 1996, 1997 era muito isso. A partir de 1997, vai ganhando mais relevância a questão das políticas públicas também. A partir de 2000; além da legislação, do direito das mulheres, do Parlamento mesmo; a questão das políticas públicas vai ganhando mais relevância: orçamento público; políticas públicas; garantia de direitos, através das políticas públicas; e toda a questão do empoderamento das mulheres, a participação política das mulheres, as mulheres nos espaços de poder e decisão, reforma política: essa coisa toda. Até o início dos anos 2000, a gente veiculava, de alguma maneira, a voz das próprias parlamentares no Fêmea. Então, havia entrevistas, artigos que elas escreviam... Depois, chegou um momento em que a gente resolveu não fazer mais isso: não ter mais parlamentar. Criava muito problema para a gente. A gente queria ter uma posição suprapartidária, a gente queria não, a gente tinha uma posição suprapartidária e dar voz para uma pessoa dum partido dentro do jornal implicava em ter que dar voz a outras também, para poder sustentar essa coisa; e isso era complicado, porque a gente tinha uma posição suprapartidária, mas era posicionada

politicamente. Não significava que qualquer posição política poderia ser veiculada simplesmente porque... então, não dava. Aí, a gente cortou isso, de ter deputadas falando, escrevendo no Fêmea. Depois, já na última fase, a gente resolveu fazer do Fêmea um jornal que veiculasse mais aquilo que o movimento de mulheres estava fazendo: a sua mobilização, uma linha editorial que valorizava mais o movimento, a sua mobilização, a sua demanda; para ser visibilizada nos lugares onde o jornal circulava. Durante a maior parte do jornal, a gente tentava visibilizar a demanda do movimento para os lugares de poder, de decisão, os espaços do sistema político; e nessa última fase aí, a gente esteve mais orientada para visibilizar a força do próprio movimento.

P: Isso de quando para cá?

E: Eu acho que isso nos últimos cinco anos, a gente atuou mais nessa linha. Porque também tinham outros recursos. Então, o que era estudo, pesquisa, a internet e o acesso à internet... portanto, aquilo que era o argumento mais qualificado tecnicamente, mais apropriado para determinadas disputas dentro do Poder Executivo, do Poder Legislativo: isto a gente fazia muito através do Fêmea. O *website* dava conta disto, a gente não precisava ter um jornal impresso. Esse jornal chegava lá no interior do Acre, então, o quê que era importante chegar no interior do Acre? Um argumento sobre o orçamento público e o monitoramento do orçamento da União, que ninguém consegue... que é muito difícil de as pessoas lerem e se apropriarem, ou chegar algo que fizesse mais sentido para a organização e mobilização das lutas das mulheres? Então, a gente deixou esse argumento mais qualificado, do ponto de vista técnico, para circular dentro do *website* (aí há vários estudos, publicações...) e o jornal ficou um instrumento mais do debate político, da mobilização política feminista, antirracista.

P: Pensando nessa perspectiva, Guacira, tem uma mudança do quê que vocês compreendem como notícia para veicular nesse jornal, desse primeiro momento lá, que estava muito vinculado às políticas públicas para este momento agora do movimento, em si? Você acha que tem uma mudança? Do quê que vocês entendiam como notícia lá no início e agora, ou a perspectiva do jornal era outra: não só da informação, mas no sentido da formação mesmo desse grupo de mulheres?

E: É, como eu te falei, o jornal mesclava essas duas coisas: a informação e a formação. Ele tinha este objetivo de formar e eu acho que um jornal mensal, que demorava, às vezes... no começo a gente mandava o jornal como... quer dizer, todas as vezes, a gente mandava o jornal como um impresso. Então, a coisa da notícia, para falar de um jornal,

chegava já muito depois do fato em si. A notícia quente não segurava, nessa perspectiva, e, para nós, eu acho que tem uma primeira fase em que a notícia era o que acontecia dentro do Parlamento, que dizia respeito aos direitos das mulheres. Isso era o quente, o foco, como as coisas avançavam muito no Parlamento e, numa segunda etapa, o foco do jornal é o que é que o movimento de mulheres quer, o que é que o movimento de mulheres demanda, qual é a exigência, qual é o debate. Então, por exemplo, tem um dos Fêmeas que sai sobre a questão do Estado laico... você viu esse Fêmea, você conhece?

P: Não, não...

