

O impresso como instrumento de educação feminina: uma análise do *Correio da Manhã* (1901-1974)

ANA LUIZA GREGIO HONMA;

JOSÉ ELIAS MENDES NETO*

1. BREVE HISTÓRIA DA IMPRENSA NO BRASIL

A história da imprensa possui estreita ligação com a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista. Esta ligação é facilmente perceptível quando se constata a influência exercida sobre o comportamento dos grupos sociais e dos indivíduos pela propagação dos impressos. No princípio de sua história, o controle da imprensa ficava nas mãos da autoridade governamental vigente e seu desenvolvimento e proliferação, conseqüentemente, foi um tanto quanto lento (SODRÉ, 1999:1-2).

No Brasil, a imprensa surge com o atraso de três séculos se comparada à Europa, nos tempos do Império. Sendo a história do Brasil repleta de peculiaridades, não causa espanto o primeiro jornal brasileiro – o *Correio Braziliense* – ter sido publicado, não no Brasil, mas em Londres. A tipografia e o jornalismo são impedidos de existir pela administração colonial portuguesa até a chegada da Corte de D. João VI que, em maio de 1808, instala as oficinas da Impressão Régia. O Brasil passa a ser a sede do poder real e dessa transição se dá o advento do jornalismo impresso (BAHIA, 2009a:17; MARTINS & LUCA, 2008:7). Martins & Luca (2008:8) afirmam que “a nação brasileira nasce e cresce com a imprensa. Uma explica a outra. Amadurecem juntas. Os primeiros periódicos iriam assistir a transformação da Colônia em Império e participar intensamente do processo. A imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira”.

Numa trajetória que se interrompe e recomeça inúmeras vezes, é apenas no século XX que se estabelece definitivamente, no Brasil, a passagem da pequena à grande imprensa (BAHIA, 2009:239; SODRÉ, 1999:275). Luca (2008:149) acredita que a expressão *grande imprensa*, “apesar de consagrada, é bastante vaga e imprecisa”, sendo que seu significado remete ao aparecimento de “empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de

* Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Orientadora: Profª Drª Raquel Discini de Campos.
Financiamento: CNPQ e FAPEMIG.

equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função” (SODRÉ, 1999:275) que tomam o lugar das folhas tipográficas dos pequenos jornais. Esse processo de mudanças no plano de produção afeta diretamente o plano de circulação, o que altera significativamente as relações jornal-anunciante, jornal-política e jornal-leitor. “O jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte” (SODRÉ, 1999:275).

2. O CORREIO DA MANHÃ NO CENÁRIO DA GRANDE IMPRENSA

Sem dúvida que do eixo Rio-São Paulo emanaram os modelos dos jornais que circularam pelo país. Dentre tais modelos, de 1901 em diante, o *Correio da Manhã* irá desempenhar papel paradigmático (BAHIA, 2009:240). De valor essencial para a história da imprensa brasileira, o *Correio* foi, durante a maior parte do tempo em que foi publicado (1901-1974), um dos veículos mais influentes em todo o Brasil, já que, apesar de ser editado no Rio de Janeiro, circulava por todo o país através de assinaturas. Além disso, suas colunas eram comentadas ou inteiramente reproduzidas pelos jornais de menor porte das pequenas e médias cidades brasileiras (CAMPOS, 2012).

Verdadeiro ícone da vida cultural do período, o surgimento do *Correio da Manhã* representou um marco de transição da imprensa brasileira. “A grande novidade foi seu caráter declaradamente de oposição ao poder dominante, destacando-se pelo combate sem tréguas à corrupção, às arbitrariedades e ao desrespeito às leis constitucionais” (ATALA, 2011). No editorial de apresentação da primeira edição – que, modesta, contava com apenas seis páginas, sendo três ocupadas por anúncios – do *Correio da Manhã*, o proprietário e fundador Edmundo Bittencourt definiu seu jornal como “de opinião”. “Em poucas semanas, o jornal já era um sucesso. Caiu no gosto do público pelo inusitado de sua combatividade” (ATALA, 2011). A respeito disso, Luca (2008:163) conta que o *Correio da Manhã* “de fato, [...] não tinha compromissos com agremiações ou figuras políticas e, quando do seu surgimento, foi uma voz dissonante no coro que aplaudia o então presidente Campos Sales, postura que manteve em todos os governos subsequentes”.

