

A MULHER E A MÍDIA

Vera Lúcia Massoni Xavier da SILVA *

RESUMO

Focalizando os estudos de gênero e objetivando detectar os discursos que materializam a construção das identidades femininas, analisamos textos publicados na mídia catanduvense, de 1970 a 1979, na revista *A Feiticeira*, nas páginas dedicadas às mulheres, denominadas de *Cantinho Feminino*, lugar de produção claramente marcado por ideologias e valores específicos. Nesses textos, observamos uma paráfrase discursiva, representada pelos discursos sobre a mãe, sobre a Eva, sobre a Madona, sobre a namorada e esposa. Além disso, há o fenômeno da polissemia discursiva, instaurando um novo discurso que materializa a identidade da mulher inovadora. Tais identidades são produzidas por sujeitos de ambos os sexos.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero. Mulheres. Mídia.

Hall (2002) estabelece três concepções de identidade: a do sujeito do Iluminismo, a do sujeito sociológico e a do sujeito pós-moderno.

A primeira concepção baseia-se na idéia de um indivíduo centrado e unificado, cujo “eu” seria a sua identidade contínua, desde o seu nascimento. É o sujeito origem do seu dizer. Quanto ao sujeito sociológico, diferentemente, embora possua o “eu”, um único núcleo, sua identidade é formada na interação com a sociedade. Assim, o “eu” real seria formado e modificado, no diálogo com o mundo cultural, exterior, assumindo as identidades que esse mundo oferece. É o sujeito assujeitado, pois o outro determina a sua identidade, na relação interacional. Nessa perspectiva, o sujeito é mais falado que fala. Seu discurso não é único, mas pertence a todo grupo social que vê o mundo, pensa e fala como ele. Ressalte-se que esse discurso de sujeito e sobre ele é fruto de uma determinada “condição de possibilidade”. Finalmente, o posicionamento a respeito do sujeito pós-moderno é o de que ele seria fragmentado, uma vez constituído de várias identidades, incluindo-se as contraditórias e as não resolvidas. Trata-se, dessa maneira, de um sujeito descentralizado e não mais unificado. É o sujeito clivado dos múltiplos dizeres que se formulam na sociedade. Pode-se afirmar, então, que o sujeito não é origem do dizer, mas não é tão assujeitado, tão determinado pelo outro, mas é um sujeito que efetua escolhas, inclusive sobre si mesmo.

Cabe salientar ainda que esse sujeito pode até romper com o pré-estabelecido discursivamente, provocando uma ruptura do dizer e do ser. Sobre esse aspecto introduzo as intrigantes palavras de Foucault: “as relações que devemos ter conosco não são de identidade: devem ser relações de diferenças de criação, de inovação. É muito cansativo ser sempre o mesmo” (1994, p.739).

A leitura do fragmento permite-nos aproximar a idéia de sujeito pós-moderno de Hall com a noção de sujeito foucaultiano.

Para a nossa pesquisa, partimos da idéia de um sujeito que não possui uma única identidade, mas de um sujeito que se constrói, no discurso que produz, a partir dos vários fios dialógicos

* Professora Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela UNESP-Araraquara

que são tecidos sobre ele. Buscar tais identidades e seus processos de construção na mídia interiorana é examinar os discursos da e sobre as mulheres, produzidos por homens e mulheres. Portanto, o que objetivamos não é detectar uma identidade única, mas observar as várias identidades estabelecidas socialmente para a mulher, possibilitando assim novas possibilidades de ser e dizer.

Para isso, examinamos os arquivos da revista feminina *A Feiticeira*, veiculada trimestralmente em Catanduva, interior de São Paulo, nos anos de 1970 a 1980, no espaço denominado *Cantinho Feminino*, cujas responsáveis foram Carmem Suzana até 1976 e, dessa época até 1999, a cronista Olga Amorim, e instituímos séries temáticas, que abordam os discursos da e sobre a mulher, a partir das quais é possível detectar a construção da(s) identidade(s) feminina(s) interiorana(s). Tais séries podem ser classificadas como “Beleza”, “A mulher e o trabalho”, “O relacionamento homem e mulher” e “Os múltiplos papéis da mulher”.