E: Vou te mostrar aqui... Ele vai bem na linha oposta, mostrando o que é que o Parlamento não está fazendo, o quê que ele está fazendo contra os direitos das mulheres. Sai com esta capa de Estado laico e aí ele vai mostrando todas as vozes das mulheres pelo Estado laico e aqui, então, toda a ofensiva fundamentalista: quem é, quem são os pastores, os padres, os parlamentares da bancada antidireitos. É um outro jeito, é uma notícia... quer dizer, o Parlamento aqui, quando é notícia, é para dizer que ele... é para denunciar e não para mostrar que há um espaço real de diálogo. Eu acho que também mudou o movimento, mais a estratégia do movimento de mulheres, e mudou muito o Parlamento: hoje a gente tem um conservadorismo crescente dentro do Congresso Nacional, que forçou a gente também a tomar uma outra atitude, em relação ao Congresso. Nesses últimos cinco anos, aí foi mesmo assumir uma postura. Os canais de diálogo estavam muito fechados, hoje, então, estão absurdamente fechados. Se a gente olhar... o diálogo que tem disso é... e a gente tem repetido isso: essa é a pior composição do Congresso Nacional, desde... antes da ditadura eu não conheço. Eu nasci em 1959, então (risos)... eu não conheço a democracia de antes da ditadura militar, mas é o pior Parlamento que a gente já teve. A nossa agenda...

P: No sentido de abertura ao diálogo?

E: No sentido de abertura ao diálogo, de acolhimento, de reconhecimento das demandas por direitos... é um Parlamento reacionário, antidireitos mesmo. Claro que não é 100% isso, mas como a gente está fazendo política e política depende de correlação de forças, hoje, as forças que a gente consegue reunir, a gente reúne para resistir aos retrocessos. Nesses anos todos, a gente reunia forças para avançar, forças para buscar mais, para garantir mais, para efetivar mais... e, atualmente, não: reunir forças para resistir, porque são poucas forças.

P: Eu ia até te perguntar algo parecido com isso que você está me dizendo: as propostas, não só relacionadas ao CFEMEA e ao jornal, enfim, mas a pauta de reivindicação da mulher, até pelo seu envolvimento... o quê que mudou dos anos 1960, 1980 para cá? Você consegue...

E: Ah, mudou tudo! Eu acho que mudou tudo, em termos de reivindicação para o poder público, mudou tudo. Primeiro, porque o poder público, com a Constituinte... a questão dos direitos das mulheres torna-se uma questão para o poder público, como o resultado da luta das mulheres nos anos 1960, 1970, 1980... esta torna-se uma questão. A Constituição de 1988 é a primeira constituição que diz que homens e mulheres são iguais em direitos. Não havia sido dito isto antes. Então, a Constituição vai, várias vezes, se referir à igualdade, aos direitos das mulheres. O sistema político, o poder público, a esfera pública assumiram; por demanda, por capacidade política do movimento de mulheres e feminista; que esta era uma questão sua. Então, mudou tudo! Por isso, fez sentido haver uma bancada feminina; fez sentido o movimento de mulheres se organizar, se mobilizar; fez sentido lutar por políticas públicas para as mulheres; orçamento para estas políticas; compromissos; metas: é outra história. Nos anos 1960, havia toda uma possibilidade que se abria ali, que era chamando a sociedade para dizer: “olha, nós existimos, estamos sendo... somos discriminadas, não somos reconhecidas, somos desvalorizadas, somos violentadas e exigimos direitos iguais. Queremos decidir sobre a nossa vida, sobre o nosso corpo...”. Então, esse é um momento de colocar para a sociedade. Essa colocação para a sociedade tem implicações diretas na forma como a sociedade depois vai também se colocar e reconhecer que o poder público e o que é de interesse público, o que é para o bem comum tem que ser também para o bem das mulheres, ou não é para o bem comum. Foi, lá nos anos 1960, 1970... porque os anos 1960 são um começo... eu acho que o Brasil não é o que foi na Europa...

P: Muito mais na década de 1970, né?!

E: É muito mais no final da década de 1970, com a luta pelo fim da violência contra as mulheres, o início dos encontros feministas, que esta questão vai se levantando. Eu acho que isto faz toda a diferença! É aí que muda mesmo a mentalidade da sociedade e, no momento subsequente, muda o poder público. Hoje a gente tem um poder público e um sistema político altamente excludente, oligárquico, que resiste a estas demandas, a estas mudanças da sociedade. Então, quando a gente vê o Marco Feliciano vociferando contra os direitos sexuais; os direitos reprodutivos; o direito ao aborto (incluído dentro disso);