Alberto Dines (2003), no entanto, lembra que o escritor Lima Barreto, ao usar a redação do *Correio* como cenário para a descrição do ambiente jornalístico em seu romance

Recordações do Escrivão Isaías Caminha, teve seu nome mantido impiedosamente na lista negra do jornal durante meio século. Gilberto Freyre chegou a se demitir do jornal em 1940 por ver censurado um texto no qual mencionava o nome de Samuel Wainer.

“Padrão de qualidade literária, paradigma de inovações empresariais e tecnológicas, incubadora de talentos, o Correio da Manhã foi também o protótipo do ‘jornalismo de dono de jornal’ – explosiva combinação de personalismo, audácia e arrogância capaz de produzir grandes jogadas políticas e jornalísticas como também tremendas injustiças” (DINES, 2003).

Apesar disso, o *Correio da Manhã* protagonizou na imprensa brasileira uma história gloriosa, como pontua o jornalista Ruy Castro (2001). “Uma história que, durante boa parte dos 74 anos seguintes, iria alterar várias vezes a vida política do país, inspirar a vocação de milhares de jornalistas e dar aulas diárias de como se fazer jornal. Era um jornal do Rio, que o país inteiro lia” (CASTRO, 2001). Ele próprio tornara-se jornalista por causa do *Correio*, com o qual sonhava trabalhar desde criança. Contudo,

“foi também uma história que terminou – cruel, mesquinha e desnecessariamente – a 16 de junho de 1975, num leilão em que máquinas, móveis e arquivos [...] foram arrematados ao bater de um martelo. [...] seu silêncio, seguido de sua morte (na verdade, assassinato), foi uma consequência do pior período da vida nacional: os anos do Ato Institucional nº 5” (CASTRO, 2001).

O periódico contou, em sua trajetória, com contribuições de personalidades brasileiras do campo político e cultural, como Ruy Barbosa, José Veríssimo, Coelho Neto, Artur de Azevedo, Afonso Celso, Medeiros e Albuquerque, Evaristo de Moraes, Carlos de Laet, Alberto de Oliveira, Antonio Salles, Leão Veloso Filho (que usava o pseudônimo de Gil Vidal), Álvaro Lins, Clarice Lispector (sob pseudônimos), Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade, Carlos Lacerda, Aurélio Buarque de Holanda, Franklin de Oliveira, Antônio Callado, Rubem Braga, Antonio Moniz Vianna, Carlos Heitor Cony, Otto Maria Carpeaux, Luis Alberto Bahia, Nelson Rodrigues, Oswaldo Peralva, Fernando Pedreira, Márcio Moreira Alves, Hermano Alves, Paulo Francis, Newton Carlos, Paulo de Castro, Haroldo de Campos, Augusto de Campos, Decio Pignatari, Oliveira Bastos, José Lino Grünwald, Ferreira Gullar, dentre outros.

Dados da Hemeroteca Digital Brasileira mostram que no ano de 1906, o *Correio da Manhã* se tornou o primeiro periódico brasileiro a apresentar um caderno especial aos domingos. Em 1929, novas rotativas foram instaladas nas oficinas do jornal, que em 1933 possibilitaram algumas inovações editoriais, dentre elas, a criação de seções infantis, de rádio, de agricultura e, principalmente, de “assuntos femininos”. As seções femininas do suplemento dominical do *Correio da Manhã* durante o período em que ele esteve em circulação convertem-se na fonte primária de investigação para o projeto de iniciação científica “A educação do corpo feminino no *Correio da Manhã*: beleza, cultura física e envelhecimento”, desenvolvido com o apoio do CNPQ e da FAPEMIG junto à Universidade Federal de Uberlândia, MG.