Beleza

De acordo com um padrão cultural, histórico e heterossexual, o ideal da beleza e da forma configura-se como uma meta a ser atingida pelas mulheres, exigindo-lhes que entrem em competição, mediante a aparência, pela atenção do marido, do namorado, do patrão e, até mesmo, de outras mulheres (VESTERGAARD & SCHRODER, 2004).

Para isso, um determinado padrão de beleza feminina, valor social e positivamente instituído, aparece materializado discursivamente na revista, sob a legenda de “Dicas”, em que são abordadas as técnicas de como tornar os lábios mais bonitos, regimes milagrosos, maquiagem, uso de perucas, enfim, dicas de como uma mulher deve proceder para se tornar mais bela e, obviamente, endossar os valores sociais.

Chama-nos a atenção o destaque dado aos olhos femininos, como podemos observar em dois textos publicados em dezembro de 1970 e em 1971, ano XXXI, da referida revista.

Bem poucas mulheres dão aos olhos os cuidados que merecem. Salientando a beleza dos olhos, você estará destacando o encanto do seu rosto. Como o essencial é a simplicidade, você poderá usar a mesma pintura pela manhã e à noite. Agora, se quiser um efeito mais sofisticado, depois das seis da tarde acrescente um leve sombreado abaixo da sobrancelha. (1970)

Em outro, depreende-se:

Um par de olhos bem maquilados dá maior força sobre a beleza feminina. [...] Aplique sobre as pálpebras farta camada de sombra líquida com finalidade de unificar e conservar a maquiagem. Passe sombra em pó em toda a volta do olho, tanto junto aos cílios superiores como inferiores. E pronto: você está com os olhos mais sedutores do mundo.

Nos dois textos acima, pode-se configurar a polêmica discursiva, pois, se em um deles há afirmada a simplicidade, no outro, há assinalada a necessidade de intensificação da maquiagem, como nítido apelo à sensualidade e à sedução. Resta-nos questionar a razão de tanta atenção aos olhos. Para nós, trata-se de uma retomada do saber consensual de “os olhos são as janelas da alma”, olhos que, uma vez destacados, permitem a visualização da feminilidade e da doçura, elementos e características vistos como “próprios” das mulheres.

Ressalte-se, ainda, que “alma” é substantivo feminino, em que se guardam esses sentimentos. Uma vez mais lembramos que o sentimento, em oposição à razão, remete-nos ao campo do feminino.

Outras partes do corpo são referenciadas, pois observamos receitas para fortalecimento dos músculos do pescoço; para se firmar o busto; para o fortalecimento da unha; para manter-se magra; para a conservação da pele suave, cujas dicas são evitar o sol e proceder a uma correta limpeza da mesma, por meio de cremes e de máscaras. Enfim, há preocupações bem específicas do campo feminino, que assinalam a necessidade e, por que não dizer, a urgência de um determinado padrão de beleza feminina.

Se a beleza é bastante enfocada nos textos, cabe salientar que ela só pode ser classificada e percebida em relação ao seu oposto, a feiúra. Essa relação semântica é ali referenciada, nos textos, pois as mulheres feias são instauradas como interlocutor explícito. O próprio título corrobora essa afirmação “Como corrigir os defeitos”, cujo sentido é a feiúra. Para isso, há uma intertextualidade, na forma de citação, dos versos de Vinícius de Moraes: “As muito feias que me perdoem, mas a beleza é fundamental”. Cabe salientar que a esse discurso sobre a beleza contrapõe-se um outro expresso no texto, instaurando a polêmica discursiva. Nesse sentido, o produtor do texto, uma mulher, utiliza-se da voz de um enunciador (ser, cuja voz é trazida para o interior do texto, sem que lhe sejam atribuídas palavras precisas), como se pode verificar em “porém há quem defenda a tese de que a mulher não deve ser bela, mas simplesmente ‘diferente’”. É com base nesse “diferente” que o sujeito produtor afirma o seu ponto de vista.