colocando um modelo de família absolutamente patriarcal; a mulher num lugar tradicional, de mãe que cuida; enfim, voltando tudo atrás. É isso: quer dizer, é uma reação dum sistema político que está mostrando o grau de isolamento da sociedade, não só por esta razão, mas por várias outras. Mas nada é isolado: o sistema político não está em crise (o Parlamento, em especial, como um lugar em que os partido políticos estão enfrentando essa crise de maneira mais aguda), não é só por causa da corrupção, não é só por causa do patrimonialismo: está tudo junto. Também esta visão conservadora, fundamentalista, machista, patriarcal, racista de sociedade está toda lá. Outra coisa que eu acho que mudou muito na pauta de quando a gente começou (e mais ainda em relação aos anos 1970) é uma pauta que tem que ver as mulheres e as desigualdades entre nós, mulheres. Então, toda a questão racial, muito fortemente colocada... étnica e racial, fortemente colocadas... as chamadas desigualdades intragênero... toda a coisa de um feminismo antirracista sendo mais discutida, debatida, uma rechaço a uma agenda das mulheres em geral, a pauta das trabalhadoras domésticas (que é uma pauta do movimento de mulheres muito forte) trás essa força, essa radicalidade, para dentro do movimento. A mobilização das mulheres no campo também como outra forma de desigualdade... a cidade, o campo, as questões raciais, as questões de orientação sexual (a questão da lesbianidade, a heteronormatividade), como agendas. Então, também a diversidade entre nós como uma pauta.

P: Esse coletivo de mulheres acaba sendo... não sei se segregado é a palavra, mas é possível incluir um “nós, mulheres” de representação, Guacira? Você acha que o Fêmea, por exemplo, tenta dar esta voz para este coletivo?

E: Tenta dar! Tem sempre esse alerta: a questão do racismo... a gente sempre olhou para os vários movimentos e tentou veicular isto dentro do jornal, fazer com que o jornal reverberasse essas formulações dos diferentes movimentos. Agora, claro, isso tem uma... também tem a questão da juventude, como um elemento importante... eu acho que a internet, as redes sociais trazem uma apropriação da juventude da comunicação que antes, só com o jornal, era muito mais difícil. Com a mídia tradicional, era mais difícil para a juventude tomar os veículos de comunicação. A internet, pronto!...

P: Dissemina isso, né?!

E: E aí é uma outra voz também, importante nesse espaço. Houve uma fase aqui também que, num primeiro momento, lá no início, as jornalistas que trabalhavam com a gente eram jornalistas mais experientes, vinham de jornais mesmo, dos jornais da

grande imprensa... vinham desta experiência profissional. Depois, vem uma galera mais jovem mesmo, já com esta vivência de redes sociais, uma outra “pegada” de comunicação.

P: Você considera, Guacira, o Fêmea um jornal especializado?

E: É especializado, totalmente especializado, posicionado. Não o que você chama por especializado, mas é um...

P: Nessa perspectiva mesmo de uma imprensa tradicional e daquilo que é segregado mesmo, numa linha bem específica...

E: É, é... uma linha bem específica, uma posição política bem... uma linha editorial também... é isto, não é outra coisa.

P: Apesar do jornal Fêmea, a gente vê essa ligação com o CFEMEA (eu estou falando de nomenclatura), tem uma conotação “fêmea” diferente? O quê que vocês consideram como “fêmea”?

E: Pois é, olha... essas coisas dos nomes, né?! O nome do jornal foi... quando o CFEMEA foi criado, lá atrás, e o jornal, como eu te falei...

P: Concomitante, quase...

E: Nasce quase junto... a gente não tinha uma equipe profissionalizada e a gente trabalhava com uma... não chamava assim na época, mas a gente trabalhava com uma rede de colaboradoras e estas colaboradoras eram militantes. Eu trabalhava na Câmara dos Deputados, na época, era o meu emprego, eu trabalhava lá, e, junto com outras pessoas que trabalhavam na Câmara, que também eram feministas, a gente se juntava para ver o quê que estava acontecendo no Congresso, naquela semana, para fazer o monitoramento. Então, era uma coisa: “vamos fazer junto!”. O primeiro número do jornal, o primeiro boletim saiu numa folha A4, impresso, no xerox, e a gente ficou discutindo qual que era o nome que a gente ia dar. A gente achava que era importante ter um nome que o caracterizasse como um jornal de mulheres, que fosse a voz das mulheres, que tivesse esta cara... e tinha o nome CFEMEA. Aí, alguém sugeriu o nome “Fêmea”, porque dava esta característica, informava de cara o quê que era o jornal. Havia uma preocupação de não ser um jornal “mulherista”, no sentido assim... enfim, eu não sei te dizer... eu me lembro da discussão... alguém disse: “Fica bacana, Fêmea já é... o nome da Organização já é CFEMEA e Fêmea remete a esta Organização e, ao mesmo tempo, não fica uma coisa “mulherista”, mas fica uma coisa posicionada, a partir desse lugar de ser mulher.”. Claro que, com os anos, toda essa naturalização, essa “Fêmea”

