



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

JEMIMA FERNANDES SIMONGINI

**A MULHER COMO AGENTE BIOPOLÍTICO NA FAMÍLIA:
PROPAGANDAS NA REVISTA O CRUZEIRO - 1950**

Londrina
2015

JEMIMA FERNANDES SIMONGINI

**A MULHER COMO AGENTE BIOPOLÍTICO NA FAMÍLIA:
PROPAGANDAS NA REVISTA O CRUZEIRO - 1950**

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em História Social, do Centro de Letras e Ciências Humanas - UEL. Área de concentração em Território do Político.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Joanilho

Londrina
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Simongini, JEMIMA FERNANDES SIMONGINI.

A mulher como agente biopolítico na família: : propagandas na revista "O Cruzeiro" - 1950 / JEMIMA FERNANDES SIMONGINI Simongini. - Londrina, 2015.
76 f. : il.

Orientador: André Luiz Joanilho Joanilho.

Dissertação (Mestrado em História Social) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2015.

Inclui bibliografia.

1. biopolítica - Tese. 2. mulher - Tese. 3. revista feminina - Tese. 4. Brasil - Tese. I. Joanilho, André Luiz Joanilho. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História Social. III. Título.

JEMIMA FERNANDES SIMONGINI

**A MULHER COMO AGENTE BIOPOLÍTICO NA FAMÍLIA:
PROPAGANDAS NA REVISTA O CRUZEIRO - 1950**

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em História Social, do Centro de Letras e Ciências Humanas - UEL. Área de concentração em Território do Político.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Joaílo
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Clovis Mendes Gruner
Universidade Federal do Paraná - UFPR

Prof. Dr. Márcio Santana.
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 11 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Dr. André Luiz Joanilho, por me guiar no caminho da pesquisa, pela paciência, por sempre apresentar possibilidades e novas idéias, por aceitar o desafio de ensinar. Obrigada!

Agradeço às minhas amigas Marcela T. Cordeiro, Angelita C. Maquera, Cinthia Torres e Amábile Sperandio por todo o caminho que traçamos juntas, pelas risadas, pela força, pelo carinho, pela honestidade e companheirismo. Vocês fizeram com que amizade para mim tenha um sentido renovado, Obrigada!

Um agradecimento especial a minha avó Florisbela Simongini, que sempre me incentivou a estudar e a traçar meu próprio caminho.

Finalmente à minha mãe, que quando eu escolhi fazer história ficou tão empolgada, e desde então têm acompanhado minha graduação e pós-graduação com tanto carinho e atenção, meus eternos agradecimentos, por tudo o que é para mim, Obrigada!

SIMONGINI, Jemima Fernandes. **A mulher como agente biopolítico na família: propagandas na revista o cruzeiro - 1950.** 2015. 76p. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

RESUMO

A palavra família parece indicar uma instituição que tem sobrevivido através dos tempos. Entretanto nesse trabalho será analisado quais as mudanças estratégicas a família sofreu com o advir da sociedade biopolítica. A biopolítica é uma concepção política que coloca a vida, a reprodução e a sobrevivência da população como centro da existência, efeito da ascensão do poder medical normativo. O trabalho analisa em específico o papel da mulher como agente dessa biopolítica na família, através de propagandas da revista “O Cruzeiro” da década de 50 no Brasil. Essas propagandas explicitam as funções da mulher na família, como a preocupação com a educação dos filhos, o asseio de seus corpos, a higiene e organização da casa e sua tarefa de complementar o trabalho do médico atuando como enfermeira do lar. Essas tarefas atribuídas à mulher serão analisadas como resultado da construção de maior afetividade entre os membros da família e ascensão do poder normalizador do médico.

Palavras-chaves: Biopolitica. Família. Mulher. Propaganda.

SIMONGINI, Jemima Fernandes. **The woman as bio-political agent in the family: advertisements in the magazine o cruzeiro - 1950.** 2015. 76p. Dissertation (Master in Social History) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

ABSTRACT

The word family seems to indicate an institution that has survived through the ages. However, this work will analyze what strategic changes family suffered from the result from biopolitics society. Biopolitics is a political concept that puts the life, reproduction and survival of the population as the center of existence, effect of the rise of legal medical power. The paper analyzes in particular the role of women as agents of that biopolitics in the family, through the magazine advertisements "Cruise" from the 50's in Brazil. These advertisements explain women's roles in the family, such as concern for their children's education, the cleanliness of their bodies, hygiene and organization of the house and its complementary task of the occupational physician working as a nurse's home. These tasks attributed to women will be analyzed as a result of building greater affection among family members and rise of normalizing power of the physician.

Keywords: Biopolitics. Family. Woman. Advertising.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. BIOPOLÍTICA E O PAPEL DA MULHER	
1.1 A biopolítica: Foucault e Arendt	12
1.2 A MULHER COMO AGENTE BIOPOLÍTICO NA FAMÍLIA	18
1.2.1 A aliança do médico com a mulher.....	20
1.2.2 O Cuidado com as crianças	21
1.2.3 A educação da mulher.....	23
2. A INDUSTRIALIZAÇÃO BRASILEIRA: PRELÚDIO DA MODERNIDADE	25
2.1 Consumo: a criação de novos hábitos	31
3. PROPAGANDAS NA REVISTA “O CRUZEIRO”: A PROMOÇÃO DA IMAGEM DA MULHER COMO MÃE E DONA DE CASA	34
3.1 A aliança com o médico: a mãe enfermeira	35
3.2 A higiene dos corpos dos filhos: um cuidado da mãe	44
3.3 A alimentação da criança	53
3.3.1 Comer: uma atividade divertida	53
3.3.2 A alimentação infantil para o crescimento: importância das vitaminas.....	57
3.3.3 Alimentação adequada para o bom rendimento escolar.....	59
3.4 Mulher, a Rainha do lar.....	63
3.4.1 A realização da mulher na satisfação dos filhos	63
3.4.2 Eletrodomésticos: o diferencial da mulher moderna	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

INTRODUÇÃO

O objetivo desse trabalho é compreender como a mulher desempenha um papel de agente biopolítico dentro da família. Para compreender biopolítica o texto dialogará com dois autores Michel Foucault e Hannah Arendt, compreendendo como a ideia da centralização do cuidado com a sobrevivência ganhou espaço em suas obras e os desdobramentos desse conceito, relacionando ao tema proposto: o papel da mulher nesse processo.

A mulher entra na obra de Foucault por intermédio da família como afirma Michelle Perrot no texto “Michel Foucault e a história das mulheres”. Elas desempenham um papel de policiamento desde o século XVII, ganha o caráter de “afetuosa educadora” conforme a centralidade da vida vai se estabelecendo como prioridade.

Importante ressaltar que essa força que a biopolítica ganha só foi possível através da ascensão do poder normalizador que é o estabelecimento do poder medical e científico como produtor de verdade. A partir do momento que o poder do médico extrapola a clínica e passa a ditar padrões de saneamento, normas de higiene básica, cuidados preventivos como prescrição de dietas, comportamentos e terapias seu poder deixa de ser exercido apenas para o doente e passa a abranger indivíduos não doentes, no sentido da promoção de um corpo saudável, ou pelo menos na aparência e comportamento.

Foucault nos descreve algumas alianças que o poder medical fez na ascensão de sua autoridade, por exemplo, as instituições disciplinares como a escola, a prisão e a fábrica. A análise que propomos e que já foi desenvolvida por alguns autores que também tomam como base a obra de Foucault como Jacques Donzelot e Margareth Rago toma como princípio base a compreensão de que a instituição “Família” sobrevive desde o Antigo Regime e sofreu algumas transformações estratégicas com o objetivo de atuar produtivamente nesse sistema centrado na vida.

A biopolítica aliada ao poder normalizador concebe o corpo como uma série de virtualidades, a probabilidade de algo ameaçar o seu bom desenvolvimento leva os indivíduos a manterem o controle sobre tudo que tange seus corpos, que passa a ser um consumidor de “saúde”. É nesse espaço que observamos a explosão de bens de consumo voltados diretamente ou indiretamente sobre o cuidado com o corpo e a saúde na década de 50 no Brasil, tendo na mulher a protagonista e intermediária por meio da qual a biopolítica adentra nas famílias.

No período analisado encontramos já a ideia de família reduzida ao padrão surgido na burguesia, em que os membros são restringidos a figura da mãe, do pai e os filhos. Esse encolhimento da família é acompanhado pela ideia da necessidade de afetuosidade entre os seus membros, principalmente da mãe em relação aos filhos. A formação dessa família pequena e afetiva vai permitir uma maior vigilância entre seus membros, com o foco no desenvolvimento infantil.

Nesse modelo de família a mãe vai desempenhar um papel fundamental, será responsabilizada pela higiene e organização do lar, o cuidado com o asseio dos filhos, sua alimentação “nutritiva” e aliando-se ao médico na prevenção de doenças, e nos tratamentos descritos executando papel de enfermeira.

No segundo capítulo descrevemos como o processo de industrialização ganhou força na década de 50 inundando o mercado com bens que transformariam o estilo de vida dos brasileiros. Somando as migrações internas e a rápida urbanização temos uma população que se encontra num período de muitas mudanças com necessidade de adaptação a esses fatores; é nesse contexto que podemos encontrar nas revistas um ponto de referência que divulga e apresenta o “novo”, enquadrando-o no cotidiano do lar, no caso dos produtos de eletrodomésticos, focalizando a mulher como personagem responsável no manuseio e administração ideal que preserve a organização da casa colocando a saúde de seus membros em primeiro lugar.

Utilizando como fonte a revista “O Cruzeiro” da década de 50, analisaremos algumas propagandas que demonstram a construção dessa ideia de mulher “mãe e dona de casa”. Assim o terceiro capítulo busca apresentar uma explicação de como propagandas de diversos produtos se adequam ao discurso da mulher como responsável pela saúde da família.

Essas análises foram divididas da seguinte forma: aquelas que focam na aliança do médico com a mãe na administração de medicamentos como os fortificantes e a atuação da mulher como enfermeira do lar, cuidando de pequenos acidentes e ferimentos com os produtos de primeiros socorros da Johnson&Johnson. A seguir foram selecionadas as propagandas que colocam a responsabilidade na mulher do cuidado com a higiene dos filhos, educando-os no cuidado com o corpo principalmente através de hábitos como o banho e a escovação dos dentes. Ainda com o foco nas crianças são analisadas propagandas que priorizam a alimentação infantil adequada que a mãe deve administrar; nessa parte

encontramos um especial cuidado não apenas em suprir as crianças das vitaminas necessárias para o bom desenvolvimento e desempenho escolar, mas também uma preocupação em agradá-las. Para finalizar abordamos a mulher como protagonista no uso de produtos modernos eletrodomésticos, cujas vantagens consistem em otimizar seu serviço enquanto dona de casa: economia de tempo, maior organização e eficiência.

CAPÍTULO 1

BIOPOLÍTICA E O PAPEL DA MULHER

1.1 A Biopolítica: Foucault e Arendt

O termo biopolítica pode ser relacionado a obra de Foucault e de Hannah Arendt, buscaremos pensar um pouco sobre essa ideia nesses autores. O termo biopolítica não foi muito utilizado por esses autores, mas podemos identificar em vários momentos a ideia de uma valorização da vida como princípio fundamental da ação dos homens.

Arendt em “A Condição humana” busca organizar a dinâmica histórica da vida ativa na relação entre homem e mundo, determinando como as atividades humanas são hierarquizadas, sua mobilidade, seus relacionamentos mútuos e as consequências provenientes de cada configuração. A autora faz uma diferenciação entre Era Moderna e Mundo Moderno, para ela o primeiro designa as transformações ocorridas na hierarquia entre vida contemplativa e vida ativa, que com a ascensão do *homo faber* promoveu o predomínio da atividade fabricadora de objetos em função da observação encantada característica da vida contemplativa. A segunda foi a ascensão do *Animal Laborans*, vitória inesperada, originada na supervalorização dos processos em função dos fins, ocasionou a derrota do *homo faber*. Assim, a Modernidade contém um grande paradoxo, ao valorizar os processos e a instrumentalização da vida, propaga o fechamento do homem em si mesmo, ocasionando a alienação do mundo. Como lembra Iltomar Sivieiro: “O centro da política é ocupado pela técnica de pensar estratégias e manobras que conduzem a satisfação egoísta dos interesses pessoais e uma total submissão ao consumo.” (SIVIERO, 2008, p.89-90)

A atividade do consumo, emblema da sociedade moderna, consiste em um processo metabólico, ou seja, o produto do labor humano é absorvido numa temporalidade cada vez menor, assim sendo, as necessidades da vida engajam num ritmo cíclico em que trabalho e consumo são dois estágios do mesmo processo. Esta é a vitória do *Animal Laborans* a que Hannah Arendt se refere no livro “A condição humana”, o prevalectimento do domínio do consumo sobre o uso, o império do metabolismo.

A consequência se reflete no interior da atividade do trabalho que, ao invés de garantir o caráter estável do mundo, faz com que as obras fabricadas passem a ser produtos que, no mesmo instante que são expostas a venda já são destruídas. A vitória do consumo causa o fim das relações entre homem e natureza, homem e mundo, contemplação e ação: interessa ao ser humano

atingir o maior grau de satisfação e felicidade possível pelo suprimento de seus desejos. (SIVIERO, 2008, P.128).

A sociedade de consumo e a sociedade de massas compartilham das consequências da vitória do *Animal Laborans*. A solidão, resultado da extrema atomização e perda do mundo comum reflete-se na política como o desinteresse e a indiferença da sociedade de massas e na sociedade de consumo como biopolítica, a centralização dos interesses da vida orgânica no âmbito público.

Hannah Arendt, no livro “A condição humana”, busca compreender como as condições mundanas da existência humana condicionam o homem a uma vida ativa, isto é o empenho que o homem se engaja para pertencer ao mundo humano. A autora reconhece três formas de engajamento da vida ativa: o trabalho, atividade biológica desempenhada pelo homem (*Animal Laborans*) enquanto espécie para manter a própria vida, a Obra caracterizada pelo *Homo Faber*, que conta com a fabricação artificial do mundo como palco da existência humana e a Ação, que é a revelação da unicidade de cada homem por meio do discurso dada a vivência em pluralidade.