Vejamos, então, diferente em quê? À primeira vista pode-se dizer que diferente é a mulher que foge aos padrões de beleza construídos na e pela sociedade, mas, segundo as próprias palavras do sujeito, é a mulher “nem feia nem bonita, com defeitos e qualidades, mas não anônima, apagada ou insignificante”. Nesse discurso, está nítida a construção de um novo saber sobre a beleza, caracterizando a polissemia discursiva (rompimento com o já dito e instauração do novo); a beleza é vista não como aparência física apenas, mas definida a partir da essência, da espiritualidade, portanto, a partir da alma. Continuamos, assim, presos àquele campo que é social, cultural e historicamente constituído, o do feminino. Para isso, basta tornar o “ponto fraco”, os defeitos, em “ponto forte”. Mas como isso é possível? Quais as estratégias plausíveis? De acordo com a autora do artigo, o recurso seria o uso da inteligência, inferindo-se, contrariamente à memória estabelecida, que a mulher possui inteligência e que esta não se circunscreve ao campo do masculino. Além disso, silencia-se um outro discurso opositor: aquele que diz ser a mulher bonita desprovida de capacidade intelectual. A esse respeito faz-se importante notar a tensão existente em tal discurso, ou seja, o mesmo discurso que, em alguns momentos, é aceito e impõe identidades e padrões pré-estabelecidos para as mulheres, em outros, como no caso do uso da inteligência, avança, indo além das normas. Mas é preciso observar que o recurso da inteligência é invocado em tema visto como feminino, isto é, a beleza.

Em seguida, o produtor do texto dá a “receita”, para que a mulher “diferente” adquira os valores sociais necessários, assinalando três pontos básicos: “intuição, feminilidade e técnica”. Ora, os dois primeiros são reveladores da memória discursiva sobre a mulher: a portadora do sexto sentido (capacidade de ser a mulher mais afeita aos estados emocionais, aos estados da alma) e feminilidade (traço hegemônico da distinção homem/mulher). Esses pontos, segundo o produtor do texto, não se aprendem, pois são naturais. Dessa maneira, reforçando a idéia de que as identidades são fixas e imutáveis, as diferenças entre homens e

mulheres **naturais** e exclusivamente biológicas, perpetua-se o caráter fixo da oposição homem x mulher. A esse respeito, cabe destacar os trabalhos de Margareth Rago (1997), Rachel Soihet, Joan Scott (1993), entre outras que, não de hoje, estão atentas às relações de gênero e ao estudo das relações e estratégias de dominação.

O terceiro, a técnica, seria passível de aprendizagem, por isso são enumeradas várias dicas sobre os cuidados com o rosto e com o corpo.

O que se coloca sobre essa afirmação é: Será que todas as mulheres possuem intuição e inteligência e são capazes de aprender as técnicas de cuidados corporais? Seriam tais cuidados corporais preocupação exclusiva e naturalmente feminina? Quais as mulheres capazes de cuidados? Nesse sentido, pode-se falar que há implícito o discurso da exclusão, ou seja, as diferentes só se tornarão capazes, se dotadas de inteligência. E as demais, aquelas não dotadas de beleza, pelo menos de um tipo de beleza, e de inteligência? A elas, o silêncio do sujeito produtor, cujo significado é explícito.

Em torno das relações com o corpo, convém ressaltar que as inúmeras e diversas exigências feitas ao corpo feminino partem de um padrão masculino e heterossexual, investido no aumento do nível de prazer masculino. Afinal, muitas mulheres buscam atingir o referido padrão de beleza, seguindo as “dicas” e os “conselhos” de várias maneiras, para seduzir e agradar seus parceiros. Dessa maneira, os discursos selecionados em nossa pesquisa classificam, normatizam e criam corpos delineados em sexualidade, reforçando as diferenças e sugerindo identidades fixas. Por meio dos cuidados com o corpo, as mulheres assujeitavam-se às práticas reguladoras. Nas palavras de Tânia Swain:

De um lado, o masculino, cuja genitália, física ou metafórica, concede-lhe um local de poder e de autoridade enquanto sujeito universal: o homem, sinônimo de humano, sujeito dotado de transcendência. De outro, o feminino, o Outro inevitável, marcado pela imanência de um corpo que lhe é destino, na maternidade e na sexualidade. (2002, p.328)

No item denominado *Bazar de Utilidades*, veiculado no *Cantinho Feminino*, em 1972, há a abordagem do tema “Peruca”, em que se constata dicas de qual peruca usar e como colocá-la adequadamente. Porém, o que mais nos chama a atenção é o início do texto — “Para estar sempre na moda e bem penteada, para sair à noite sem ter ido ao cabeleireiro, a solução é sempre a mesma: você deve usar uma peruca” —, em que duas informações merecem destaque: estar na moda e estar bem penteada sem ter ido ao cabeleireiro, pois depreendemos, novamente, o discurso da exclusão. Em outras palavras, quem, na verdade, são as mulheres, qual a classe social, etnia, idade que, à época, podiam estar na moda, podiam ter peruca? Possivelmente, só aquelas que tinham poder aquisitivo, remetendo-nos a uma determinada raça, “as brancas”. Além disso, ir ao cabeleireiro, sem ser para uma ocasião especial, mas simplesmente para sair à noite, também é uma prática de mulheres de nível econômico razoável. Assim, o sujeito produtor do texto dirige-se a uma pequena parcela de mulheres, reservando-se à outra, à grande maioria, a qualificação de fora de moda e fora, também, da vida noturna e social. A elas, o espaço privado, não o público.

Um outro texto usa de eufemismo para se referir à mulher que não se enquadra nos padrões de beleza socialmente admitidos. Assim, observamos “as mulheres não bonitas devem escolher penteados sofisticados, selvagens, nada de modelos simples”, em que a negação “não bonitas” remete-nos à afirmação semântica do termo “feias”. Cabe, então, indagar qual era o padrão de feio, uma vez não haver qualquer referência a ele. Mesmo assim, o texto apresenta solução,

ou seja, as não bonitas devem recorrer a maquiagens, vistas como recurso para **mudar** o que, socialmente, é apresentado como intolerável, por causar, no lugar do prazer e da admiração, o desencanto e o repúdio. Trata-se da feiúra nas e de mulheres. Tais maquiagens marcam o rosto “por contraste entre branco e marrom, traços fortes, anatomia forte, delineador preto e cílios postiços”. Esse discurso parece corroborar o discurso da aparência feminina, ou seja, quanto mais sofisticada, mais produzida, mais bonita se torna a mulher, que se opõe ao discurso da simplicidade da naturalidade, já mencionado.

Em relação ao passar do tempo, que, consensualmente, parece ser um dos grandes dramas de qualquer mulher, há um texto publicado em 1972, cujo sujeito produtor é uma mulher.

Nesse texto, denominado “Os quarenta”, observamos, logo no seu início, a posição discursiva do seu produtor — “Os quarenta anos representa um ponto crucial para o sexo fraco” —, que se caracteriza pela retomada, em forma de paráfrase discursiva, do discurso que vê a mulher como inferior, como frágil e, portanto, submissa.

A dimensão temporal que opõe passado e presente se encontra explícita, por meio do marcador “hoje”. Assim depreendemos em “A vida agitada que tantas e tantas mulheres levam hoje - quer trabalhando fora de casa, quer no lar - representa uma forte ameaça, impondo-lhes sobretudo esforços físicos e psíquicos que as esgotam aos poucos”, em que o presente, caracterizado pelo trabalho da mulher fora e dentro do espaço de casa, propicia-lhe desgastes. Se, no passado, a vida da mulher era restrita ao lar, ao marido e aos filhos, no presente, sem negar o passado, há o discurso da dupla jornada das mulheres. Portanto, o que é avanço, a ocupação da mulher do espaço público, do ponto de vista do sujeito produtor, é prejudicial à aparência física e psicológica, aos atributos naturais de mulher e esposa amante..