tão naturalizada, “biologizada”... a gente não pensou nisso naquele momento... e ficou. Foi um nome que foi rodando e foi ficando; mas a ideia, naquele momento, era ter um jornal que o nome já dissesse; na hora que alguém pegasse o jornal no escaninho lá, na Câmara dos Deputados; já soubesse que era um caminho, uma perspectiva diferente, que estava sendo colocada.

P: Quando você fala de um jornal “mulherista”, é mais voltado para essas pautas que talvez a gente entenda, no senso comum, como pautas femininas, de beleza, estética, enfim...

E: É, exato!

P: Guacira, já vou finalizar... Os artigos são quase todos assinados. Este é um direcionamento de vocês?

E: Você vai ver que, no início, a gente não assinava nada; tudo o que a gente escrevia ia sem... a menos que a gente pedisse para alguém de fora. Tudo o que era feito por nós mesmas não era assinado. Depois, veio uma demanda, de dentro mesmo da equipe do CFEMEA, de assinar os artigos e a gente atendeu a esta demanda e passou, então, a ser assinado. Mas você vai ver que tem uma fase, nos primeiros dez anos, que a gente não tem quase nada assinado do que era elaborado pelo CFEMEA. O próprio editorial era o editorial do jornal e não precisava ninguém assinar. Depois, virou uma coisa que: “ah, não, assina ou não o editorial... assina sim o editorial.”. Daí, seguimos com esta coisa de assinar.

P: E esse trabalho, no início, era uma escrita coletiva?

E: Era uma escrita coletiva. A gente fazia a pauta coletivamente e elaborava... havia coisas que eram produzidas que não eram para o jornal, especificamente, mas se tinha que elaborar um texto para ajudar na argumentação de um projeto de lei ou para fazer um debate “não sei onde”... isto tudo era rearrumado por quem... A gente incluía fazer uma circulação de quem ia fazer o Fêmea. Num mês, era a “fulana”, a “beltrana” no outro que ia ficar mais diretamente responsável e, antes de ele sair, ele passava pela revisão. Era uma revisão... não uma revisão jornalística...

P: Do texto.

E: Para ficar o texto... era uma coisa... “ah, não, olha: tem que botar mais isto, mais aquilo...”. Não tinha nenhum problema. Inclusive, por isto; acho que, agora pensando alto aqui; não tinha uma assinatura, não fazia sentido ter uma assinatura, porque era mesmo...

P: Um trabalho de muitas mãos (risos)...

E: Um trabalho de muitas mãos, é!

P: Entendo. Você chegavam, no início, a priorizar algum tipo de gênero de texto: “ah, vamos ter...”? Hoje, a composição de vocês tem entrevista, tem artigo de opinião. Esta separação editorial... no início, era assim?

E: Não, não. A gente tinha menos noção dessa coisa.

P: E aí, depois, o próprio jornal foi exigindo isso?

E: É!

P: Que vocês dividissem, tivessem entrevistas...

E: É.

P: Ok. Guacira, para resumir, o Fêmea, hoje, é o quê para vocês, para o grupo?

E: Bom, a gente concluiu, agora a gente não tem mais Fêmea: o último saiu em dezembro. Eu acho que o Fêmea foi o grande responsável pelo CFEMEA ser o que é: uma Organização com visibilidade em todo o país, reconhecido por quem é fundamental para a Organização, que são os grupos e as organizações do movimento de mulheres. Tem uma amiga da gente que diz que, para ela, o Fêmea é o Diário Oficial do movimento feminista. Ela é uma pessoa mais do campo da História e já escreveu várias coisas, sobre o movimento feminista, as feministas... Ela tem uma coleção do Fêmea, que guarda com todo o cuidado. Ela diz: “Que bom que a história do movimento feminista nesses 30 anos de luta por políticas públicas, de luta por direitos... a história nesse veio, digamos assim, que está contada nas edições do Fêmea.”. Então, eu acho que é isto: foi um jeito de perseguir, de articular, de amplificar uma voz do movimento de mulheres e feminista, no Brasil; um jeito de amplificar esta voz, e que, para o CFEMEA foi muito importante. A gente apostou na comunicação. As ONGs, no começo da virada democrática, algumas apostaram bastante na comunicação e eu diria que o CFEMEA... algumas, poucas, outras ficaram muito no trabalho junto com a comunidade, apostaram menos no processo de comunicação. Eu acho que o CFEMEA fez esta aposta e, como as outras que fizeram esta aposta também, ganharam muita visibilidade, se tornaram uma referência. É uma aposta difícil para a gente, porque fazer um jornal e distribuir o jornal é um custo muito alto, para os projetos. Há pouco recurso e o recurso que você tem... uma grana para manter jornalista, para fazer o jornal, para distribuí-lo por correio, impresso, “para tudo enquanto é lugar”...