Arendt desenvolve o conceito de vida ativa em contraposição a vida contemplativa, e localiza essa inversão no começo da modernidade, com as Revoluções do século XVIII, em que o homem assumiu a condição de construir, fabricar, fazer, em função da contemplação encantada dos objetos. Ela acredita que a mais significativa modificação nesse processo se deu do “porquê” e “do quê” para o “como” as coisas são e devem ser feitas:

“(…) os verdadeiros objetos do conhecimento já não são coisas ou movimentos eternos, mas processos e, portanto, o objeto da ciência não é a natureza ou o universo, mas a história – a história de como vieram a existir a natureza, a vida no universo. (...) Em todos os casos, o processo de evolução, conceito chave das ciências históricas, tornou-se o conceito central também das ciências físicas. (...) Em lugar do conceito de Ser encontramos agora o conceito de processo. ”
(ARENDR, 2011, p.309-310)

A hegemonia da atividade da fabricação, a confiança na ciência e nas tecnologias gerou a esperança que os homens conseguiriam criar obras que melhorassem suas vidas, contudo a supervalorização dos processos em função dos fins causou a própria ruína. Ao estabelecer como prioridade o “como” e não “para quê” o guia da fabricação se tomou como fim a própria atividade de maneira que o homem só cria algo por mero acaso, pois o que lhe importa não é a utilidade, mas seu constante emprego em alguma operação. Na

superestimação da ideia de processo, as ferramentas se incorporam ao processo de manutenção da vida, o jugo do trabalho transforma todas as atividades em metabolismo biológico.

“(…) o que mudou na mentalidade do *homo faber* foi a posição do conceito de processo na modernidade. O conceito de “produção” passou a consistir basicamente no preparo de objetos para o consumo, ou seja, um processo contínuo que não tem começo nem fim, tal como um grande processo biológico.” (NETO, 2009, P.189).

Esta inversão na hierarquia da vida ativa é inesperada, quando o *homo faber* não consegue se manter hegemônico e o avanço da sociedade de massas leva o homem a se preocupar exclusivamente com a reprodução da sua vida, resulta na ascensão do *animal laborans*. Logo essa inversão gerou dois problemas: a instrumentalização da política e a ascensão da sociedade de consumo.

Animal Laborans é como Arendt distingue um aspecto da vida ativa do homem, é o trabalho para manter a sobrevivência biológica executado individualmente. Essa atividade move-se num círculo vital, prescrito a partir do nascimento, só se encerra na morte, é a manutenção da própria vida. A luta do *Animal Laborans* se trava contra as necessidades mais básicas da vida, buscando suprir estas demandas elementares numa cadência em que o trabalho é o meio para um fim (consumo), que também se revela um meio de produzir força para mais trabalho (ARENDR, 2011, p.121-122).

Além do advento da sociedade de massas e das implicações da supervalorização dos processos, para Arendt, o declínio da fé e a secularização colaborou para a ascensão do *Animal Laborans*, pois com o desprestígio da imortalidade a vida humana se torna efêmera, fugaz, e o homem não encontra motivos para preservar o mundo, acaba se concentrando em si mesmo, narcisisticamente. “O que realmente importa, na compreensão de Arendt, não é a imortalidade da vida, a memória dos grandes feitos provenientes das ações humanas, mas o apego a vida a sua centralidade no campo das decisões.” (SIVIERO, 2008, P.132).

A preocupação com a manutenção da vida enquanto espécie reduz o homem à unicidade, joga o indivíduo para dentro de si mesmo, ocasionando a perda do mundo, ele se encontra encarcerado na privacidade do próprio corpo, o fim das relações humanas.

“A ascensão do trabalho no mundo moderno não só minou a durabilidade do mundo como artifício humano, mas também anulou progressivamente a identidade a distinção entre os homens dos quais o

mundo tanto precisa enquanto espaço público de aparecimento sustentado pela pluralidade humana.” (NETO, 2009, p.71)

Sendo toda atividade do *Animal Laborans* voltada para a manutenção da vida, sua lógica é “O que quer que façamos devemos fazê-lo para ganhar o próprio sustento”,

(...) O tempo excedente do animal laborans jamais é empregado em algo que não seja o consumo, e quanto maior é o tempo que ele dispõe, mais ávidos e ardentes são os seus apetites. O fato de que esses apetites se tornam mais sofisticados, de modo que o consumo já não se restringe as atividades vitais, mas ao contrário, concentra-se principalmente nas superfluidades da vida, não altera o caráter desta sociedade, mas comporta o grave perigo de que afinal nenhum objeto no mundo esteja a salvo da aniquilação do consumo e da aniquilação por meio do consumo. (ARENDRT, 2011, p.166-165)

A atividade fundamental do *Animal Laborans* é a busca de saciedade, todas as suas atividades são voltadas para o fim de assegurar a sobrevivência exigida pelo corpo, neste raciocínio, o homem não produz com o fim de “uso”, mas de consumo. A aceleração do processo de uso dos objetos é o que garante a transformação destes em bens de consumo, entendendo que a diferença essencial entre estes dois conceitos ‘uso’ e ‘consumo’ seria a durabilidade. Um objeto de uso não implica uma permanência absoluta, ele será finito, contudo sua destruição não é intencional, ela é inevitável. Já para o consumo o aniquilamento é consciente, não incidental. O consumo aniquila a durabilidade do mundo, a estabilidade necessária para o mundo sobreviver aos homens:

As coisas fabricadas são desgastadas pelo uso, mas não são destinadas ao consumo, pois são feitas para conceder ao mundo a estabilidade, a solidez e a confiabilidade, sem as quais ele não seria possível como um lugar tangível para a morada do ser mortal, transitório e mutável que é o homem. (NETO, 2009, p.65)

Arendt desenvolve as categorias da vida ativa com o conceito de mundo como referência, analisando o que vincula os homens ao mundo, como sua atividade se relaciona com a capacidade de durar e permanecer no mundo. As condições de ‘ser humano’¹ do homem implicam uma *natureza*, esfera dos processos metabólicos do organismo vivo, e um *mundo*, artifício produzido pelo próprio homem para ser palco de sua existência, e, por conseguinte, a garantia de que a atividade humana será mais durável que a vida de seus autores. Desta maneira:

¹ ‘Ser humano’ enquanto seres condicionados (embora em grande parte suas condições sejam em grande parte produzidos por eles mesmos) e não em relação a ‘Natureza Humana’, que segundo Arendt é uma questão que compete a Teologia.

O mundo é o espaço artificial, interposto em torno dos homens como fronteira em face à natureza bem como o âmbito intermediário de relacionamento e distinção instaurado entre os homens através de suas interações e interesses comuns (NETO, 2012 p.196).

O mundo, artefato das mãos humanas, possibilita ao homem conviver com coisas que estão interpostas entre os que nele habitam, assim estabelecendo-se uma relação *entre* os homens. O mundo é essencial para a Ação, pois é o espaço de aparecimento mútuo, quando em meio a pluralidade o homem revela sua unicidade.

Para Arendt, a modernidade diluiu as fronteiras entre o mundo e a vida. Esta crescente indiferenciação da nossa condição de vida biológica e vida no mundo humano (artificialmente mantido) consolida a confusão entre público e privado. Em “A Condição Humana”, os conceitos de “público” e “privado” são desenvolvidos com a Grécia antiga como referência, assim, a esfera privada é aquela em que predominam as atividades do Labor, a única preocupação neste espaço é a manutenção da própria vida enquanto processo biológico, logo é onde Arendt localiza o *Animal Laborans*. A esfera pública é onde os homens em pluralidade “aparecem” no mundo, por meio do discurso e da ação. Por isso os gregos desprezavam os escravos por não se suicidarem ao serem reduzidos a esfera pública, em que estariam condenados a uma vida sem diferenciação, cuja igualdade se preservaria apenas em termos de organismo vivo.

O advento do social é a ascensão dos interesses privados à esfera pública, logo, no contexto moderno, a privatividade é concebida como abrigo do individualismo, e as atividades relacionadas à manutenção da vida (*Animal Laborans*) adquirem caráter público. O exemplo que a filósofa demonstra é o da sociedade de trabalhadores e empregados:

A indicação talvez mais clara de que a sociedade constitui a organização pública do processo vital encontra-se no fato de que, em um tempo relativamente curto, o novo domínio do social transformou todas as comunidades modernas em sociedades de trabalhadores e empregados; em outras palavras, essas sociedades concentram-se imediatamente em torno da atividade necessária para manter a vida. Naturalmente, para que se tenha uma sociedade de trabalhadores não é necessário que cada um de seus membros seja um trabalhador [...] basta que todos os seus membros considerem tudo o que fazem primordialmente como modo de sustentar suas próprias vidas e de suas famílias. (ARENDR, 2011, p.56).

Esta seria a vitória do *Animal Laborans*, os interesses privados serem admitidos na esfera pública. A compreensão da dissolução da vida pública e da ascensão do *Animal*

Laborans é essencial para entender o consumo no devir da sociedade moderna, pois, neste raciocínio os objetos perdem sua significação de uso privado e passam a ter um valor social: “determinado por sua permutabilidade constantemente mutável, cuja flutuação só pode ser temporariamente fixada por meio de uma conexão com o denominador comum do dinheiro” (ARENDDT, 2011, p.85).

Para compreendermos a biopolítica para Foucault precisamos rapidamente mapear o surgimento da expressão em sua obra, ao estudar as tecnologias de poder centradas no corpo, em *Vigiar e Punir* (FOUCAULT: 1997), Foucault estuda os procedimentos em torno dos quais se organizava a distribuição dos corpos individuais de todo o campo de visibilidade. De que maneira os métodos, como o sistema de vigilância, por exemplo, atuava na docilização dos corpos, na transformação de ‘corpos úteis’:

Esses métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade, são o que podemos chamar as ‘disciplinas’. (FOUCAULT: 1997, p.118)

Para Foucault, ao final do século XVIII configura-se uma nova tecnologia de poder, que não é disciplinar, pois, sobretudo não se relaciona com o corpo, mas com a própria vida, dirige-se ao homem ser vivo, ao homem espécie. Ela não exclui a disciplina, mas a integra, ela só é possível devido a esta tecnologia de poder prévia (FOUCAULT: 2005, 288-289):

Temos, portanto, desde o século XVIII (ou em todo o caso desde o fim do século XVIII), duas tecnologias de poder que são introduzidas com uma certa defasagem cronológica e que são sobrepostas. Uma técnica que é, pois, o disciplinar: centrada no corpo, produz efeitos individualizantes, manipula o corpo como foco de forças que é preciso tornar úteis e dóceis ao mesmo tempo. E, de outro lado, temos uma tecnologia que, por sua vez é centrada não no corpo, mas na vida (...) trata-se de uma tecnologia em que o corpo é individualizado como organismo dotado de capacidades, e no outro, de uma tecnologia em que os corpos são recolocados nos processos biológicos de conjunto. (FOUCAULT:2005, p.297)

Esta tecnologia de poder baseada na administração calculada da vida Foucault denominará Biopolítica. O conceito de Biopolítica na obra de Foucault aparece pela primeira vez no último capítulo da “*História da Sexualidade: a vontade de saber*” (1976), e é desenvolvido em um curso proferido no mesmo ano e publicado postumamente como “*Em defesa da sociedade*”, a partir da década de 90 ela começa a ser tratado com mais atenção e

receber outros desenvolvimentos (DUARTE,2010). A Biopolítica é um mecanismo de controle das populações que prioriza a vida, toda a sua gestão é voltada para esta administração:

A nova tecnologia que se instala se dirige á multiplicidade dos homens, não na medida em que eles se resumem em corpos, mas na medida em que ela forma, ao contrário, uma massa global, afetada por processos como o nascimento, a morte, a produção, a doença, etc. (FOUCAULT, 2005 p. 289).

Com o Biopoder exerce-se um poder sobre a vida, para manter a vida, ele é massificante, sua ação é em relação aos homens enquanto espécie, além do cuidado estatístico com as taxas de natalidade, morbidade, e a longevidade, a saúde da população passa a ser função do Estado. Como Foucault escreve em “A vontade de saber”:

Pela primeira vez na história, sem dúvida, o biológico reflete-se no político; o fato de viver não é mais esse sustentáculo inacessível que só emerge de tempos em tempos, no acaso da morte e de sua fatalidade: cai, em parte, no campo do controle do saber e da intervenção do poder. (FOUCAULT: 2010, p.155).

Trata-se de levar em conta os processos biológicos do homem espécie, e assegurar uma regulamentação; é cada vez menos o direito de ‘fazer morrer’ (poder soberano), e cada vez mais o direito de ‘fazer viver’, é possível contrastar o biopoder e o poder disciplinador com o poder soberano.

A sociedade biopolítica em “*A vontade de saber*” é apresentada em contraste com o poder soberano, o rei exercia seu direito sobre as populações matando ou contendo a potência de morte, o poder era exercido pela apreensão das coisas, o privilégio de se apoderar da vida para suprimi-la. Essa lógica de poder sofreu intensas transformações em seus mecanismos de controle, o ‘confisco’ passou a ser uma das estruturas desta organização, cujo foco passou apoiar-se na gerência da vida.

O direito de soberania é, portanto, o de fazer morrer ou de deixar viver. E depois, este novo direito é que se instala: o direito de fazer viver ou de deixar morrer. (FOUCAULT, 2005. p.287)

Quando se vai um pouco mais além e, se vocês quiserem, até o paradoxo, isto quer dizer no fundo que, em relação ao poder, o súdito não é, de pleno direito, nem vivo nem morto. Ele é do ponto de vista da morte, neutro, e é simplesmente por causa do soberano que o súdito tem direito de estar vivo, ou tem direito, eventualmente, de estar morto. (...)

O direito de vida e morte só se exerce de uma forma desequilibrada, e sempre do lado da morte. (FOUCAULT, 2005. p.286)

A organização da gerência da vida se desenvolveu em dois polos: as disciplinas do corpo e a regulação da população. Contudo, Foucault nos alerta que o elo entre elas é norma, a instituição de uma sociedade normalizadora:

Uma sociedade normalizadora é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida. (...) as Constituições escritas no mundo inteiro a partir da Revolução Francesa, os códigos redigidos e reformados, toda uma atividade legislativa permanente e ruidosa não devem iludir-nos: são formas que tornam aceitável um poder essencialmente normalizador. (FOUCAULT: 2010, p.157).

A normalização dos discursos sobre saúde e as estratégias para manter o corpo saudável fazem parte desta lógica, pois: “Vai ser preciso modificar, baixar a morbidade; vai ser preciso encompridar a vida; vai ser preciso estimular a natalidade” (FOUCAULT: 2005, p.292).

Em que consistiria a singularidade desse poder? Trata-se de um poder que pretende guiar e dirigir a vida dos homens ao longo de toda a sua vida e em cada circunstância dessa vida, um poder que consiste em querer encarregar-se da existência dos homens em seu detalhe e isso para os conduzir a uma forma de se comportar (...). (MARTINS: 2006, 187).