Deve-se salientar, entretanto, que, mesmo com esse acúmulo de tarefas desempenhadas pelas mulheres do presente, “sua mocidade, sua pele louçã” é mais conservada do que a das avós. Isso, segundo o produtor do texto, se deve aos cuidados que a mulher atual dispensa à sua beleza, por meio de alimentação cuidada e prática de esportes. Esses elementos, apregoados pela sociedade como “essenciais”, só são atingidos se a mulher compreender a sua importância. Em outras palavras, o desgaste é inevitável, quer para a dona de casa, quer para a que executa dupla jornada; o diferencial está no uso da inteligência e no desejo de se enquadrar ao protótipo de mulher estabelecido socialmente.

Dessa maneira, a mulher continuará bela, desejável e sedutora se conseguir, por meio de virtude e inteligência, se valer dos recursos à sua disposição, feita mulher consumidora ávida por produtos de beleza.

A mulher e o trabalho

Em relação à ocupação do espaço público pelas mulheres, em 1974, há um artigo que merece comentário.

O título é “As profissões médias”, cujo sentido, no texto, é o de profissões que satisfaçam a pessoa economicamente, mas sobretudo àquela que se adapta às suas aptidões, seus talentos potencializados.

As profissões referidas são as executadas preferencialmente por mulheres: cartazista letrista, figurinista, maquiadora, manicure, decoradora e vitrinista.

Essas profissões, segundo o sujeito produtor do texto, destinam-se às pessoas (mulheres) que não tiveram condições de cursar a universidade ou às mulheres que não o fizeram por endossarem o discurso pré-estabelecido a elas: o do casamento.

Em relação à cartazista letrista, há enumeradas as aptidões requeridas: habilidade manual; objetividade; criatividade; boa percepção de detalhes, capacidade de síntese, senso espacial desenvolvido, ressaltando-se que essas se ajustam, uma vez mais, ao campo do feminino.

Quanto à figurinista, as exigências são, basicamente, as mesmas, incluindo-se a criação de ternos e o cálculo de custos, atividades do campo do masculino. Além disso, tanto a cartazista quanto a figurinista têm como espaço de ocupação as fábricas, retomando-se o discurso sobre as mulheres e as fábricas, no século XIX, conforme trabalhos da historiadora francesa Michelle Perrot (1988).

À maquiadora e à manicure são exigidas as aptidões: coordenação motora, sensibilidade tátil, rapidez de reações, habilidades para pequenos movimentos, também consideradas próprias do feminino. Tais profissões têm como espaço o salão de beleza, freqüentado, à época, exclusivamente por mulheres, não todas, obviamente.

A decoradora e a vitrinista têm como local de trabalho os escritórios, as casas de decoração, as lojas, os magazines e estabelecimentos similares que são freqüentados por homens e mulheres, mas há supremacia do campo feminino.

Se o momento, século XX, apresentava a mulher como ocupadora do espaço público, a revista em questão aproveitou-se disso, mas destinou a elas, mulheres, ocupações e espaços nitidamente femininos.

O relacionamento homem e mulher

Sobre esse tema, há vários artigos produzidos por mulheres, que abordam, por exemplo, as férias conjugais e o divórcio.

Sobre o divórcio, no início do texto, o sujeito produtor manifesta-se contrariamente, empregando como argumento a situação por que passa o país em 1976: a fome, a doença, a ignorância, ressaltando que é com esses fatos que devem os políticos se preocupar e não com o divórcio. Usa, ainda, metáforas religiosas, tais como “apresentam o divórcio numa bandeja de ouro, como foi apresentada a cabeça de João Batista à pecadora Salomé”, donde se infere o sentido de divórcio como pecado, contra as leis da Igreja.