3. “ASSUNTOS FEMININOS” E O JORNAL “REVISTIZADO”

Para a imprensa, o domingo é um dia especial. Bahia (2009b:255-256) alega que “os leitores nunca duvidaram disso, nem os anunciantes que souberam reservar as melhores ofertas para a véspera da abertura da semana, quando há mais disponibilidade entre os consumidores para examinar, refletir e programar as compras”. O domingo é o grande dia para a leitura e, desde os primórdios, os jornais desse dia são os mais vendidos. Também são maiores as tarifas de inserção publicitária nas páginas do jornal de domingo. Isso não faz com que variem as notícias, o que varia é o espaço para elas, assim como varia a veiculação publicitária. “O jornal dominical [...] tem o peso de um livro e no seu conteúdo associa o jornal propriamente dito e a revista. É o jornal revistizado” (BAHIA, 2009b:256).

As revistas femininas brasileiras nasceram na segunda metade do século XIX para divulgar, sobretudo, literatura e moda e foram concebidas como objetos de lazer. Cohen (2008:117) relata que “essas revistas se revelaram essencialmente normativas, definindo o papel social e determinando os padrões de comportamento desejáveis para a mulher da época [...] constituindo-se em veículo privilegiado de imposição de um modelo social”. A *Revista Feminina* foi uma das mais importantes da época e pode ser considerada uma das precursoras das revistas de hoje em dia. Destarte, competindo com essas revistas que, à época, ainda não haviam se apropriado maciçamente desse nicho de mercado, o suplemento dominical do

Correio cumpriu a função de educar as mulheres conforme uma determinada maneira de ocupar o espaço social e para uma determinada maneira de ser e estar no mundo.

4. A QUESTÃO DE GÊNERO NOS PERIÓDICOS IMPRESSOS

Deve-se notar que desde o princípio, as revistas femininas traziam assuntos como casamento, maternidade e dicas de como portar-se em determinadas situações, mas também orientavam suas leitoras em sua educação, na luta pelo direito ao voto, ao exercício de uma profissão e a uma maior participação social. Mesmo assim ser boa mãe era fator essencial para as mulheres, que deveriam educar seus filhos e acompanhar seu crescimento, sempre lhes transmitindo ensinamentos morais (PINSKY, 2012:470-475).

Na primeira metade do século XX, as mulheres ainda eram tidas apenas como o sexo destinado a casar, ter filhos e cuidar da casa e do marido. O hímen era visto como o bem mais precioso das jovens moças e a perda do mesmo antes do casamento era considerado a maior desonra que uma família poderia ter. Em meados dos anos de 20, as mulheres passaram a circular mais pelas ruas, mostrando mais independência, manifestando mais seus gostos pessoais, consumindo moda, emitindo opiniões, porém sempre com a ressalva de cuidar de seu próprio corpo.

O ideal de esposa também permaneceu ao longo dos anos e dava aos maridos o direito de mandar e permitia até mesmo que eles batessem em suas mulheres. A companheira perfeita era a que mantinha seu matrimônio com muito afeto e conseguia manter o marido longe de amantes, reconquistando-o a cada dia, além de que não o aborreceria com assuntos da casa, permitindo assim que o lar se transformasse num refúgio. Trabalhar longe de casa estava fora de cogitação para mulheres de honra, pois se acreditava que isso comprometeria a maternidade e seria um fator desagregador da instituição familiar. O trecho da revista *A Cigarra* (1924) ilustra bem o pensamento dessa época:

“Diz bem ser feminista, mas feminista sob este ponto de vista altamente nobre: Ser mãe humana! Haverá porventura uma ambição mais digna do que esta: Ser mãe humana? Só não é mãe humana aquela que, esquecendo-se do papel primordial que cabe à mulher na formação de seus filhos, não se incomoda com a educação

dos mesmo, deixando-os educarem-se ao acaso [...]” (A Cigarra, 1924 apud BUITONI, 2009:66)