A sociedade biopolítica é caracterizada principalmente por não agir pela repressão, negando determinados discursos, ou pela punição, pois: “(...) o poder não é essencialmente repressivo (...), ele se exerce antes de se possuir” (DELEUZE, 2005.P. 79.). Ela é um mecanismo de produção e organização de realidades, essa lógica tem a ciência como legitimadora de seus discursos, por exemplo, higienista e de saúde. Como Foucault mesmo afirma em uma entrevista, presente no livro “Microfísica do Poder”:

Pois se o poder só tivesse função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalcamento, à maneira de um grande super-ego, se apenas se exercesse de um modo negativo, ele seria muito frágil. Se ele é forte, é porque produz efeitos positivos à nível de desejo – como se começa a conhecer – e também a nível do saber. O poder longe de impedir o saber, o produz. (FOUCAULT, 1979. P.148)

A positividade implica que a prática não é repressiva, ele seduz, ela não oferece a punição, mas a recompensa, não se deve confundir o aspecto positivo deste poder com juízo se ele é ‘bom’ ou ‘mau’. Este é um ponto muito peculiar a Foucault, ao atestar com o advento do Estado Moderno as políticas de manutenção da saúde da população ele não vê um caráter humanitário nesta preocupação, mas aponta a violência desta nova concepção, que levou a

Auschwitz, e a todas as grandes guerras, legitimadas na sobrevivência da espécie, como vemos no século XX.

Desta maneira, o cuidado com a saúde, a manutenção da vida da população não é mais tarefa por excelência do Estado, mas todos são responsáveis pela manutenção do próprio corpo, logo, a biopolítica neste trabalho, será relacionada ao componente ético, por exemplo, como a responsabilização pela saúde se dá na ação preventiva, pois, não é necessário o sujeito estar doente para ter estes cuidados, ou apresentar algum sintoma, a própria doença é uma virtualidade que deve ser combatida com outra virtualidade: as práticas de cuidado para o corpo saudável.

A disciplina e a biopolítica inicialmente não estão conectadas, a primeira age no homem enquanto indivíduo, a segunda enquanto espécie. Contudo o surgimento do dispositivo da sexualidade passa a conecta-las. A passagem para uma sociedade disciplinar inclui novas relações que modificam o corpo, essas relações são sempre históricas e estão em articulação, com Deleuze observamos a convivência entre a disciplina e a biopolítica na passagem para a sociedade de controle.

A sociedade de controle pode, dessa forma, ser caracterizada por uma intensificação e uma síntese dos aparelhos de normalização de disciplinaridade que animam internamente nossas práticas diárias comuns, mas em contraste com a disciplina, esse controle entende bem para fora os locais estruturados de instituições sociais mediante redes flexíveis e flutuantes. (HARDT e NEGRI, p.42-43)

As sociedades de controle assentam-se sobre o contexto biopolítico, desenvolvem o controle dos indivíduos, seu contraste com a sociedade disciplinar pode ser observado no que se refere as trocas monetárias

Não se está mais diante do par massa - indivíduo. Os indivíduos tornaram-se “dividuais”, divisíveis, e as massas tornaram-se amostras, dados, mercados ou “bancos”. É o dinheiro que talvez melhor exprima a diferença entre essas duas sociedades, visto que a disciplina sempre se referiu a moedas cunhadas em ouro – que servia de medida padrão -, ao passo que o controle remete a trocas flutuantes, modulações que fazem intervir como cifra uma percentagem de diferentes amostras de moedas. (DELEUZE, 1992, p.226)

Com a governamentalidade e a sociedade de controle o biopoder passa a ser a preocupação não apenas com a reprodução da espécie, dos corpos, mas também de cérebros:

Na sociedade de controle, o conjunto da vida social é abraçado pelo poder e desenvolvido na sua virtualidade. (...) trata-se de um controle que invade a profundidade das consciências e dos corpos da população, atravessando as relações sociais e integralizando-as. (PELBART, p. 82-83)

Logo, com Arendt podemos pensar o surgimento dessa sociedade biopolítica cuja preocupação central é a manutenção da vida e quais são as consequências disso na vida dos indivíduos, essa vitória do animal laborans segundo Arendt remeteria a um esvaziamento da esfera pública, a preocupação do homem em consumir o distanciaria do público e o isolaria do convívio entre os homens, seria a perda do mundo. Pensando na reflexão de Arendt, o consumo somado a preocupação biopolítica seria o elemento pernicioso que afetaria de maneira negativa o homem, minando o mundo como universo de inelegibilidade e integração entre os homens. A reflexão de Arendt chama a atenção por esse conceito de mundo, como esfera de contato entre os homens e que é construído e constantemente tem que ser mantido como codificação de assuntos humanos. Com Deleuze, percebemos uma perspectiva com possibilidades mais positivas, apesar de Arendt acreditar num interior humano que seria a individualidade que pode ser expressado mundo, no geral seu diagnóstico é do consumo biopolítico como catastrófico. Em Deleuze encontramos não a crença numa essência humana inerente a cada ser que portaria uma individualidade, mas a individuação se dá justamente na troca, no contato, o movimento entre o fora e o dentro, as possibilidades de resistência e a ideia de consumo não passivo é mais palpável.

1.2 A MULHER COMO AGENTE BIOPOLÍTICO NA FAMÍLIA

As mulheres aparecem na obra de Foucault por meio da família. Ao estudar o poder disciplinar percebemos alguns agentes do exercício desse mecanismo em diversas instituições. Em Pierre Rivière já podemos ver a escalada da autoridade da família na modernidade, a aliança da família com o poder soberano funcionava numa relação de dependência hierárquica, em que o chefe da família exercia a autoridade em seu interior, entretanto estava subordinado às obrigações sociais, como a aliança matrimonial, por exemplo.

Em “A policia das famílias” Jacques Donzelot nos mostra como o conceito de família aparece na obra de Foucault permeado pela explicação não de sua continuidade como instituição do Antigo Regime que sobrevive à Modernidade, mas na tentativa de compreender quais transformações desse modelo foram necessárias para funcionar estrategicamente nas sociedades biopolíticas.

Essa transformação da família está intrinsecamente ligada à afirmação de uma biopolítica e a ascensão de uma sociedade da norma, pois a industrialização e a ascensão do poder da burguesia influenciou o funcionamento do núcleo familiar de maneira normativa e produtiva.

O aspecto normativo está intrinsicamente ligado à escalada do poder medical. Como vemos em Foucault, o Plano Beveridge² (1942) é um fator muito importante para compreendermos o foco dado à saúde e conservação da vida assim como o aumento do poder medical. Desde a Idade Média a medicina pouco avançou nas questões científicas e terapêuticas, o poder medical só cresce quando ela deixa de ser clínica e avança para outras áreas, se preocupando com a higiene e o sanitarismo, logo o poder do médico se estende tanto espacialmente, para os bairros, as cidades, o ar e a água, como em autoridade social.

A centralização da vida da espécie humana como preocupação primordial valoriza a sexualidade e a reprodução como foco da existência, de tal modo que ao final do século XVIII a “Reprodução ordenada” é estudada por várias áreas assim como fazem outras se desenvolverem, como demografia, medicina, psicologia, biologia, e até a moral. Até então a sexualidade da burguesia estava relacionando a questão da “Saúde” a de capital social, o centro da família burguesa é o cuidado atento e vigilante da higiene, comportamento e alimentação das crianças e adolescentes.

A propagação desse modelo para as classes proletárias se fundou primordialmente na redução de suas famílias, diminuindo o número de membros ao rejeitar os possíveis “agregados”, favorecendo a parte de vigilância e esquadrinhamento. Esse processo também é observado no Brasil, na obra “Cabaré ao lar” de Margareth Rago, em que a autora observa essa construção de uma família nuclear:

A família nuclear, reservada, voltada sobre si mesma, instalada numa habitação aconchegante deveria exercer uma sedução no espírito do trabalhador, integrando-o ao universo dos valores dominantes. (RAGO: 2014, p.87).

Instituir hábitos moralizados, costumes regrados em contraposição às práticas populares promiscuas e anti-higiênicas observadas no interior da habitação operária, na lógica do poder significava revelar ao pobre o modelo de organização familiar a seguir. (RAGO: 2010, p. 86)

² O Plano Beveridge foi assumido por alguns países da Europa no decênio 1940-1950 e assinala a formação de uma nova economia política do corpo, convertendo-o em objeto de intervenção do Estado em relação principalmente à saúde e às doenças. (FOUCAULT: 2010, p. 171).

Esses dois fatores, a norma e a biopolítica serão fundamentais para compreendermos a transformação sofrida pela família e o papel da mulher como agente biopolítico nesse núcleo, pois a ela será reivindicado o papel de mãe e esposa, sendo a responsável pelo policiamento da higiene, comportamento e saúde de todos, principalmente dos filhos. Essa diminuição do núcleo familiar, reduzido à mãe, o pai e os filhos é acompanhado pela construção da ideia de afeto entre seus integrantes, tanto na relação entre marido e mulher como entre pais e filhos.

1.2.1 A aliança do médico com a mulher

O avanço da autoridade medical se fortaleceu ao se exteriorizar, como no caso da preocupação sanitária e da prevenção de doenças, mas além desses fatores o médico teve um forte aliado em sua legitimação e exercício da autoridade de normalização das condutas e cuidados, esse aliado é a mulher. A mulher presente no núcleo familiar passa por meio da aliança com o médico a ter um papel fundamental no cuidado com a família.

Como já foi dito a construção da família como núcleo de afeto favoreceu a vigilância de seus membros, esse vínculo afetivo não estava muito presente até o momento. Essa falta da ideia de afetividade pode ser observada pelo costume das mães em contratar “nutrizes”, mulheres responsáveis pelo aleitamento de seus filhos, liberando de si mesmas essa tarefa, principalmente no resguardo de seus próprios corpos, acreditando que assim se manteriam belas. O poder medical via nessa prática um empecilho fundamental na educação e sobrevivência da criança. Uma vez que além de condenarem a falta de higiene das nutrizes somava-se o problema do questionamento de seus hábitos morais. Dessa forma o poder medical incentivou o aleitamento materno, valorizando o contato da própria mãe com a criança, pois só ela poderia dar-lhe a educação e cuidado que o tornariam saudável e moralmente aceitável.

Na verdade, a discussão que se abre em torno do aleitamento mercenário, visando convencer a mulher da importância do seu cuidado direto e permanente com os filhos, constitui uma primeira brecha pela qual o poder médico penetra no interior da família redefinindo os papéis de cada um. (RAGO: 2010 p. 108)

Esse é o início da aliança entre o médico e a mãe, uma aliança que traça um papel muito específico para a mulher enquanto guardiã da saúde dos filhos, compartilhando com o médico não apenas o interesse, mas conhecimentos básicos em que um complementa a tarefa do outro, como explica Donzelot:

Tenho a ambição de fazer da mulher uma guardiã completa para o doente, capaz de compreender tudo e sobretudo, que é este o seu papel, e que é ele tão elevado quanto caridoso. Os papéis de mãe e o de médico são e devem permanecer nitidamente distintos. Um prepara e facilita o outro, eles se completam, ou melhor, deveriam se completar no interesse do doente. O médico prescreve a mãe “executa”. (DONZELOT: 1986, p. 23)

A princípio a importância do papel da mulher consiste em não abandonar o filho ao cuidado de outras, protegendo-lhe até mesmo a vida, em seguida, o cuidado da mulher é somado às orientações do médico para o caso de doença atuar como enfermeira, preservando-lhe a saúde, e, por fim, ao atribuir a mulher o papel de educadora e cuidadora da higiene e do comportamento, a função da mãe é exercida de forma a prevenir a doença ou qualquer mal.

A função da mãe na promoção da higiene da família é nitidamente observada na análise de propagandas de sabonetes e de produtos de limpeza. A “Rainha do lar” tem o dever de manter a higiene dos corpos e do espaço da casa, zelando de forma que esse cuidado reflita o seu amor e a sua dedicação para com o lar.

Esse papel destinado as mulheres donas de casa e mães era baseado na família burguesa, que considerava os cuidados maternos e saúde dos filhos expressão de sua condição social. Esse modelo de mulher é introduzido nas classes mais pobres, não por meio da necessidade de ascensão social como poderia se pensar, mas pela sociedade normalizadora, em que o poder medical decide o que é melhor para os corpos, preservando a vida e a saúde como focos da existência. Assim,

(...) A ignorância das mulheres era responsabilizada pela alta taxa de mortalidade das crianças, uma vez que as mães desinformadas e ignorantes das classes pobres não sabiam cuidar da higiene dos recém-nascidos. (RAGO: 2010, P.168)

Assim, visitar as mulheres pobres convencê-las da importância dos ensinamentos científicos da puericultura, eliminar hábitos atrasados e irracionais não seria um meio de proteger a infância, de diminuir o índice de mortalidade infantil, de construir uma família mais sadia e, finalmente, de contribuir para o crescimento da nação (RAGO, 2010, p.169)

Esse ideal burguês de mãe educadora se contrasta com a realidade das mães pobres, a jornada de trabalho diária nas fábricas ou como domésticas somava-se aos seus deveres domésticos, duplicando a jornada de trabalho e nesse caso essa nova função resulta num maior desgaste no cotidiano da mulher, contrariando um pouco aquela ideia de conquista de autoridade dentro do lar frente ao papel patriarcal

1.2.2 O Cuidado com as crianças

A mulher como vigilante do lar tem na criança o centro das atenções, desde o cuidado com os corpos até o próprio comportamento. Uma vez que a saúde do corpo é relacionada diretamente ao exercício de determinados hábitos no cotidiano da criança. Assim, uma criança disposta, que gosta de estudar e se divertir é associada a um comportamento e um corpo saudável. Já os sinais de apatia e falta de interesse é associado a um distúrbio corporal, que deve ser corrigido zelando da alimentação, o cuidado com o corpo e até o uso de medicamentos destinados a abrir o apetite como os fortificantes.