Além disso, o divórcio é apresentado como destruturador da sociedade, ou pelo menos de um tipo específico de sociedade, conforme se verifica em “o divórcio só irá abalar ainda mais nossa pequena estabilidade constitucional”; como “cavalo de Tróia”, cujo interior está repleto de “amargura, insegurança, neurose, frustração e solidão”. Acreditamos ser pertinente a indagação sobre que frustrações e amarguras o divórcio acarreta. Para nós, muitas vezes, as mulheres, por serem vistas como sujeitos destinados, naturalmente, à família, são apresentadas como as responsáveis pela destruturação dessa instituição. Fora da família não teriam mais o espaço único e privilegiado de atuação e convívio.

Cabe assinalar que, antecipando a imagem do interlocutor defensor do divórcio, o produtor do texto refere-se às possíveis vantagens do mesmo, empregando os verbos no futuro do pretérito, cujo efeito de sentido é o de indicar um possibilidade, uma probabilidade remota. Assim, mesmo para os “casais desajustados que pensariam em construir uma nova vida, em busca da felicidade”, o divórcio se configuraria como algo maléfico, pois criaria dramas de consciência e multiplicaria os problemas, atingindo os filhos e provocando a desestruturação familiar. Pois bem, sendo a mulher a “dona” da casa, a “rainha” do lar, quem seria o responsável pelos desajustes familiares?

Finalmente, recorrendo ao discurso religioso, o sujeito produtor corrobora a posição da Igreja sobre a indissolubilidade do casamento, negando, dessa maneira, as tendências sociológicas. Além disso, em tom laudatório, clama pela luz divina para que interceda nos cérebros dos deputados, para que não aprovem o divórcio e, no futuro, esses mesmos deputados não aprovem o “aborto”, entrecruzando, dessa maneira, os muitos fios dialógicos entre o político e o religioso em prol da estrutura familiar e social, que é histórica e culturalmente possibilitada.

Ainda sobre o relacionamento homem/mulher, um texto instaura como interlocutor a mulher que sai de casa de férias sem o marido, mas com os filhos.

Nesse texto, há referências explícitas sobre o discurso do “tudo pode para os homens”, inclusive aventuras amorosas. Assim, num discurso bem feminista, o sujeito revela as falsidades das quais os maridos se apoderam para assumirem outros papéis, como o de “coitados”. Para isso, ao lado das práticas masculinas — “escrevem cartas diárias às esposas, contando suas desventuras por estarem abandonados, como um cachorro sem dono” —, explicita-se o discurso feminino — “coitadinho, tão sozinho em casa, enquanto eu me divirto com as crianças” —, inferindo-se, portanto, o já-dito sobre a submissão e a culpabilidade da mulher, ou quanto é fácil enganá-la.

Se, de um lado, a mulher deixa o marido e o lar para passear, do outro, carrega os filhos consigo. Então, o questionamento a ser feito é: Quem realmente está de férias, está se divertindo?

A mulher e seus múltiplos papéis

Sobre esse tema, selecionamos três artigos produzidos por duas mulheres e por um homem.

No primeiro deles, publicado em 1977, cujo produtor é um homem, no próprio título há remissão aos papéis destinados à mulher: “A mulher: a mãe, a namorada”.

No início, o produtor faz um retrospecto sobre esses papéis:

Parece que ainda a vejo, mulher-companheira! Era linda, em sua elegância natural, sua pele rósea [...] nunca lhe faltava conformação e paciência, com o homem e com os filhos. A mulher namorada e a mulher mãe! Queria ser agradável, servir, ser mulher, ajudar, doar-se, amar enfim.

Nesse discurso, está clara a submissão, o anular-se, para viver a vida do marido e dos filhos; o discurso da mãe, “para isso foi feita, a mais sublime de todas as missões”. Uma vez mais cabe um questionamento, ou seja, quem define tal sublimidade? Não seria uma sociedade patriarcal, pautada por padrões, conceitos e discurso, em sua maioria, masculinos, brancos e heterossexuais?

