MULHER E MÍDIA: UMA ANÁLISE FEMINISTA DO JORNAL *NEWS SELLER*

WOMAN AND MEDIA: A FEMINIST ANALYSIS OF THE NEWSPAPER *NEWS SELLER*

Clara Guimarães Santiago[*]
Graciela de Souza Oliver[**]

A referida comunicação foi apresentada no dia 17 de maio de 2013 no *I Encontro de Filosofia e* Gênero na Universidade São Judas Tadeu em São Paulo-SP. Foram apresentadas 13 (treze) pesquisas que estão sendo desenvolvidas em universidades brasileiras por pesquisadores que transitam pelas duas áreas. O objetivo desta comunicação é demonstrar as relações que percebemos ao nos debruçar sobre a documentação da pesquisa, baseando-se na obra de Michel Foucault.

Nossa pesquisa se refere à análise das matérias direcionadas ao público feminino publicadas no jornal *News Seller* nos anos de 1960 a 1969; o jornal foi vendido em 1968 e tornou-se "*Diário do Grande ABC*". Teve grande importância na região, e o próprio termo "*ABC Paulista*" foi utilizado pela primeira vez exatamente no *News Seller*.

Tratava-se de uma publicação semanal inicialmente e que se transformou em bissemanal. Possuía três cadernos e as matérias para o público feminino costumavam ser encontradas no Segundo Caderno até 1968, quando foi criado um suplemento publicado em forma de um encarte.

Entende-se que o *News Seller* tinha um caráter mais conservador do que radical ou libertário e a partir de 1964, com a criação das colunas e suplemento direcionado ao público feminino, são incorporadas imagens com o objetivo de ilustrar as matérias, a grande maioria delas fazem parte da temática "moda".

[*]Mestranda em Ensino, História, Filosofia da Ciência e Matemática pela Universidade Federal do ABC (UFABC). claragui@gmail.com

[**]Professora Doutora da Universidade Federal do ABC (UFABC). graciela.oliver@ufabc.edu.br

Nossa hipótese de pesquisa é que dentro de uma sociedade em desenvolvimento, patriarcalista e autoritária politicamente, a divulgação do conhecimento científico para as mulheres foi "domesticado".

Temos por definição que a divulgação científica é "uma ramificação do trabalho do cientista", bem como do literato, conhecedor ou jornalista (MASSARANI & ILDEU, 2002), pois teria o intuito de socializar o conhecimento produzido em suas pesquisas de forma mais simplificada para atingir a sociedade. A divulgação teria também o objetivo de chamar atenção para o conhecimento científico e promover uma "*alfabetização científica*", além de buscar apoio e financiamento para pesquisas (ANDRADE & CARDOSO, 2001, p.248).

Em relação à imprensa direcionada para o público feminino, Buitoni (1981) afirma que ela pode ser entendida em um primeiro momento como neutra, mas ao observarmos com maior atenção, vamos perceber que ela é a mais ideologizada de todas por, principalmente, não criar uma relação entre a realidade social e as matérias, trazendo sempre saberes desconectados da "vida real".

Podemos citar como exemplo a matéria abaixo, que foi publicada no *News Seller* em 16 de abril de 1964 e traz a informação de que a análise das unhas são uma nova forma científica de "revelar segredos da alma feminina".

MODA INFANTIL

NOVA CIÊNCIA PODE "REVELAR REGREDOS DA ALMA FEMININA"

AS UNHAS FALAM

A HISTÓRIA DO TERCEIRO OLHO

MAZÉM

Conjunto Kenmore De 15.990, por 12.990, ou pelo Plano Sears

INFLUI NO SABOR DAS COMIDAS O ESTADO DE ANIMO DA COZINHEIRA

Para analisar que tipos de saberes "científicos" que são direcionados ao público feminino pelo *News Seller,* relacionamos o tema com a obra de Sandra Harding (1996) que apresenta uma crítica feminista da ciência. E também utilizamos Hilton Japiassu (2001, p.73) como referencial teórico, principalmente, quando afirma: "a ciência moderna é

portadora de uma dimensão tipicamente machista", assim, o projeto da ciência repousaria sob ideias empíricas para uma "apropriação intelectual".

Outro exemplo que podemos citar é a matéria abaixo, publicada em 5 de abril de 1964 que traz a afirmação de que mulheres mentem mais do que homens, de acordo com pesquisas de um psiquiatra americano.

NEWS SELLER — 1.o Caderno — 5 de abril de 1964 — Pagina 4

MULHER & LAR

QUEM MENTE MAIS: O HOMEM OU A MULHER?

Um psiquiatra norte-americano realizou há pouco tempo, em colaboração com os seus alunos, diversas pesquisas com relação à mentira. Sua intenção era estabelecer quem mente mais, se o homem ou a mulher. Recentemente, depois de falar, investigando, com centenas de pessoas de ambos os sexos, o cientista deu por findo o seu trabalho, afirmando, com absoluta convicção, que os homens mentem menos que a mulheres. Passando isso a cifras, chegou a apresentar estas: 78% das mulheres contra 49% dos homens mentem, muitas vezes, sem nenhuma necessidade e com a maior desfaçatez.