Em “Cabaré ao lar” Margreth Rago ressalta que a difusão desse papel da mulher, vista como a zeladora do lar e guardiã das crianças promove também um “novo modelo de feminilidade” normativo, em busca de convencer a mulher de se corresponder a ele:

A promoção de um novo modelo de feminilidade, a esposa-dona-de-casa-mãe-de-família, e uma preocupação especial com a infância, percebida como riqueza em potencial da nação, constituíram as peças mestras desse jogo de agenciamento das relações intrafamiliares. A mulher cabia atentar para os mínimos detalhes da vida cotidiana de cada um dos membros da família, vigiar seus horários, estar a par de seus pequenos fatos do dia-a-dia, prevenir a emergência de qualquer sinal de doença ou desvio. Complementarmente a criança passou a ser considerada como ser especial que requeria todos os cuidados médicos, novos aliados da mãe, não obstante sua ampla utilização nas camadas pobres da população, como a força de trabalho industrial. (RAGO: 2010, p. 87)

O foco na maternidade e nas funções básicas de uma mãe-dona-de-casa também pode ser observado nas políticas de saúde pública no Brasil, no texto “Trajetória assistencial no âmbito da saúde reprodutiva e Sexual - Brasil, século XX” de Edir Nei Teixeira Mandú, observamos como esse controle da maternidade ligada a saúde infantil ganhou forças:

Em síntese, pode-se dizer que, na primeira metade do século XX (dos anos 20 aos 50), assentam-se as bases de uma responsabilidade governamental com a maternidade, em consonância com a importância dada ao seu controle para o desenvolvimento econômico-social do Brasil. No âmbito da saúde pública, atenção à maternidade organiza-se ligada à preocupação com a saúde infantil, apoiada eminentemente em tecnologias educativas, dirigidas a mulheres, inicialmente com vistas ao cuidado apropriado das crianças e família e, mais tarde, também em função da necessidade identificada de proteção mais ampla daquele processo. (MANDU: 2002, p.4)

A atenção que a mulher tem com os filhos perpassa toda a vida até a adolescência destes. Todos os aspectos da vida de seus filhos são importantes, pois do cultivo de bons hábitos será dependente o futuro saudável e moralmente correto da criança. O cuidado inicia desde a tenra infância com o aleitamento e a higiene adequada (muitas propagandas de talcos infantis demonstram esse cuidado essencial da mãe), passando pela infância ao ensinar

hábitos cotidianos de asseio dos filhos como o banho e o cuidado com os dentes, a prevenção contra doenças e o incentivo a uma boa alimentação. Não esquecendo que a mãe é a principal aliada do médico na família e atua como uma espécie de enfermeira, executando ordens e cuidando espontaneamente de pequenos ferimentos e acidentes diários adequadamente.

1.2.3 A educação da mulher

O modelo de mulher dona de casa e mãe como podemos ver pode ser muito complexo, ela é responsável por toda a organização física do espaço do lar, zelando por sua limpeza e manutenção, a saúde dos filhos, ela é a representante do médico na família e além disso deve receber educação escolar, uma vez que ela auxiliará na própria educação dos filhos.

Modernizaram-se, então, as concepções sobre o lugar da mulher nos alicerces da moral familiar e social. Ao contrário da família tradicional, a nova mulher, “moderna”, deveria ser educada para desempenhar o papel de mãe (também uma educadora dos filhos) e de suporte do homem para que este pudesse enfrentar a labuta do trabalho fora de casa. A “boa esposa” e “boa mãe” deveria ser prezada e deveria ir à escola, aprender a ler e a escrever para desempenhar sua missão como educadora. Aí está o perfil da “mulher suporte, que os positivistas brasileiros do início do século talharam como modelo para o “novo” Brasil. Sobretudo no projeto republicano dos positivistas, a Educação ocupa um lugar fundamental para o ideal de “ordem e progresso”. (NEDER p. 32)

Logo a concepção de família como instituição tradicional sempre defendida pelos mais conservadores permanece, entretanto, as funções desempenhadas principalmente pela mulher sofre uma grande transformação, ao adquirir esse papel de agente do cuidado da saúde no lar, sua autoridade é afirmada, contudo todo esse papel permanece subordinado a fazer em função de outro: “boa esposa”, “boa mãe”.

A construção do afeto entre os membros da família tende a igualar as funções por sexo, o pai também será chamado a cuidar da saúde dos filhos³, entretanto no período estudado o foco é a mulher. Ressalto essa tendência a todos serem chamados para “cuidar de si” reforçará a abertura ao individualismo, logo o reconhecimento das necessidades específicas de cada um, no sentido de torná-las produtivas também. Por exemplo, ao analisar as propagandas de produtos, principalmente alimento destinado as crianças, vemos a

³ Em todas as propagandas analisadas há a presença da mulher como introdutora dos cuidados higiênicos, alimentar e medical na família, entretanto foi encontrada uma propaganda de bionico em que o homem é o protagonista, na imagem veiculada nesta propaganda há um homem acompanhado de uma criança no balcão de uma farmácia comprando bionico.

importância de não apenas alimentá-las de maneira saudável, mas agradá-las. Machado caracterizou essa transformação como uma nova tendência pedagógica:

A partir dos anos sessenta, as vê, de um lado, no deslocamento da importância do grupo para a importância dos membros do grupo, da crescente ideia de que o amor passa a ser condição da permanência da conjugalidade, e da tendência a não diferenciação de funções por sexo nas relações amorosas e conjugais; de outro, na substituição de uma “educação retificadora” (corretora e moral) das crianças por uma “pedagogia da negociação”. MACHADO p.13

A família “moderna” é caracterizada por essas transformações nos papéis de seus membros, com foco no aumento de atividades e autoridade da mulher. O agregamento destes fatores da transformação do lar como, a construção do afeto, a regulamentação da sexualidade, restringindo a aliança matrimonial resulta no ideal de família burguesa em que o relacionamento matrimonial é sinônimo de: amor, sexo e uma condição social e jurídica reconhecida.

CAPÍTULO 2

A INDUSTRIALIZAÇÃO BRASILEIRA: PRELÚDIO DA MODERNIDADE

A discussão teórica do primeiro capítulo teve como referência trabalhos principalmente de filósofos, neste segundo capítulo trata-se de uma abordagem contextual, buscaremos compreender um pouco do Brasil da década de 50-70. Para isso serão utilizados trabalhos de historiadores brasileiros como João Manuel Cardoso de Melo e Maria José Trevisan.

No trabalho de Maria José Trevisan, “50 anos em 5”, a autora busca compreender o empresariado como sujeito político na industrialização brasileira, para isso ela utiliza como fonte boletins periódicos e atas da FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) 1955-1960. Nesses documentos a autora encontra um discurso que busca elaborar um projeto político que se conecte a economia mundial, introduzindo novos padrões na industrialização brasileira, nesse sentido a empresa era entendida como mola para o progresso e a luta pela industrialização do país se daria não apenas dentro dos muros das fábricas, mas também fora.

A pesquisa encaminhou no sentido de detectar e trazer à luz a representação do empresariado paulista sobre a sociedade brasileira, aí incluída a industrialização, as relações de classe e o papel dos agentes sociais com vistas a apreender, através do próprio discurso, o lugar e o papel da classe industrial na conjuntura dos anos JK. (TREVISAN: 1986, p.18)

O papel da classe empresarial no desenvolvimento da industrialização no Brasil foi compreendido na história de acordo com alguns modelos que a autora problematiza. Segundo Trevisan, Francisco de Oliveira⁴ e João Manuel⁵ possuem a perspectiva de análise baseado na lógica da acumulação, as periodizações variam um pouco, mas concordam que em 30 passa-se de um sistema agrário exportador (acumulação primitiva) a uma tentativa de consolidar uma nova hegemonia política e econômica: a indústria. Para Francisco de Oliveira essa transição iniciada em 30 só se completa em 56 com uma maior aceleração da economia. Para Trevisan:

No final de 1955, a classe industrial aparece centrada em torno de um projeto de dominação que instaura como sujeito político condutor de uma dominação que instaura através da industrialização. Trata-se de um projeto político de dominação e não um mero projeto econômico de industrialização, porque está ao mesmo tempo que cumpre seu papel junto a produção

⁴ Francisco de Oliveira. A economia brasileira: crítica a razão dualista. IN. Seleções CEBRAP, 1. São Paulo: Brasiliense, 1976, 2ª Edição.

⁵ João Manuel Cardoso de Melo. O capitalismo tardio. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

reproduz simultaneamente o domínio do capital sobre o trabalho e seus mecanismos de controle, sob a égide da burguesia industrial. (TREVISAN: 1986, p.37)

Trevisan sugere que estudar a história como singularidade é possível, e mesmo baseando-se na luta de classes podemos eliminar o pensamento baseado em modelos, assim a autora relata “Procurei perceber através do discurso empresarial como a relação capital/trabalho estava visualizada pela classe industrial e quais instrumentos dispunha ou que construiu, para manter essa relação sobre controle, reproduzindo a dominação” (TREVISAN:1986, p. 35).

O discurso empresarial coloca como contraponto a perspectiva política e a que eles consideram a mais viável e sensata a de que o país precisa de uma melhor administração. A política é apresentada de maneira negativa, uma vez que, segundo a imagem que o empresariado divulga, é permeada por embates pessoais, corrupção e desequilíbrio, logo seria um campo irracional, em que os interesses do povo não são representados e cultivados, diante dessa imagem pejorativa criada, eles sugerem uma alternativa, supostamente neutra, que traria justamente os interesses da nação em consideração rumo a uma industrialização que expandiria suas benesses para todo o povo. Esse campo neutro seria utilizar a experiência dos empresários enquanto úteis para uma administração que privilegiaria o desenvolvimento das indústrias, segundo TREVISAN, as raízes da construção desse pensamento ideológico é anterior a JK e explica como o investimento nessa ideia teve efeitos.

“Veem como administradores e não como políticos, como dirigentes capazes porque racionais, com competência para decidir as medidas mais convenientes ao progresso da empresa, mesmo que o mundo da produção não oferece alternativas, alijando os incapazes. Esse saber, calcado na experiência, permitir-lhes falar com autoridade sobre a melhor forma de desempenho na gerencia da vida empresarial.” (TREVISAN: 1986, p.52)

Esse pensamento ideológico dissolveria todas as diferenças entre os agentes sociais criando uma estratégia de desmobilização de um lado e organizar uma ofensiva que englobasse a luta do empresariado (representando os interesses da nação) e a censura a prática política. “Fazem, portanto, política, dizendo-se apolíticos. (...) os empresários buscam definir-se como guardiões da paz coletiva, propondo a desmobilização política para promover a pacificação nacional.” (TREVISAN: 1986, p.51).

Segundo TREVISAN a base para a construção do discurso dos empresários é constatação da pobreza nacional, essa desordem ou mal-estar social é derivado justamente da

comparação com países desenvolvidos e relacionado a baixa-produtividade brasileira, logo propõem-se a superação dessa mácula pela ordenação econômica via favorecimento da iniciativa privada como condição do aumento da produtividade, assim, diminuição da pobreza e dos conflitos sociais. Para isso o discurso dos empresários elabora um cenário em que na política as escolhas oscilam entre o velho capitalismo, que não satisfaria as necessidades da coletividade, mas apenas de uma elite e a “estatizante tendência socializante”, associada as conquistas da era Vargas, como a Petrobrás e iniciativas consideradas “demagógicas”. O discurso do “nacionalismo exacerbado” é associado aos comunistas e em contraposição os empresários constroem a ideia de um “nacionalismo puro”:

“Se a ideia de nacionalismo exacerbado aparece associada a estatização de empresas estrangeiras, à reforma agrária e a distribuição de renda, o nacionalismo puro proposto pelos industriais é qualificado de sadio, justamente por negar todas as atribuições conferidas ao nacionalismo exacerbado, defendendo igualmente o capital privado e o nacional. ” (TREVISAN: 1986, p.57)

A representação do fim dos conflitos sociais pela eliminação da pobreza ao defender o investimento no sistema produtivo caracteriza o que Trevisan chama “Capitalismo social” que seria a solução para os problemas da nação. A proposta da industrialização como enfrentamento da pobreza nacional se constrói com base na ideia de cultivo de uma riqueza igualmente nacional, entretanto, defende-se que a princípio é necessário acumular para depois distribuir

“A afirmação de que somos ainda uma nação pobre permite subtender que um dia, quando a nação for rica, a situação será outra e a riqueza poderá ser distribuída. Até então, como a riqueza só existe no país em escala irrisória, é preciso ajuntá-la e não distribuí-la de forma empírica contrariando as mais elementares normas do bom senso. Indica que a riqueza supõe dois tempos diferentes que não podem ser confundidos: o de acumulação e o da distribuição e que o primeiro é o requisito para o segundo. ” (TREVISAN: 1986, p. 60)

Para os industriais a riqueza proporcionada pelo desenvolvimento da produção teria o papel de fazer os brasileiros se libertarem da dependência da natureza e ultrapassarem a lógica da necessidade para colocar os recursos naturais a seu favor. A ideia de “vencer a natureza” coloca a indústria como atividade que seria a “mola propulsora no desenvolvimento econômico”. Assim, os brasileiros se elevariam e poderiam desfrutar dos frutos do progresso.

Ao descrever assim o processo de salvação da nação por meio da confiança no discurso empresarial como aglutinador de princípios que beneficiariam toda a sociedade os

industriais consideram que nada mais justo do que receberem o apoio de todos os agentes sociais, a divergência de interesses seria considerada uma traição aos interesses dos brasileiros, fruto de demandas egoístas.

A criação da indústria de base nacional é o ponto de partida na implementação de uma economia livre da importação, sua expansão gradativa iria fortalecer tanto os setores básicos como a indústria de bens de consumo, essa estratégia de uma “indústria autossustentada” garantiria a soberania nacional. Segundo Miriam Limoeiro Cardoso o investimento na infraestrutura (siderurgia, combustíveis e transporte) apropriado pela ideologia desenvolvimentista do governo JK seria apenas uma parte do projeto da classe industrial,

“Este aspecto contradiz mais uma vez a ideia difundida pela historiografia de um Estado autônomo ou preeminente que rege a política de desenvolvimento industrial, em virtude da fraqueza da burguesia nacional e/ou da ausência de um projeto hegemônico de classe. É possível afirmar que a proposta desenvolvimentista de J.K. e os pressupostos em que se apoia identificam-se em gênero, número e grau com o pensamento, as aspirações e os interesses da classe empresarial, à qual, sintomaticamente aparece sobretudo como resposta.” (TREVISAN: 1986, p.65)

A ideia de Estado como sujeito decisivo aparece na obra de João Manuel Cardoso de Mello, e Trevisan, apresentando a perspectiva dos industriais questiona essa interpretação demonstrando como os interesses dos industriais eram um projeto real. Ao vencer as eleições em 1955, J.K. simboliza também a vitória do projeto desenvolvimentista nas urnas, a partir de então os industriais buscam desmoralizar qualquer desentendimento político, caracteriza-o como inimigos da pátria, causadores de incerteza econômica, defendendo que uma aproximação entre democracia política e liberdade econômica, localizando na iniciativa privada o único meio justo do exercício democrático.