Chama-nos a atenção o fato de o sujeito produtor elencar esses discursos sobre a mulher mãe, para, em seguida, remeter-se ao novo discurso sobre e da mulher livre, competidora. Assim, em posição masculina e machista, instaura a oposição “mulher que sabe fazer café, cozinhar, arrumar a casa, tornando-a abrigo, paraíso” e “mulher sem elegância, com calça Lee desbotada ou cabelos despenteados, procurando nos gestos e na vida o lugar que não é seu! Ou então na noite e dia buscando, no trabalho, que gera miséria e marginalização, o dinheiro que impede o homem de ganhar, porque a prefere mais submissa, mais barata”. O **naturalmente** feminino —beleza, capacidade, talento para as tarefas domésticas e dedicação — perde, assim, seu brilho natural pelo que seria **socialmente** permitido. Assim, é possível detectar discursos que assujeitam e ordenam a construção do sujeito “mulher”, vários deles escritos, inclusive, por mulheres.

Algumas questões podem ser levantadas sobre esse posicionamento discursivo. O primeiro deles diz respeito aos novos lugares ocupados pela mulher. Em outras palavras, quem destinou a ela o lar e o fogão? Não teriam sido os próprios homens? Um outro refere-se à negação explícita que o sujeito faz da mulher que usa calça Lee, da mulher que executa tarefas diferentes daquelas a ela destinadas. Assim, calcando-se no discurso da mulher “carinho”, “mulher namorada”, “mulher mãe”, enfim, mulher Amélia, o sujeito produtor abomina a que executa outras tarefas. Na verdade, ser mulher, para ele, é repetir os modelos e papéis que ele assume e dos quais não abre mão.

Um outro texto faz referência às múltiplas facetas da mulher, citando de Eva a Barbarella. Assim, tomando como ponto de partida a descoberta que Eva fez sobre a nudez, analogamente, o sujeito produtor vê a nova mulher: a que “tira os véus, desata as fitas, joga fora os quimonos, ganha o pão, o baton, a pílula com o suor de seu rosto”. Trata-se da mulher moderna, capaz de executar atividades iguais às dos homens, da mulher que usa como armas o “cálido olhar, a carícia das mãos, a seda da pele, a chama misteriosa da espécie, a quentura do sorriso”. É a mulher sedutora, que tem querer próprio, ciente da sua subjetividade, é a posse e o uso de sua sexualidade, condição socialmente a ela negada.

Acreditamos ser esse discurso uma polissemia discursiva, isto é, a partir de um já dito, rompe-se com ele e se instaura um novo dizer. E esse novo dizer é fazer o que os homens fazem, sem, entretanto, perder os doces mistérios da sedução. É vestir-se das múltiplas identidades: mãe, mulher, amante, profissional, sem ser sobredeterminada por nenhuma em específico, sabendo que as identidades são múltiplas, podendo, inclusive, ser nômades, como indica Tania Swain.. É assim a nova mulher, segundo esse sujeito produtor: uma nova Eva, vibrante, pronta para descobrir o paraíso perdido, e que não pertence ao sexo frágil, pois esse “sexo frágil” deixa de ser visto como natural e eterno, passando a ser histórico e datado.

Essa nova mulher aparece reproduzida e assumida em um outro texto, também produzido por mulher.

Nele, o sujeito produtor recorre à voz de um locutor, uma freira da Grã-Bretanha, cujo posicionamento é contrário à submissão imposta pelos homens, no caso, os bispos e superiores diretos. Nesse sentido, em discurso direto, observamos:

Na estrutura atual da vida religiosa, uma freira não tem, praticamente, nenhum direito, mas sobre os ombros muitos deveres: algumas monjas se resignaram de tal modo à situação que acabaram convencendo-se de que, ao fazer seus votos, impõem-se renunciar a todos os direitos humanos... E,

contudo, é natural que tenhamos tantas responsabilidades. Isso significa que deveríamos, também, manter certos direitos. Há cem anos todas as mulheres eram tratadas pelos maridos tal como as freiras são ainda hoje tratadas pelos bispos. Ora, por que a Igreja está tão atrasada em relação aos direitos que a sociedade aceita como direitos inalienáveis da mulher?