A partir da década de 1950 a distância entre os sexos começou a diminuir. Passou a ser mais comum a presença das mulheres no mercado de trabalho e nos estudos. Com a criação das pílulas anticoncepcionais, a autonomia das mulheres cresceu, possibilitando a escolha sobre terem ou não filhos. Além da pílula, grupos feministas passaram a atuar e defender o direito da mulher ser dona do próprio corpo, inclusive quando o assunto era sexo, a busca pelo prazer e o acesso à contracepção. Acompanhando isso, na imprensa surgiram as primeiras fotonovelas e os testes de revista. A primeira publicava, geralmente, histórias de amor em quadrinhos. Já os testes, gênero que se tornou quase que obrigatório nas revistas femininas e duram até hoje, trazia perguntas que, supostamente, seriam capazes de dizer como é sua personalidade, se o garoto que você gosta também está a fim de você e temas afins. Nesse tipo de testes é possível perceber um padrão de beleza da época (mulher branca, pele fina, olhos bonitos) e também uma generalização quanto ao corpo e personalidade, como explica Dulcília Buitoni:

outra ligação importante e sintomática está em associar aparência física a temperamento. Se a mulher tem determinado físico, vai agir de tal modo. O corpo vai condicionar a personalidade, o que representa uma minimização do contexto familiar e social. (BUITONI, 2009:95)

A conquista de direitos e espaços pelas mulheres também foi crescendo. Hoje em dia vemos que na união matrimonial procura-se o companheirismo e a traição não é mais tida como algo normal em uma relação. A autonomia feminina permitiu também que o desejo pela realização profissional viesse antes do casamento, além da diminuição no número de filhos. Embora tantas mudanças tenham ocorrido, alguns fatores continuam os mesmos, como, por exemplo, a permanência do dever de cuidar dos filhos, que ainda recai sob os ombros das mulheres. Apesar do mercado de revistas femininas ter notado a mudança e encarado as mulheres como pessoas que buscam um novo horizonte e também como sujeitos independentes, ainda assim produzem conteúdo que visa à sedução do homem amado, além de ditarem regras em relação a diversos quesitos, como peso, beleza e vestuário.

É preciso lembrar que, apesar dos periódicos terem ganhado relevância como fontes somente a partir da década de 1930, sua importância para a reconstrução histórica de fatos é incontestável. Porém é preciso cautela em sua utilização como fonte, sendo de grande importância saber a quem se dirige o veículo, seu tipo de público e o posicionamento da instituição. Quando o objeto de estudo é a relação entre gênero e mídia, é preciso ser cuidadoso na análise. Mais cauteloso ainda quando o assunto for especificamente o modo como às mulheres foram e são historicamente retratadas pela imprensa. É imperioso lembrar que existe toda uma tradição de costumes e estereótipos que, supostamente, devem ser seguidos e que os mesmos foram criados e estabelecidos pela sociedade com a ajuda dos meios de comunicação.

Acreditamos que os impressos, assim como qualquer outro tipo de mídia, possuem o poder de influenciar no processo de construção de um indivíduo, na sua educação e no que se acredita ser certo ou errado. Nesta análise é perceptível que a beleza é tida como padrão único e universal e o corpo como algo que seja possível construir e moldar do modo como é tido como melhor. Faz-se necessário um exame cauteloso e minucioso sobre qual é o real poder da mídia sobre o comportamento e entendimento de beleza pelo público feminino. É isso que se pretende através da análise do *Correio da Manhã*.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATALA, Fuad. *Correio da Manhã, 110 anos depois*. Observatório da Imprensa, 2011.

Disponível em: <<http://goo.gl/Cseoj>> Acesso em: 21 mar. 2013.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: história da imprensa brasileira. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009a. V. 1.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009b. V. 2.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de Papel**: a representação da mulher pela imprensa brasileira. 2. ed. São Paulo; Summus, 2009.

CASTRO, Ruy. **Para o Correio da Manhã, com uma lágrima**. São Paulo: 2001. Disponível em: <<http://goo.gl/BvFOD>> Acesso em: 21 mar. 2013.

COHEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. P. 103-130.

DINES, Alberto. **O Correio da Manhã cada vez mais longe**. Observatório da Imprensa, 2003. Disponível em: <<http://goo.gl/CrNMX>> Acesso em: 21 mar. 2013.

HEMEROTECA DIGITAL BRASILEIRA. **Correio da Manhã**. Disponível em: <<http://goo.gl/50yrH>> Acesso em: 21 mar. 2013.

LUCA, Tania Regina de. A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: _____; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. P. 149-175.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: _____ (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. P. 7-19.

PINSKY, Carla Bassanezi. A era dos modelos rígidos. In: _____; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo; Contexto, 2012. P. 469-512.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. atualizada. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.