Em novembro de 1955 ocorre uma reunião de empresários em Porto Alegre, “II Reunião plenária da indústria” em que foi elaborada uma “Carta de princípios”, documento que pretende explicitar as posições políticas desse grupo e que Trevisan utiliza para demonstrar quais seriam as principais medidas requeridas. Documento doutrinário e de ação, se apoia em três argumentos: a ordem jurídica, a liberdade econômica, e a iniciativa privada. (TREVISAN: 1986, p.76-77)

Na ordem jurídica encontramos uma tentativa de “institucionalizar todas as medidas que lhe sejam convenientes e descartar outras tantas medidas que lhe pareçam

prejudiciais” (TREVISAN: 1986, p.78) e assim ele joga com a ideia de legal/ilegal, as principais questões dizem respeito a legislação trabalhista. O principal tema é a greve e o problema é o direito dos funcionários públicos terem direito a greve, mas os funcionários de empresas privadas não terem. Dessa maneira o discurso dos industriais privilegia a defesa da lei, declarando ilegais os movimentos. Além de apontarem a ilegalidade destes movimentos os empresários buscam desqualificar seus motivos:

“São duas, nesse caso as ilegalidades apontadas: aquilo que se reivindica – a imposição com a qual não é possível concordar e a forma como se reivindica, ou seja, a greve. Realmente os empresários fazem um bom uso da imaginação jurídica.” (TREVISAN: 1986, p. 82)

Ao apontar os prejuízos causados pelos movimentos grevistas os industriais destacam a perda do consumidor, e do Estado resultante da paralisação da produção, todas as medidas e projetos que não favorecem os empresários são vistos como um entrave à produção, a criação de riqueza e o desenvolvimento da nação.

A defesa da iniciativa privada advém da ligação no pensamento dos industriais entre democracia política e liberdade econômica, alega-se que a igualdade de oportunidades possibilita o acesso de todos a ascensão social, caracterizando assim um princípio meritocrático característico do liberalismo:

“A história da indústria aí está, cheia de episódios os mais sugestivos, demonstrando que muitos daqueles que hoje se encontram a frente de grandes grupos industriais começaram como simples operários, e mercê de seu esforço e dedicação ao trabalho foram pouco a pouco ampliando suas atividades até alcançarem posições de relevo e destaque em nossos círculos econômicos.” (TREVISAN: 1986, p.89)

Para o pensamento empresarial o papel do Estado na defesa da iniciativa privada implicaria as seguintes medidas: o Estado não buscaria substituir empresas privadas nem ter a posse dos meios de produção, uma economia programada que favoreça regiões geoeconômicas, intervenção quando o empreendimento ultrapassar a capacidade da iniciativa privada, monopólio fiscal para coibir concentração econômica. (TREVISAN: 1986, p.92-93). Como podemos observar os próprios princípios são contraditórios, e não deixam claro o que o Estado deve ou não fazer, o que fica evidente é todos princípios girarem em torno da defesa da iniciativa privada.

O que TREVISAN destaca sobre a interpretação política que foi pensada no momento foi o medo do socialismo, que eles relacionavam a todas as formas de estatização,

ou intervenção do estado com políticas sociais. “Os fantasmas do estatismo e do socialismo aparecem sempre de mãos dadas, despertando receio nunca totalmente adormecidos” (TREVISAN: 1986, p.99) por outro lado exaltava-se o capitalismo e afirmavam que os sistemas políticos que suprimiram seu papel fracassavam. A autora ressalta que o conflito trabalho/capital nunca era abordado, pelo contrário, a perspectiva sempre era apresentada entre o papel do Estado e da iniciativa privada:

“Se o inimigo concreto é a classe trabalhadora que pressiona para participar da riqueza, o Estado é o grande veículo sem o qual nada se efetivará. A questão crucial é então controlar o conflito através do Estado e, portanto, controlar o Estado. ” (TREVISAN: 1986, p.101)

Resumindo as propostas desse capitalismo:

“(…) trata-se de um capitalismo integral; um capitalismo social, pois constitutivo do vem estar particular e coletivo; um capitalismo combativo porque empenhado na ascensão da Pátria; um capitalismo preservador dos valores naturais e éticos e, portanto, continuador da tradição brasileira, e finalmente, um capitalismo pensado e não improvisado. ” (TREVISAN: 1986, p. 105)

O discurso da classe empresarial se apoia na ideia de harmonia social, em contraposição ao conflito, para isso englobam todos os setores sociais no seu projeto de industrialização, a autora chama a atenção para a ênfase que se coloca na categoria de consumidores, diluindo a imagem de que esses mesmos são os próprios proletários, foge-se assim da discussão capital-trabalho em favor de uma “Política de paz social”. O que se percebe é uma busca de assegurar controle sobre as relações sociais, desenhando um quadro social harmonioso, conquistado pelo equilíbrio econômico.

A estrada para o progresso é pautada por uma economia rumo a libertação da dependência do capital ou dos produtos estrangeiros, vinculando-se assim, “*O equilíbrio da economia nacional e a harmonia da estrutura industrial*” (TREVISAN: 1986, p.111). Dentro desta visão de preocupação com o desenvolvimento industrial nacional preocupava a disparidade do crescimento de São Paulo em relação às regiões mais periféricas do Brasil, por um lado argumentava-se que o crescimento deveria ser proporcional para evitar a concentração de renda e empregos por outro os empresários paulistas defendiam seu direito ao crescimento que indiretamente beneficiaria regiões subdesenvolvidas do país. O que Trevisan destaca é como o ponto de vista político da FIESP se encaixam na política de J. K. e é importante lembrar que esse discurso sem o ingrediente do nacionalismo poderia não ter uma repercussão tão positiva, sobre a entrada de capital estrangeiro, que possivelmente afetaria os

industriais brasileiros a FIESP é sempre prudente no sentido de tentar denunciar situações que os investimentos estrangeiros sejam tratados de forma diferenciada pelo Estado. Sobre a conjunção dessas estratégias:

“A política da burguesia industrial com relação ao capital estrangeiro deve ser examinada nesse contexto: o que se colocava como prioritário para a estratégia era impulsionar e não disciplinar o impulso dado. Tudo indica que o slogan 50 anos em 5 não foi uma criação altamente pessoal, mas uma síntese de muitas aspirações e de uma luta concreta que indiscutivelmente não partiu dos tecnocratas.” (TREVISAN: 1986, p. 126)

2.1 Consumo: a criação de novos hábitos

O período de 1950-1970 no Brasil é caracterizado pela incorporação de padrões de consumo de países desenvolvidos, com a industrialização e a entrada de capital e produtos estrangeiros a sensação do período é de modernidade, avanço tecnológico e cultural assim como de movimento, caracterizado pela movimentação da migração interna e da popularização de outros meios de transporte.

No início de 1950 a maior parte da população brasileira vivia no campo e em pequenos distritos, a modernização “selvagem” da agricultura somada a atração da cidade como polo de oportunidades são os fatores indicados como motivos da grande migração interna ocorrida entre 1950-1980. A vida no campo era constituída por latifundiários capitalistas, fazendeiros de café, usinas de açúcar, médios proprietários e pequenos arrendatários. Sendo que 85% eram extremamente pobres (MELLO e NOVAIS: 1998, P.574). Estas famílias eram caracterizadas pela baixa escolarização, o forte patriarcalismo e a dupla jornada feminina. Na metade do século XX o Brasil é um país em movimento:

“Foi assim que migraram para as cidades nos anos 50, 8 milhões de pessoas (cerca de 24% da população rural do Brasil); quase 14 milhões nos anos 60 (cerca de 36% da população rural de 1960); 17 milhões nos anos 70 (cerca de 40% da população rural de 1970). Em três décadas a espantosa cifra de 39 milhões de pessoas.” (MELLO e NOVAIS: 1998, P.581)

A cidade atrai com suas possibilidades de trabalho e de novo padrão de vida, a indústria, comércio, transporte, comunicação, construção civil, sistema financeiro, educacional, de saúde. Nesse contexto, as aptidões e virtudes das pessoas são avaliadas de acordo com as necessidades do mercado, a baixa escolaridade é um fator que limita a ascensão social e a diversificação de emprego, “o capitalismo cria a ilusão de que as

oportunidades são iguais para todos, a ilusão de que triunfam os melhores, os mais trabalhadores, os mais diligentes, os mais “econômicos”. (MELLO e NOVAIS: 1998, P.581)

O desenvolvimento da indústria de base, do aço, do alumínio, petróleo, óleo diesel, hidroelétricas e o sistema rodoviário, ocorridos no governo J.K. permitiu a criação de outras indústrias: “(...) as indústrias tradicionais, de alimentos, a têxtil, de confecções, de calçados, bebidas, móveis também. A indústria farmacêutica e a de produtos de beleza deram um avanço extraordinário.” (MELLO e NOVAIS: 1998, P.563)

Assim, o mercado brasileiro é inundado por produtos diferenciados, “modernos” que irão incorporar-se ao cotidiano das pessoas influenciando hábitos de comportamento e a percepção de estilos de vida, uma vez que esses objetos são acomodados na cultura e identificados a padrões de consumo operados por pessoas de determinadas estilo de vida ou classe social. MELLO e NOVAES em História da vida privada no Brasil 4 listam uma grande quantidade desses produtos:

“Dispúnhamos, também, de todas as maravilhas eletrodomésticas: o ferro elétrico, que substitui o ferro a carvão; o fogão a gás de botijão, que veio tomar o lugar do fogão elétrico, na casa dos ricos, ou do fogão a carvão, do fogão a lenha, em cima dos fogões estavam agora as panelas – inclusive a de pressão – ou frigideiras de alumínio e não de barro ou de ferro; o chuveiro elétrico, o liquidificador, a batedeira de bolo; a geladeira; o secador de cabelos; a máquina de barbear concorrendo com a gilete; o aspirador de pó substituindo as vassouras e o espanador; a enceradeira no lugar do escovão; depois veio a moda do carpete e do sinteco; a torradeira de pão, a máquina de lavar roupa; o rádio a válvula deu lugar ao rádio transistorizado, AM e FM, ao rádio de pilha que andava de um lado para o outro junto com o ouvinte; a eletrola, a vitrola hi-fi, o som estereofônico, o aparelho de som, o disco de acetato, o disco de vinil, o LP de 12 polegadas, a fita; a TV preto e branco, depois a TV em cores, com controle remoto, o videocassete; o ar-condicionado.” (MELLO e NOVAIS: 1998, P.564)

Esse texto da coleção “História da vida privada no Brasil” é uma das principais referências ao pesquisar sobre o consumo no Brasil da metade do século XX, e podemos observar concepções de consumo que evocam o mimetismo a emulação e a superficialidade deste, que foi criticada pelos autores que consideram as funções sociais do consumo.

“São as formas de organização capitalista que determinam a hierarquia do trabalho. Às posições objetivamente superiores e inferiores, corresponde a uma estrutura de remunerações, as quais, por sua vez, dão acesso a posse de riqueza e à aquisição de bens e serviços de consumo. Por outro lado, é a maquinaria capitalista e não a sagacidade desse ou daquele empresário que revoluciona permanentemente os padrões de consumo e a estrutura das necessidades. Esta revolução permanente e ao mesmo tempo, um processo de diferenciação e generalização do consumo. O valor do progresso,

progresso do país ou progresso individual, é, pois, incorporado de maneira puramente mecânica: o mimetismo, pelos “inferiores”, dos padrões de vida e estilo de vida dos “superiores”. A carreira desabalada pela ascensão social é, antes de tudo, uma corrida de miseráveis pobres, remediados e ricos pela “atualização” dos padrões de consumo em permanente transformação. ” (MELLO e NOVAIS: 1998, p. 604)

Segundo estes autores a principal característica do consumo no Brasil é a cópia do American Way of Life, admiração por um padrão hierarquizado que supõe a inferioridade da cultura dos países subdesenvolvidos. Identificar o progresso a estilos de vida proporcionados pelo consumo ocultaria as razões econômicas e ideológicas destes. Junto com o fascínio pelo estilo de vida americano vem a valorização da ideia de trabalho como meio para esse:

A casa continua a ser o centro da existência social. Apenas a vida em família não é mais governada pelo passado, pela tradição, senão que pelo futuro, pela aspiração à ascensão individual, traduzida antes de tudo pela corrida ao consumo. O valor do ócio, que marcou tão profundamente nossa formação cultural, se transfigura na ideia tão contemporânea de trabalho como meio de obtenção de conforto material. (MELLO e NOVAIS: 1986, p.605)

Essa perspectiva do trabalho também se hierarquiza de uma forma interessante: “(...) visão contemporânea da hierarquia capitalista do trabalho: é mais limpa ou mais suja, mais leve ou mais pesada, mais rotineira ou mais criativa, mais subalterna ou mais de direção. ” (MELLO e NOVAIS: 1986, p.605). Logo, observamos que o trabalho menos ligado ao físico e ao automatismo é mais valorizado, num caminho para o Trabalho Imaterial, com o foco nas características mais humanas do homem, a autenticidade e criatividade, transformando-se assim a forma de exploração nessa fase do capitalismo axiomático.

Percebemos ainda que os autores veem as instituições tradicionais como “freios” para o desenvolvimento mutável do capitalismo que baseado no mercado se apropria de todas as possibilidades que beneficiem o Capital.

“Historicamente, a modernidade resulta e avança por meio da tensão permanente entre o conjunto de valores mercantis, utilitários, propriamente capitalistas, e o outro conjunto de valores, fundamentados seja religiosamente, seja secularmente. Mais ainda: são os valores modernos não mercantis, não capitalistas que, corporificados em instituições (a democracia de massas, a escola republicana, as igrejas, a família cristã etc.), põem freios ao funcionamento desregulado e socialmente destrutivo do capitalismo. (MELLO E NOVAIS: 1998, p. 607)

CAPÍTULO 3

PROPAGANDAS NA REVISTA “O CRUZEIRO”: A PROMOÇÃO DA IMAGEM DA MULHER COMO MÃE E DONA DE CASA

Nesse trabalho é utilizado a revista “O Cruzeiro” da década de 1950, período escolhido porque se caracteriza pela ampliação no Brasil de um mercado de consumidores, logo serão analisados principalmente os anúncios publicitários, buscando compreender nestas propagandas um mundo em que a mulher desempenha um papel fundamental na família, como agente biopolítica, promovendo a saúde, higiene e alimentação adequada.