As pesquisas demonstraram que a questão da mentira na vida feminina, não só nos Estados Unidos mas em numerosos outros países, inclusive europeus, tomou rumo bastante curioso, chegando a uma tal situação, que a mulher que só diz a ver-

Em relação à documentação histórica e nossa hipótese de pesquisa, utilizamos Michel Foucault referencial para análise do material. Pois em um primeiro momento precisamos entender de que forma esses saberes foram "domesticados", em um segundo momento, como lidar com a documentação e em um terceiro momento, entender as relações de gênero inseridas nos discursos produzidos pelo jornal.

Para isso, entendemos que a verdade é algo que não existe fora das relações de poder, ela é construída historicamente, nesse sentido, as verdades produzidas pelo *News Seller* estão dentro dessa estrutura, principalmente, por ser um discurso para mulheres, ou seja, encontramos verdades que controlam o comportamento feminino.

Na imagem abaixo, publicada em 19 de janeiro de 1964, visualizamos uma matéria que explica às mulheres os motivos pelos quais elas não devem trocar carinho em público com seus companheiros.

NEWS SELLER — 1.º Caderno — 19 de Janeiro de 1964 — Página 7

AS DEMONSTRAÇÕES DE CARINHO EM PUBLICO: PREJUDICAM À MULHER

Você pode contar conosco... Mais economia e melhor serviço

SEARS ROEBUCK S.A.

SEM Verão

INIC

COMECE A PAGAR SÓ APÓS UM MÊS

24 PAGA-MENTOS

PRO-MATRE DE SA DEFICIENCIAS

FUNCIONARIOS DE SBC TERÃO ABONO EM 64

Nesse sentido, ao nos debruçarmos sobre a documentação entendemos que a história é feita de descontinuidades, limiares e rupturas. Procuramos o não-dito e os silenciamentos, pois para Foucault (2009) existem discursos produzidos que estão além dos oficiais e uma das formas de analisar essa história seria por meio de uma arqueologia e uma genealogia.

Sendo assim, em relação a pesquisa, buscamos na obra de Foucault, mais especificamente na história da sexualidade, as construções das relações de gênero e da sexualidade. Baseamos-nos nas relações apontadas por Margareth Rago entre o feminismo e o que Foucault chama de "a arte das existências".

Para isso, traçamos um panorama geral das rupturas encontradas nas publicações, e demonstramos os momentos ocorridos que foram: notícias espaçadas até 1964, criação da coluna "Mulher e Lar" em 1964, criação do suplemento "Entre Nós... as mulheres" em 1964 e a criação do suplemento em forma de encarte "Elas" em 1968.

Depois separamos um ano e meio de publicações, entre os anos de 64 e 65, e apontamos alguns números que encontramos. O número total de publicações nesse período foi de 464 matérias, entre elas 104 sobre comportamento, 57 de divulgação científica, 44 com procedimentos técnicos e 59 com dicas.

MULHER & LAR

ESTARÁ A MULHER PERDENDO SUAS CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS?

Bertrand AURRY
especial para o NEWS SELLER

INFLUENCIA DO AMBIENTE FAMILIAR NA FORMAÇÃO MORAL DAS CRIANÇAS

entre nós... as mulheres

SAUDE TAMBEM É BELEZA:

APRESENTAÇÕES

COTIDIANO FAMILIAR

SEU PESO ESTA AUMENTANDO?

Nesse sentido, concluímos que o jornal *News Seller* constrói os discursos baseando-se na divulgação científica, pois não só utiliza-se de pesquisas para embasar as matérias, mas também se coloca dessa forma ao afirmar que tem compromisso com as informações científicas; diferenciando-se dos outros jornais da região, chamando-os de "leigos". Entendemos também que as contribuições do *News Seller* são importantes para traçar um perfil da época e dos saberes que eram direcionados às mulheres.

Palavras-chave: Mulher, Mídia, Relações de Poder, História das Ciências e Epistemologia Feminista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Ana Maria Ribeiro de; CARDOSO, José Leandro Rocha. Aconteceu, virou manchete. **Revista brasileira de História.** [online]. 2001, vol.21, n.41, pp. 243-264.

BUITONI, Dulcília S. **Mulher de papel*:*** a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo, Loyola, 1981.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** São Paulo: Graal, 2007.

FOUCAULT, Michel**. Arqueologia do saber.** São Paulo: Forense universitária, 2009.

FOUCAULT, Michel**. História da Sexualidade** V.1**:** A vontade de Saber. Tradução M. Thereza Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. 13. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

FOUCAULT, Michel**. História da Sexualidade.** V. 2. O uso dos prazeres. Tradução M. Thereza Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. 9. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2010.

FOUCAULT, Michel**. História da Sexualidade. V. 3.** O cuidado de si. Tradução M. Thereza Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. 7. Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2009c.

HARDING, Sandra. **Ciencia y feminismo**. Madri: Morata, 1996.

JAPIASSÚ, Hilton. O projeto masculino-machista da ciência moderna. In: SOARES, L. C. (Org.). **Da Revolução Científica à Big Science.** São Paulo, Hucitec/EDUFF, 2001, p. 67-104.

RAGO, Maria Margareth. Feminizar é preciso: Por uma cultura filógina. **São Paulo em Perspectiva**, v.15 n.3, p. 53-66, 2001.