Nessas ponderações, está evidente a aceitação de que a mulher é outra, não importa sua opção social ou religiosa, ao mesmo tempo em que podemos inferir que as relações de submissão entre marido e mulher são reproduzidas nas instituições religiosas. Esse é o paralelo traçado pela freira que afirma: “Até agora, foram sempre os homens que decidiram a que horas devemos levantar-nos, a que horas devemos almoçar e como devemos trajar-nos. Trata-se, no entanto, de problemas que nós saberíamos resolver melhor sozinhas”.

Considerações finais

Os vários textos examinados da revista *A Feiticeira* revelaram-nos aspectos interessantes a respeito da constituição das identidades femininas da mulher catanduvense dos anos de 1970 a 1979.

No tema “Beleza”, os textos abordam técnicas e recursos a serem utilizados pelas mulheres, com vistas à adequação aos valores socialmente estabelecidos. Cabe ressaltar que a beleza vem sempre oposta à feiúra, sem que se explicitem as características do feio. Além disso, há textos que tomam o feio como ponto de partida para se atingir o belo, desde que a mulher “feia” tenha inteligência. E as bonitas por natureza, tantas vezes exploradas nos textos, não eram e não são inteligentes? Parece-nos que o arquétipo de mulher na década de 70 era a mulher bonita; se não o fosse, que tivesse inteligência e se nivelasse aos padrões estabelecidos, recorrendo aos cremes e máscaras milagrosas. As pobres e feias, coitadas!

Sobre a ocupação do espaço público pela mulher, está claro, nos textos analisados, o discurso sobre a delicadeza, a capacidade de realizar tarefas que implicam acuidade visual e manejo com as mãos, pois as profissões elencadas são as referentes aos salões de beleza e às lojas magazines, espaços bem femininos.

Quanto ao relacionamento homem/mulher, o que se pôde depreender foi a condição de a mulher tudo suportar, para manter a instituição familiar. Diante de tudo ela se cala, inclusive das incursões aventureiras dos maridos. Além disso, há o posicionamento contrário ao divórcio, figurativizado como o cavalo-de-Tróia, repleto de amargura e de solidão.

No item “a mulher e seus múltiplos papéis”, se de um lado pudemos observar a polissemia discursiva, que instaura um novo saber sobre a mulher, a sedutora, a trabalhadora, a misteriosa, a que faz tudo o que o homem faz, sem querer se igualar a ele, de outro há a paráfrase discursiva, materializada por um sujeito homem, que reproduz o papel temporal e socialmente instituído para as mulheres, abominando os novos papéis por ela representados.

ABSTRACT

Focusing on the studies of gender and aiming at detecting the discourses which highlighted the construction of feminine identity, we analysed texts published in the media of Catanduva, from 1970 to 1979, by a feminine magazine, A Feiticeira, on the pages devoted to this gender, which is a place of production clearly marked by ideology and specific values. We observed,

in the selected texts, a discursive paraphrase about women, occupant of a private setting, represented by the mother, by the Eve, by the Madonna; by the girlfriend and spouse. Such identities are materialized by men and women, who reproduced the sexist discourse and also the innovative.

KEYWORDS: Gender. Women. Media.

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, M. *Dits et écrits*. Vol. IV. Paris: Gallimard, 1994.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

PERROT, M. *Os excluídos da história: operários, mulheres, prisioneiros*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

RAGO, M. *Os prazeres da noite: prostituição e códigos da sexualidade feminina em São Paulo*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

SCOTT, J. Gênero, uma categoria útil de análise histórica. *Educação e realidade*. Porto Alegre, set.1993.

SWAIN, T.N. Identidade nômade: heterotopias de mim. IN: RAGO, M. *et al.* (orgs) *Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.p.325-341.

VESTERGAARD, T. & SCHRODER, K. *A linguagem na propaganda*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BIBLIOGRAFIA DE APOIO

MOORE, H. Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. *Cadernos Pagu*. Campinas (SP), n. 14, p.13-44, 2000.

PASINI, E. Limites simbólicos corporais na prostituição feminina. *Cadernos Pagu*. Campinas (SP), n. 14, p.181-202, 2000.