A metodologia utilizada é a pesquisa por amostragem, pois trata-se de um período longo e existem muitos números da revista que não estão disponíveis no Centro de Pesquisas Históricas da UEL (CDPH). Como o objetivo do trabalho é apenas analisar a possibilidade de construção dessas práticas no período não será necessária uma análise minuciosa de todos os exemplares, uma vez que as propagandas são muito repetitivas, até mesmo dentro da própria revista. Logo, analisei apenas as revistas do CDPH, que forneceram material de pesquisa suficiente para a perspectiva proposta. Uma vez que a imagem da mulher é veiculada com muita frequência nas propagandas.

A indústria editorial brasileira passou a segmentar-se por gênero e faixa etária, principalmente a partir da década de 50, no trabalho de Maria Celeste Mira, “O leitor e a banca de jornal”, a segmentação da imprensa brasileira ao longo do século XX é explorada. O principal diferencial das revistas brasileiras a partir da década de 50 foi a presença cada vez maior de imagens, desenhos, fotos, e as cores, que não dominaram as revistas de uma vez, mas foram gradativamente tomando o espaço das imagens preto e branco. O aperfeiçoamento da fotografia na imprensa brasileira facilitou o uso das fotonovelas, e de propagandas ilustradas; é muito importante destacar esta mudança, uma vez que uma revista rica em imagens e em cores atrai até mesmo o público não alfabetizado.

A revista “O Cruzeiro” é um periódico muito estudado para se compreender o discurso de modernização do Brasil, ela se propõe a registrar essa modernidade que está se instalando, por meio principalmente dos avanços tecnológicos. A revista foi fundada no pós primeira guerra, em 1928 pelo jornalista Assis Chateaubriand, cuja biografia se confunde com a história da revista. O primeiro número desse periódico foi um acontecimento muito interessante, uma chuva de folhetos inundou o céu do Rio de Janeiro anunciando o grande

empreendimento que iniciaria no dia seguinte. Chateaubriand fez um grande esforço para a revista ter circulação em todo o território nacional.

O grande objetivo dos seus idealizadores era que ela não fosse considerada apenas mais um informativo, mas uma verdadeira obra de arte. Para isso o cuidado com a imagem foi fundamental, a revista é muito visual, há desenhos, fotos em quase todas as páginas, sua diagramação também colabora para uma apresentação moderna e original. Composta de 64 páginas, sendo a metade dedicada aos anúncios publicitários, espaço muito disputado entre os anunciantes, sua principal matéria era uma espécie de resumo dos boletins nacionais e internacionais, devidamente acompanhado por grandes imagens, reportagens sobre lugares exóticos e colunas muito variadas.

As estratégias de publicação moldam práticas de leitura. Cria-se, em consequência, novos gêneros de textos e novas fórmulas de publicação. Ao diversificar a forma e o conteúdo dessa imprensa diária ou semanal alarga-se, a rigor, esse auditório fugaz e nem sempre visível. Cada nova publicação cria novas formas de organização e de transmissão dos textos, consolidando uma certa cultura escrita. (Barbosa, p.3)

3.1 A aliança com o médico: a mãe enfermeira

Para compreender o papel biopolítico da mulher na família a primeira coisa que temos que levar em consideração é a aliança da mulher com o médico. Como vimos nos capítulos anteriores o poder medical passou a penetrar em âmbitos diversos, ao levar em conta a questão da prevenção de doenças, zelando pelo sanitarismo e a higiene na cidade, nas fábricas, e nas instituições disciplinares. Nesta perspectiva de das alianças médicas percebemos que a passagem desse poder ao interior das famílias tem um aliado fundamental: a mãe. Passa a ser dever da mulher compreender as indicações do médico e executá-la dentro da família, processo em que ao mesmo tempo faz a mulher adquirir poder por meio de um saber e a distância das formas populares de curandeirismo.

Nas revistas podemos perceber essa aliança por meio das propagandas de produtos voltados para o caso de uma doença, ou de vitaminas e fortificantes, produtos que adquirem grande popularidade no período e são encarados como parte da construção de uma vida saudável.

O apelo ao cuidado que a mulher deve ter com qualquer indicio de doença, e no caso ferimento dos filhos pode ser nitidamente observado nas propagandas dos produtos

Johnson&Johnson, no caso, podemos observar ao longo da década de 50 a popularização dos produtos de primeiros socorros. Esses produtos consistiam em: atadura adesiva band-aid, atadura de gaze, esparadrapo johnson e algodão jonco. Destas propagandas selecionei 3 que demonstram a ligação entre o cuidado maternal como complemento do trabalho médico.

Essas propagandas têm em comum o fato de partirem de um caso extremo: um ferimento não cuidado, (corte, machucados comuns em crianças) leva a uma infecção fazendo a criança correr um risco de perder a vida. É interessante observar que estas propagandas sempre contam uma “história”, seja com imagens, desenho ou texto: um corte que não recebeu o devido tratamento acaba se agravando, sendo necessário levar a criança ao hospital ou ter o cuidado de um médico na própria casa. Nesse sentido a ideia é sempre de prevenção, utilizando os produtos necessários para o tratamento não haverá esse problema.

No caso da propaganda seguinte, encontramos uma imagem ocupando metade da página, consiste numa ambulância aberta, recebendo uma maca com uma criança enferma. Na imagem há dois paramédicos manuseando a maca e a figura da mãe ao lado da criança, acariciando sua cabeça com ar preocupado. Há um pequeno desenho sobreposto, com a imagem de um menino utilizando um martelo e olhando o dedo machucado, com a legenda “Foi quase nada no princípio”.

Na outra metade da página está escrito com letras grandes “..., no entanto, aí está agora a perigosa infecção”. Logo, sugerindo um acidente no passado em que não foi tomada as devidas providências. Abaixo deste título há um pequeno texto de orientação explicando a importância de levar os pequenos machucados a sério, tratando-os adequadamente, higienizando e fazendo um curativo com os produtos em questão, num caso mais grave, sugere-se um médico. Ao final da página há pequenos desenhos representando os produtos, o logo da marca com a frase “o nome de maior confiança em produtos cirúrgicos”. Remeter os produtos ao uso cirúrgico, palavra do campo do poder médico, reforça essa necessidade dos

produtos identificarem-se com um cuidado “adequado”, aprovado pelo poder medical e podendo ser executado pela mãe.

Foi um quase nada no principio...

...no entanto, aí está agora a perigosa **INFEÇÃO!**

VEJA QUE SUSTO! E tudo poderia ser evitado. E perigoso não cuidar dos pequenos acidentes domésticos – um corte, queimadura, arranhão ou queda. Ou agir de forma errada, apressada. Nesses casos, o caminho de uma infecção grave permanece aberta. O certo é tratar na hora com uma limpeza e um curativo adequados. Prepare-se para essas emergências – tenha sempre em casa os produtos para preveni-las. Se não souber como agir prontamente, consulte o Guia de Pronto Socorro, ou, se o caso for grave, chame sem demora o seu médico.

Johnson & Johnson
O NOME DE MAIOR CONFIANÇA EM PRODUTOS CIRÚRGICOS

TENSORES ADHESIVOS BAND-AID ESPALMADO JOHNSON ALGODÃO JOHNSON ESTAMPAS DE GAZA

GRATIS! Para receber o Guia de Pronto Socorro, Lata 20 gramas, envie um selo de 50 centavos e um envelope 8 centavos de Brasil. Digite: 2-2 Caixa Postal 7136, N. Paulo.

MUSEU DE HISTÓRIA DA SAÚDE

(Revista “O Cruzeiro, XXVII, nº47, 03 de setembro de 1955)

As próximas duas propagandas que escolhi também possuem esse formato: uma imagem de meia página sugerindo um caso grave de infecção, com a presença do médico ou a ideia de hospital, e uma sugestão de um corte pequeno no passado ao qual não foi tratado. Na outra metade da folha o texto muito parecido, com final sempre igual, ressaltando a importância dos cuidados com os produtos Johnson&Johnson, inclusive em uma delas há um passo a passo de como efetuar esse cuidado.

Isto
— pode causar
Isto!

CIRURGIA

Um pequeno ferimento... mas se não fôr tratado imediatamente, pode se infeccionar. E infecções podem ter conseqüências muito sérias.

EVITE PERIGOSAS INFECCÕES, com êstes 4 simples passos de pronto socorro...

1. Limpe bem o ferimento com um pedaço de algodão e água fervida ou um antisséptico.
2. Se o acidente fôr pequeno, aplique uma Atadura Adesiva Pron-ticira ou Band-Aid.
3. Se fôr maior, aplique um bom antisséptico e cubra o ferimento com uma Compressa de Gaze.
4. Segure o curativo com uma Atadura ou Esparadrapo. Se o caso fôr grave, chame o médico.

Acidentes nunca avisam. Cortes, escoriações, bôlhas, arranhões, podem acontecer a qualquer momento, em qualquer lugar. Por isso, esteja sempre preparado para aplicar os primeiros socorros de emergência, imediatamente. Mas tenha muito cuidado! Nunca use materiais inadequados. Tenha sempre em casa, ou no trabalho, produtos cirúrgicos fabricados especialmente para êste fim: algodão, gaze, ataduras e esparadrapo. Ao comprar, nunca aceite quaisquer substitutos. Insista sempre na marca Johnson. É a marca que, desde 1886, mereceu constantemente a confiança e preferência de hospitais e farmacêuticos do mundo inteiro.

Johnson & Johnson

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXVIII, nº3, 05 de novembro de 1955.)



...e agora a **INFEÇÃO** ameaça uma vida!

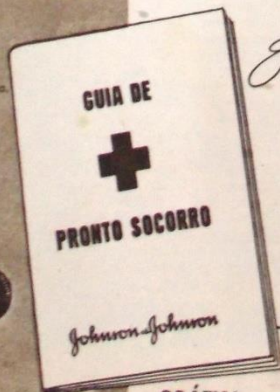
Atadura Adesiva Band-Aid
Curativo rápido e completo, pronto para usar.

Esparadrapo Johnson
Impermeável. Adesão instantânea. Fácil de retirar.

Atadura de Gaze
Gaze cirúrgica, pura, absorvente e de alta resistência.

Pomado Johnson
Para aliviar imediato de queimaduras, feridas, picadas, etc. Antisséptico, cicatrizante e sedativo.

QUANTA VIGILIA, quanto transtorno. No entanto, isso não "precisava" acontecer. Tome cuidado. É um perigo não ligar para uma queda, queimadura, corte, arranhão. Ou acudir ao pequeno acidente com descaso, às pressas. Grave infecção pode sobrevir. Seja prudente. Cuide do ferimento com rigorosa limpeza, seguida de um curativo certo. E se o caso for grave, é preciso chamar o médico.



Esteja Preparada!

Tenha sempre em casa os produtos necessários para fazer qualquer curativo de emergência. E para sua proteção, insista nos produtos cirúrgicos da

Johnson & Johnson

O NOME DE MAIOR CONFIANÇA EM PRODUTOS CIRÚRGICOS

BBBB-135

NOME _____

RUA _____ N.º _____

CIDADE _____ ESTADO _____

GRÁTIS! Para receber o Guia de Pronto-Socorro, com 38 páginas, recorte e envie à Cia. Johnson & Johnson do Brasil, Caixa Postal, 7.136 - São Paulo.

Essa aliança da mãe com o médico e o mundo da medicina também podemos observar nas propagandas de fortificantes⁶. Há algumas delas que seguem o mesmo padrão visual das propagandas de produtos de primeiros socorros da Johnson&Johnson, apresentando um desenho chamativo, abaixo um título que valoriza o produto, um pequeno texto de orientação e para finalizar o nome do produto e um pequeno desenho representando-o.

Os personagens deste desenho consistem numa mulher, representando a mãe, o farmacêutico e a criança. Todos aparecem sorridentes no balcão da farmácia, sendo o centro das cenas sempre o vidro de “Biotônico”. Apesar da ausência do médico nas imagens sua presença é afirmada no texto, por exemplo: “Cumprindo á risca as determinações do médico, o farmacêutico entrega ao público medicamentos de comprovada eficácia, de absoluta confiança. É o caso do Biotônico Fontoura, recomendado pelos maiores nomes da medicina brasileira. ” Logo, a presença da autoridade medical é invocada por intermédio do farmacêutico.

(Revista “O Cruzeiro, Ano XXVIII, nº2, 29 de outubro de 1955.)



DISTINGUIDO EM TODAS AS FARMÁCIAS DO BRASIL

Para o vidro gigante que oferece estas vantagens:

- Economia no preço, por igual número de doses.
- A História do “Jaco Tatuado”, de Monteiro Lobato.
- Tratamento mais prolongado, sem interrupção, com o mesmo vidro.

A Farmácia é uma “Casa do Bem”, onde se encontram reunidos os melhores recursos para a defesa da saúde. Cumprindo á risca as determinações do médico, o farmacêutico entrega ao público medicamentos de comprovada eficácia, de absoluta confiança. É o caso do Biotônico Fontoura, recomendado pelos maiores nomes da medicina brasileira. Quando os organismos da criança, do jovem ou do adulto exigem poderoso reconstituinte - Biotônico Fontoura é sempre indicado.

Biotônico Fontoura é o mais ativo medicamento contra anemia, raquitismo, fraqueza geral e neurastenia. Regenera o sangue, fortalece os músculos, tonifica os nervos. À venda em todas as farmácias e drogas.

BIOTONICO
o mais completo fortificante

FONTOURA

REVISTA, 29 de Outubro de 1955

⁶ Fortificante é um produto tônico feito para estimular o apetite e o crescimento, o Biotônico da marca “Fontoura” foi criado por um médico brasileiro, chamado Cândido Fontoura em 1910.



BENEFICIANDO MILHÕES DE PESSOAS

Recomendado pelos maiores nomes da medicina brasileira, o Biotônico Fontoura proporciona maravilhoso resultado nos organismos debilitados que reclamam enérgico reconstituente.

Do uso do Biotônico Fontoura resulta: aumento de peso, levantamento das forças, desaparecimento das dores de cabeça, insônia e nervosismo.

Biotônico Fontoura é o mais completo fortificante.

Peça o vidro gigante que oferece estas vantagens:

- Economia no preço, por igual número de doses.
- A história do "Jeca Tatusinho", de Monteiro Lobato.
- Tratamento mais prolongado, sem interrupção, com o mesmo vidro.



BIOTONICO

o mais completo fortificante!

FONTOURA

Internacional

62

Além das propagandas do Biotônico Fontoura encontramos de outros fortificantes. Por exemplo, “Emulsão de Scott” também têm o apelo no público infantil, trazendo a imagem da mãe como aquela que aplica o uso do produto com o objetivo de mudar os hábitos alimentares do filho assim possibilitando uma melhora no próprio comportamento da criança que apresentará maior disposição para o estudo e para os divertimentos. Percebemos que essa preocupação com a vida, a saúde tem um fim de produtividade, pois, uma criança saudável terá muita disposição para as atividades diárias.