P: Uma distribuição que é feita nacionalmente.

E: Nacionalmente.

P: E foi um dos motivos do encerramento das publicações?

E: Foi. Um dos motivos foi esse. A gente também veio pensando que as dificuldades pelas quais o CFEMEA passava, em termos de recursos, e o tamanho do movimento de mulheres, quer dizer, a amplitude do movimento... Uma organização que vai precisando ficar menor em seu quadro, com um movimento que vai crescendo e se diversificando: são dois movimentos que não são compatíveis. Então, a gente, num momento, pensou, inclusive, que seria bacana a gente favorecer que houvesse, no movimento, um outro veículo; porque, mesmo para a gente fazer isso que a gente fazia, de trazer diferentes vozes, editar um jornal, você sabe... o que é editar um jornal, buscar gente em diferentes lugares, fazer uma pauta, uma agenda, trazer... precisa de gente para isto, dá um trabalhão, né?! E a gente não tem recurso, não tem gente hoje para fazer isto. A gente achou, e acha ainda, que é um investimento importante do movimento de mulheres, que era importante que uma galera fizesse um esforço neste sentido... que a imprensa escrita, a imprensa assim, essa coisa assim: papel... se a gente quer construir um movimento popular de mulheres, que dialogue com as mulheres que estão em muitos lugares diferentes no Brasil, precisa ter isto, precisa chegar lá. A internet é muito bacana, é muito importante, tem que estar na internet... agora, para consolidar, para chegar, para “capilarizar”, para chegar na mão das pessoas, em muitos espaços, tem que ter um jornal escrito.

P: E até pelos diferentes públicos e acessos.

E: Isso.

P: Às vezes, a internet não promove essa acessibilidade toda que a gente pensa, falando na dimensão do Brasil. Não dá conta, né?!

E: E tudo na internet... é tanta informação, como a gente já sabe, que você disponibiliza a informação e daqui a pouco você perde a informação. Um boletim, uma *newsletter* na internet... você chega hoje, você vê hoje e amanhã ela já é lixo. Se eu não li... porque amanhã eu tenho mais 20 *newsletters* na minha caixa de e-mail. O jornal, quando chega, ele fica alguns dias, às vezes, alguns meses. Então, ele tem uma força outra, uma outra possibilidade. A internet tem a sua força e o impresso tem outra força.

P: Ok. Guacira, a composição inicial lá, aquelas cinco pessoas quem eram? E a profissão de vocês?

E: Então, eu, socióloga; a Iares, advogada; a Marlene, economista; a Gilda Cabral é administradora de empresas e economista também; e a Malu, também economista. Um monte de economista! Estas eram as profissões. As quatro eram servidoras públicas: Marlene, Malu, Gilda e Iares eram servidoras públicas. A Marlene vinha da área de agricultura; a Gilda vinha da área de planejamento da administração pública (todo mundo da administração pública federal); a Iares, da Caixa Econômica Federal, quer dizer, a Iares não era da administração direta, administração indireta: Caixa Econômica Federal; a Marlene vinha dessa área de abastecimento, agricultura; Gilda da área de planejamento; e a Malu vinha da SUDEPE, que, na época, era Superintendência do Desenvolvimento da Pesca. Todas foram emprestadas para o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, foram chamadas e trabalharam no Conselho como servidoras públicas. Eu vinha de uma... eu sou formada em Sociologia, mas vinha de um trabalho na área da Comunicação, tinha trabalhado na Revista Humanidades, tinha trabalhado numa empresa de análise de informação jornalística para a política, formação de jornal para análise política da informação e aí fui convidada para trabalhar no Conselho Nacional dos Direitos da Mulher e, depois de trabalhar no Conselho é que eu vou trabalhar na Câmara dos Deputados. Eu não vinha dessa coisa. Isso!

P: Ok. Guacira, muitíssimo obrigada, por ter inesperadamente tomado o seu tempo!

E: De nada! Obrigada você!