*Minha filha já
tem apetite*

Era criança sem vida...
Fastio, falta de dis-
posição para os
estudos e até para
os divertimentos
infantis. Mas tive
a ventura de desco-
brir algo novo:— A velha
Emulsão de Scott. Vita-
minizou o organismo, calci-
ficou os ossos, e a criança
mudou por completo. Passou
a ter boas cores, a comer bem.
A saúde despontou plena
e vigorosa! Hoje serve de
exemplo. Não há tônico mais
eficaz para crianças que a

EMULSÃO DE SCOTT
TÔNICO DAS GERAÇÕES



Na revista “O Cruzeiro” encontramos ainda outro “medicamento” voltado essencialmente ao cuidado que a mulher deve ter com os filhos, trata-se de um vermífugo: o “Licor de Cacau – vermífugo de Xavier”. É uma propaganda bem frequente ao longo da década de 50, entretanto não ocupa tanto espaço como o Biotônico Fontoura. Ela não apresenta fotos ou desenhos muito elaborados, apenas a imagem estilizada de uma mulher aplicando colheradas aos seus filhos. A única invocação da autoridade medical que encontramos é o nome do fabricante do produto “Laboratório licor de cacau Xavier S. A.”.



(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXVIII, nº48, 10 de setembro de 1955.)

3. 2 A higiene dos corpos dos filhos: um cuidado da mãe

Encontramos várias propagandas que indicam esse papel da mulher, de introdutora dos “cuidados de si” na família, cuidados relacionados à saúde e higiene. Na primeira propaganda (ambas são da mesma revista de 1959) trata-se do sabonete “Lifebuoy”, ocupando $\frac{3}{4}$ da página podemos ver uma foto em preto e branco de uma família. A mãe encontra-se sentada numa poltrona e sorri olhando para baixo, onde uma criança alimenta um bebê, sentados no chão, o homem, senta no braço da poltrona, abraça a mulher e coloca a outra mão nas costas da criança. Há alguma decoração, um quadro e uma planta, discretos. Um quadro no canto superior direito, fora da fotografia traz a imagem da mulher com a legenda: “A saúde da minha família depende de mim!” E abaixo da fotografia: “Por isso eu escolhi Lifeboy!”, “Um seguro de saúde para você e toda a sua família”. O apelo a responsabilização da mulher pelo cuidado dos outros é evidente, percebemos que a construção de si para a mulher como figura da “mãe” é uma atividade que envolve o cuidado com os outros.

Abaixo da fotografia ainda segue o texto:

“Aí está uma família feliz. Uma família com saúde. Por trás de cada sorriso, de cada olhar de felicidade, existe o carinho de uma mãe extremosa. De alguém que pensa em todos os detalhes: desde a alimentação até o sabonete para o banho diário e higiene das mãos. Para ela, tudo é importante quando se trata da saúde da família. Por isso ela escolheu o novo Lifeboy com Puralin, e todos em casa aprovam! A gora com novo e delicioso perfume, Lifeboy tem nova e atraente cor rosa-coral. E é durável, tão durável que se tornou o sabonete mais econômico que se pode comprar!”

Encontramos nesse texto uma série de referências ao trabalho da mãe em relação a sua família: mantê-los felizes, com saúde, cuidar da alimentação, do banho e da higiene das mãos, assim ela ensina os filhos a cuidarem de si mesmos, se manterem asseados e saudáveis. Na segunda parte o texto foca no produto e seu diferencial: economia (outra qualidade de uma dona de casa), a nova cor e a fragrância.

“A saúde de minha família depende de mim”

“Por isso, escolhi o novo Lifebuoy!”

Al está uma família feliz. Uma família com saúde. Por trás de cada sorriso, de cada olhar de felicidade, existe o carinho de uma mãe extremosa. De alguém que pensa em todos os detalhes: desde a alimentação até o sabonete para o banho diário e higiene das mãos. Para ela, tudo é importante quando se trata da saúde da família. Por isso, ela escolheu o Novo Lifebuoy com Puralin – e todos em casa aprovaram! Agora, com novo e delicioso perfume, Lifebuoy tem nova e atraente cor rosa-coral. E é durável, tão durável, que se tornou o sabonete mais econômico que se pode comprar!

-um “seguro de saúde” para Você e toda a família

NOVO!
Lifebuoy
O SABONETE DE AMOR
com **Puralin***

* PURALIN, recente descoberta científica, é um agente que neutraliza a ação dos germes que se depositam na pele.

Outra marca de sabonete muito presente na revista “O Cruzeiro” é a “Eucalol”. O foco desta propaganda também é o cuidado da mãe e sua responsabilidade com a higiene da criança. Nesta em específico o apelo a qualidade do produto é buscado ao mostrar uma famosa atriz brasileira utilizando em seu filho. A propaganda ressalta a condição da atriz de mãe e suas escolhas enquanto tal. A propaganda finaliza com a frase: “A trinca da saúde, bem-estar e higiene de toda a família”, revelando os deveres da mulher como agente biopolítica na família.

após experimentar e comparar, você também afirmará:

para a beleza da minha cútis e proteção da pele do meu filho é muito superior o balsâmico Sabonete Eucalol

De foto! O Sabonete Eucalol embeleza a "mamãe" porque limpa e retira todas as impurezas da pele. E também protege a pele do bebê porque possui as balsâmicas essências do eucalipto.

Madeline Rosay é uma vocação de artista. É professora de balado e expoente da arte coreográfica brasileira. São incontáveis os seus êxitos nos palcos do Brasil, França, América e, agora, na Televisão.

Mãe extremosa, MADELEINE ROSAY confessa: "para meu filhinho, escolhi o Sabonete Eucalol que é também o meu Sabonete!"

Sabonete - Talco Creme Dental

Eucalol
a trilha da saúde... bem estar e higiene de toda a família.

Experimente o Talco Eucalol! Balsâmico! Saponizante! Agora, na sua linda e moderna embalagem!

PRODUTOS DA PERF. MYRTA S. A. - RIO

80

Record 30

(Revista "O Cruzeiro", Ano 25, nº41, 25 de julho de 1953.)

Além do cuidado com a higiene corporal percebemos na revista uma conscientização do hábito de escovar os dentes. A propaganda da pasta dental Synrol ocupa uma página inteira da revista e segue aquele modelo descrito nas propagandas de Biotônico, por exemplo. Meia página é dedicada a imagem, no caso uma menina, de toca de banho sorridente. Abaixo há um título: "Bom dia, mamãe!" e em seguida um pequeno texto. O texto aconselha as mães a "Completarem a higiene de banho dos filhos com a higiene dental, escovando-os três vezes ao dia." Logo, entende-se porque a criança encontra-se saindo do

banho pela manhã (Bom dia, Mamãe!) e é a hora que se aconselha a utilização do creme dental.

As últimas palavras dessa propaganda são: “Germicida, Econômico e Agradável”. Nessas palavras percebemos 3 importantes perspectivas presentes na biopolítica como papel da mulher, em “Germicida” a valorização do discurso científico e medical, em “econômica” a valorização de sua capacidade de administração do lar, e por fim, “agradável”, uma referência a preocupação em proporcionar a criança os cuidados adequados não de uma maneira repressiva, mas positiva que a agrade.



Bom dia, mamãe!

As crianças acordam alegres e bem dispostas! É a hora do banho de chuveiro e a Sra., que se preocupa tanto com a saúde de seus filhos, deve completar os cuidados do asseio corporal, ensinando-lhes, também, a escovar os dentes 3 vezes ao dia

com SYNOROL — o creme dental germicida de **confiança** porque é **cientificamente** preparado. SYNOROL limpa e clareia os dentes, protege as gengivas e a mucosa bucal, tem gosto agradável, perfuma e refresca o hálito.

*apenas
por 500* **Compre um tubo ainda hoje!**

Distribuidores exclusivos:
PAUL J. CHRISTOPH CO.
Caixa Postal 687 Rio



GERMICIDA - ECONÔMICO - AGRADÁVEL

(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, nº40, 18 de julho de 1953.)

Há também muitas propagandas voltadas para os bebês, como talcos por exemplo. O interessante dessas propagandas é que sempre são textos ou frases que sugerem os próprios bebês falando com as mães ou fazendo a propaganda do produto. As marcas de talco encontradas foram: “Johnson&Johnson”, “Talco Ross” e “Produtos Guri”. Nessas propagandas

é destacada a necessidade de a mãe escolher o produto que além de proporcionar a maior higiene proporciona o maior conforto.

RE

VOCÊ SABIA QUE,
PARA NÓS, SÓ EXISTE
UM TALCO?

SABIA!
É TALCO
JOHNSON!



mal
des
em
m
sa-
tr-
su-
s-
e-
t-
p-

Seu bebê
também merece
Talco Johnson
para Crianças

A mamãe sabe que, para o
bebê, para a sua pele tenra
e delicada, nunca usará
um talco qualquer.
Contra assaduras,
irritações e brotoejas,
use Talco Johnson para
Crianças. Seu filhinho
também merece e precisa
o suave, puro e boratado
Talco Johnson
para Crianças.



8758

Use o melhor – produtos Johnson para Crianças

LEO • SABONETE • CREME • FRALDAS

(Revista “O Cruzeiro”, Ano 25, nº41, 25 de julho de 1953.)

OLHE, SENHOR URSINHO,
PARA BEBÊS SÓ SE ADMITE
TALCO
JOHNSON

A pele delicada do bebê necessita Talco Johnson!

A pele do bebê é muito delicada. Por isso, não é qualquer produto que se indica para proteção contra assaduras, brotoejas, irritações. Os médicos, maternidades, enfermeiras, indicam qual o talco que se recomenda para a epiderme infantil: é o puro, suave, boratado Talco Johnson para Crianças.

Use o melhor - produtos Johnson para Crianças
ÓLEO • SABONETE • CREME • FRALDAS

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXVIII, nº19, 25 de fevereiro de 1956.)

Não discuta, Senhor gato,
talco para nós crianças
só existe um — é o
**Talco
Johnson!**



Para o bebê
a mamãe só admite
Talco Johnson

É o conselho de médicos,
maternidades e enfermeiras.
Para a pele delicada do
bebê recomenda-se um
talco especial — Talco
Johnson para Crianças.
Puro, suave e boratado, é
ideal para proteção contra
assaduras, brotoejas e
irritações na delicada
epiderme infantil.



Use o melhor — produtos Johnson para Crianças

LEO • SABONETE • CREME • FRALDAS

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, nº41, 25 de julho de 1953.)



Em uso o Talco Ross!

Naturalmente. Porque quanto mais fino o talco, tanto mais apropriado para crianças. E o Talco Ross é muitas vezes mais fino... por isso, muitas vezes melhor para proteger, refrescar e suavizar a pele delicada das crianças. Repare só a expressão de contentamento de sua filhinha, depois de uma aplicação do Talco Ross...



Este sim...
é o talco para
A SUA criança!

talco **ROSS**



"Mas que menino
manhoso!
Só levando umas
palmadas..."

...reclamava a família inteira...
e o bebê não descansava...
não dormia... só chorava!



mas isto era **ANTIGAMENTE!**

Hoje as crianças são calmas,
porque seu tratamento
é cientificamente con-

trolado por pediatras que recomen-
dam produtos de confiança, como
os PRODUTOS GURI. Mamães e
"Babás" seguem rigorosamente as
instruções recebidas e
usam, diariamente:

SABONETE - TALCO - LAVANDA -
ÓLEO ANTISSÉTICO GURI

Depois... é só deitar o bebê
e ele dorme,
calmamente,
horas e horas...

PRODUTOS
Guri
PARA A HIGIENE E
CONFORTO DO BEBÊ



PRODUTOS
HERMANNY

A VENDA EM TODAS
AS FARMÁCIAS, MAGAZINES E PERFUMARIA

3.3 A alimentação da criança

As propagandas de produtos alimentícios na revista O Cruzeiro são frequentes, entretanto há um diferencial entre elas, algumas são apelativas as crianças no sentido de satisfazê-las e outras à dona de casa mãe, com intenção de sugerir-lhe ideias de pratos para o agrado geral e sua realização enquanto “Rainha do lar”.

As propagandas que sugerem as crianças como alvo foram separadas da seguinte forma: As que evocam comer como atividade prazerosa, divertida, ligada a tradição como aniversários e piquenique, e no sentido lúdico, em que a imagem de personagens de desenho como índios, são o atrativo. Em seguida as propagandas relacionam seu conteúdo a argumentos científicos, pois contem vitaminas e propriedades próprias para as crianças em crescimento. Para finalizar a alimentação infantil é colocada como essencial para o bom rendimento escolar.

3.3.1 Comer: uma atividade divertida

Nas propagandas do biscoito “Aymoré”, ou “Petit Beurre⁷ Ayomré” as crianças são o público alvo. A palavra Aymoré, de origem indígena é explorada nas propagandas com o uso da figura do índio e do cacique como representantes da marca. Logo, a referência indígena reforça a nacionalidade do produto, enquanto o título “Petit Beurre” sugere uma inspiração mais europeia para o produto.

Nas duas propagandas observamos crianças ingerindo o biscoito em primeiro plano, ocupando o centro da página e sendo o maior desenho da propaganda, elementos lúdicos também são encontrados, na primeira há muitas imagens de índios, com frases que remetem a qualidade do produto e a vida na aldeia. Na segunda o elemento lúdico e a referência ao “Piquenique” sugerem atividades prazerosas para as crianças. Logo, percebemos essa preocupação não apenas em alimentar de maneira saudável, mas de agradar o público infantil, que passa a ser visto como possuidor de gostos próprios.

No pequeno texto da segunda propaganda do biscoito Aymoré, observamos a ideia de família afetuosa, em que uma criança escreve uma espécie de diário ou relata para alguém o seguinte:

⁷ Biscoito amanteigado em Frances.

Domingo é dia de piquenique... e a garotada – eu também – está alvoroçada com a ideia do passeio, dos deliciosos petiscos, dos doces e biscoitos que vamos levar conosco. Creio que até papai e mamãe estão entusiasmados. Ontem papai chegou em casa todo alegre, com uma porção de embrulhos para o piquenique, inclusive a nossa lata de biscoitos Aymoré. Hum!.... (Revista “O Cruzeiro”, Ano XXVI, nº 16, 9 de março de 1953, P. 115)

Esse relato ficcional de uma criança descreve como deve funcionar a dinâmica de uma família bem sucedida, as crianças sendo o centro, é dado o cuidado de uma alimentação prazerosa assim como a atividade de fazer um piquenique é muito valorizada “a garotada está alvoroçada”, até pelos adultos, que encaixam suas atividades no sentido de agradar e constituir para o prazer das crianças.

-Nós adoramos o nosso Aymore!

Não é sem razão que eles dizem isso. Aymoré oferece grande variedade dos mais deliciosos e nutritivos biscoitos, para todas as horas e todos os paladares. E são fabricados sob as mais rigorosas condições higiénicas e com ingredientes puríssimos.

Ah! O novo Petit Beurre Aymore!

Mamãe Índia à vista! Ai vem o meu Chocolate!

-Eu sou a Palmira... e Palmira é o meu biscoito!

-O cacique recomenda Cream Wafers!

-Na taba, temos de todos numa lata de Sortidos!

E tem mais!

BISCOITOS **AYMORE** LTDA.

Se procura qualidade, peça biscoitos Aymore!

71

CRUZEIRO, 6 de abril de 1953

(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, nº 23, 6 de Abril de 1953.)

-Domingo é dia de piquenique

... e a garotada — eu também — está alvoroçada com a idéia do passeio, dos deliciosos petiscos, dos doces e biscoitos que vamos levar conosco. Creio que até papai e mamãe estão entusiasmados. Ontem papai chegou em casa todo alegre, com uma porção de embrulhos para o piquenique, inclusive a nossa lata de biscoitos Aymoré. Hum! . . ."



Cream Cracker
Aymoré é o "crack"
dos biscoitos!



Ah, Pipoca!
O Cão e meu!
Pra você
tem osso!

-Luiza,
mamãe?

-Por favor,
É um Palmira
para o papai.

Chocolate Creme
é a minha
sobremesa!



BISCOITOS **AYMORE** LIMITADA

Se procura qualidade, peça biscoitos Aymoré.

9 de março de 1953

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXVI, nº 16, 9 de março de 1953.)

Também encontramos na revista outro alimento direcionado as crianças que foca nas possibilidades divertidas do alimento, no caso um acontecimento tradicional muito comum no universo infantil: a festa de aniversário. Esse alimento é o achocolatado Toddy. Na propaganda encontramos um desenho que ocupa mais de meia página em que várias crianças estão usando chapéus de aniversário ao lado de uma mesa repleta de guloseimas, indicando a festa de aniversário.



—“Hum! Isto, sim, é que é Toddy!”
Como é delicioso!
Quem sabe... sabe

Nas festas de aniversário, quando as crianças se reúnem, o delicioso Toddy está sempre presente, porque todas as crianças o preferem e sabem que Toddy é o alimento mais completo, mais gostoso, mais perfeito e mais puro. Sabem que Toddy as torna mais fortes, mais confiantes, mais vigorosas, mais inteligentes.

Toddy contém cálcio, ferro, fosfatos, proteínas, carboidratos e vitaminas, cientificamente dosados, para render o máximo de nutrição. E Toddy diz a verdade.

Toddy é o alimento de confiança para toda a família. Toddy é único. Toddy não tem nem pode ter similares.

UMA LATA DE TODDY EM CASA É UMA FONTE PERMANENTE DE SAÚDE, ENERGIA E PRAZER.



CRUZEIRO, 5 de novembro de 1955

30.060
35

(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, nº46, 5 de novembro de 1955.)

3.3.2 A alimentação infantil para o crescimento: importância das vitaminas

O segundo foco que encontrei nas propagandas de alimentos para a criança foi o apelo as propriedades nutritivas do produto, enfatizando a importância das vitaminas, sais minerais e proteínas dos produtos. O discurso que encontramos é sempre justificando com termos científicos a importância da ingestão de determinado alimento para o desenvolvimento e o crescimento saudável da criança.

Na propaganda da aveia “Quaker” encontramos a foto da lata ocupando a maior parte da página e ao lado o desenho de uma mulher, medindo a altura de seu filho. O título de chamada é “Veja como eles se desenvolvem com aveia Quaker”. O produto sugere que sua ingestão esta diretamente ligada ao crescimento da criança, e o papel da mãe é cuidar e assistir esse desenvolvimento auxiliando na ingestão dos alimentos adequados.

(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, nº40, 18 de setembro de 1953.)

Na segunda propaganda selecionada para falar da importância da nutrição para as crianças foi a “Margarina Saúde”. Essa propaganda ocupa uma página inteira e tem um diferencial de ser colorida, as cores são vibrantes e chamativas, o desenho de uma mesa de café da manhã ocupa meia página. Há um texto com a frase “Para um lanche mais nutritivo...” e em seguida um pequeno texto que enfatiza o processo de fabricação do produto. A imagem do produto se encontra ao lado, e o título saúde do produto é acompanhado da imagem de uma garotinha sorridente, logo sugerindo que o alimento é apropriado para crianças também.



Para um lanche mais nutritivo...

Margarina Vegetal Saude, preparada com leite pasteurizado e matéria-prima vegetal puríssima, é ótima para passar no pão e proporciona aos seus pratos um sabor inconfundível que a torna indispensável na maioria dos lares brasileiros. Contendo 20.000 unidades de Vitamina “A” por quilo, Margarina Vegetal Saude é também excelente para fazer bolos, biscoitos e panquecas! Experimente V. também Margarina Vegetal Saude... é um produto de qualidade ACCO!

ANDERSON, CLAYTON & CIA.
LIMITADA



(Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, nº40, 18 de setembro de 1953.)

3.3.3 Alimentação adequada para o bom rendimento escolar

A terceira subdivisão na alimentação infantil foram as propagandas voltadas a necessidade vitamínicas que as crianças necessitam para um bom rendimento escolar. Nelas aparecem imagens de crianças, e no texto a referência a necessidade do bom desempenho escolar por meio da ingestão de determinado alimento. Observo que na primeira e na última está explícito o direcionamento a mulher, na primeira a palavra “Senhora” e na última a foto de uma mulher sorridente com um texto que inicia com “A mamãe nunca se esquece...”.

A primeira propaganda é do produto “Milo”, da marca “Nestlé”, trata-se de um complemento alimentar. A propaganda ocupa a página toda e é colorida, traz um texto explicando as propriedades nutricionais com o nome de diversas vitaminas e a indicação de como deve ser administrado. Há ao lado vários desenhos coloridos de crianças em situações escolares: no quadro negro, com a professora, na carteira escolar, carregando livros. Percebemos também o cuidado em representar crianças de diversas faixas etárias até adolescentes. Ao final da propaganda há o depoimento de três dessas crianças escritos por uma letra cursiva infantil dizendo o quanto são gratos pelo complemento vitamínico e como ele ajuda nos estudos.

Na segunda propaganda, um pouco menor (3/4 de uma página), o produto anunciado é o achocolatado “Nescão”, também pertence a marca “Nestlé”. Há a imagem de um garoto brincando em um tapete e abaixo um texto que fala da energia que o produto proporciona, ressaltando também os sais minerais e como serve de perfeito complemento para alimentação de crianças que precisam de energia não apenas para as batalhas do cotidiano, de brincadeiras, mas também as batalhas escolares de estudo e desenvolvimento infantil.

A terceira propaganda trata-se do biscoito “Aymoré”, é direcionada a mãe, pois traz o texto:

A mamãe nunca se esquece de que seus filhos além de livros e cadernos, devem levar consigo também o lanche para a hora do recreio. E para reforçar essa ligeira refeição da tarde, nada melhor do que os biscoitos Aymoré. São nutritivos, apetitosos e fabricados com os mais puros ingredientes. (Revista “O Cruzeiro”, Ano XXV, 8 de agosto de 1953.)

Logo coloca diretamente na mulher a responsabilização pela alimentação adequada a criança, que não deve esquecer desse importante detalhe: a hora do recreio. O texto ainda reforça a propriedade nutritiva do biscoito e a qualidade da produção.



**MILO DÁ MAIOR
DISPOSIÇÃO PARA
OS ESTUDOS...**



Senhora!

SEUS FILHOS, QUE ESTUDAM, PRECISAM DE UMA ALIMENTAÇÃO APROPRIADA

MILO é o complemento alimentar especialmente indicado para os seus filhos que estudam, porque contém, em forma altamente concentrada, as seguintes substâncias que lhes são indispensáveis: leite integral, cereais maltados, açúcar.

- * vitaminas A, B₁, B₂, e D
- * fósforo, magnésio, cálcio e ferro em forma orgânica facilmente assimilável.

MILO, além de compensar o esforço suplementar exigido pelos estudos, é muito gostoso. Para sua tranquilidade, portanto, dê MILO, diariamente, aos seus filhos, preparado ao gosto de cada um.

- * **Importante:** apenas 50 g de MILO cobrem, totalmente, as necessidades mínimas diárias de vitaminas A, B₁, B₂, D e ácido nicotínico, assim como de ferro. Quando preparado com leite, MILO proporciona, ainda, 100% das necessidades mínimas diárias de cálcio e fósforo.



Papai e Mamãe gostam de Malagelado, mas eu acho mais gostoso o Milo tal como está na lata. Uma Maria

Assim como eu, tem alguns de vocês que fazem Milo gelado porque é 'frito e 'fundável'.

Os bons resultados que eu venho obtendo nos estudos atribuo em grande parte ao Milo que tomo todos os dias. José Nunes

OS GOSTOS VARIAM, PORÉM, MILO É SEMPRE UMA DELÍCIA PARA O PALADAR E UM ALIMENTO COMPLETO PARA O ORGANISMO.

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, nº43, 8 de agosto de 1953.)



NESCÃO

*é um bom começo para
o "general" de mais vitórias...*

Para enfrentar os "inimigos" nas batalhas realizadas nas vizinhanças de casa... e para vencer as outras mais importantes... as batalhas escolares, o nosso pequeno "general" precisa estar bem munido de calorias. E a Senhora pode garantir-lhe a melhor "munição", dando-lhe Nescão.

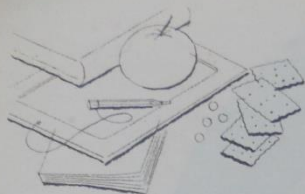
Nescão encerra uma combinação perfeita de substâncias alimentícias, cientificamente selecionadas, completadas com sais minerais indispensáveis ao organismo em crescimento. Pela manhã ou à tarde, dê Nescão a seu filho.

Peça Nescão, hoje mesmo, ao seu fornecedor. Nescão é um excelente alimento.



NESCÃO
é garantido por uma
experiência, que nenhuma outra
marca pode oferecer: a
experiência NESTLÉ!

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, nº40, 18 de setembro de 1953.)



Que é que tôda
criança leva à escola?

A mamãe nunca se esquece de
que seus filhos, além de livros e cadernos,
devem levar consigo à escola também o lanche
para a hora do recreio. E para reforçar
essa ligeira refeição da tarde, nada melhor do que
Biscoitos Aymoré. São nutritivos, apetitosos
e fabricados com os mais puros ingredientes.



-Eu prefiro
Serenata!

-Ciranda, cirandinha...
Vamos todos cirandar...
Vamos ser bem boazinhas...
Para "31" ganhar...



-E tem
mais!



AYMORÉ LTDA.

O biscoito Aymoré não é mais caro, é melhor, e, por isso, verifique
sempre se de fato é AYMORÉ o biscoito que está comprando!

Ah! Maizena!
Isso sim!



(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, 8 de agosto de 1953.)

3.4 Mulher, a Rainha do lar

As propagandas selecionadas nesse tópico têm como público alvo as mulheres. Em sua maioria são eletrodomésticos e produtos para a casa destinados a fazer do lar um espaço agradável, mas acima de tudo, o discurso destina a otimizar não apenas o espaço físico do lar, mas o próprio cotidiano da mulher e sua performance como mãe e dona de casa.

As propagandas foram separadas em duas partes. Na primeira estão aquelas em que as próprias crianças fazem o discurso de como “sua mamãe foi bem-sucedida ao optar por determinado produto”, enfatizando a economia de tempo para o benefício da criança. Na segunda estão os produtos tecnológicos característicos desses “Tempos modernos”, da marca “Gelomatic”, “Walita” e “Arno”, eletrodomésticos modernos que se aliam ao trabalho da mulher, nessas propagandas as capacidades e informações técnicas do produto são enfatizadas.

3.4.1 A realização da mulher na satisfação dos filhos

Algumas propagandas colocam as crianças como protagonistas do discurso da necessidade de determinado produto para o lar. Nessas propagandas há sempre a imagem de uma criança feliz e risonha, as crianças dessas propagandas geralmente são muito novas, praticamente bebês⁸. No texto da primeira propaganda, por exemplo, há a ênfase de que o liquidificador permitirá o preparo de muitos alimentos ricos em vitaminas, logo alinhando-se também à ideia de cientificidade da alimentação, promovida pela difusão da autoridade medical.

Os produtos presentes neste tipo de propaganda são os eletrodomésticos: enceradeira, para um chão brilhante como espelho, panela de pressão, com o objeto de economizar tempo no preparo dos alimentos e o liquidificador, que é o eletrodoméstico que encontramos numa proporção maior em relação aos outros. O liquidificador é destacado por facilitar o trabalho do preparo de sucos, vitaminas, caldos e papinhas, preservando as propriedades vitamínicas.

⁸ Encontrei uma propaganda de eletrodoméstico apenas em que a criança em questão não era um bebê, mas uma mocinha que ajudava sua mãe no serviço doméstico, sugerindo essa diferenciação na educação da mulher.

Estou satisfeito:
Mamãe já tem em casa

OS APARELHOS
DOMÉSTICOS

ARNO

Usando os Aparelhos Domésticos ARNO, o tempo agora sobra para mamãe. Estou satisfeito com a comida e com a limpeza. A casa brilha com a Enceradeira Elétrica ARNO Super, as vitaminas preparadas no Liquidificador ARNO são deliciosas e a Panela Expressa ARNO (de pressão) nos dá grande economia. Sim, estou satisfeitíssimo!

Liquidificador ARNO



- O mais higiênico!
- O mais silencioso!
- Motor super-potente!
- Corpo inteiramente desmontável, para maior facilidade de limpeza!
- Tampa de borracha sintética e inodora!
- A mais avançada técnica!

Panela Expressa ARNO
(DE PRESSÃO)



- A única com indicador de pressão exato e de gradações visíveis!
- Manejo simplíssimo: sem ganchos ou molas!
- Incomparável na economia de tempo e dinheiro!

Pat. M. I. 1.044

Enceradeira Elétrica ARNO Super



com espalhador de cera eletro-automático

- Ultra-móderna, com uma só escóva!
- Motor Super-Potente!
- Raspa, encera e lustra sem troca de peças!
- Acionamento positivo sem correias!
- Maior superfície de polimento!

Pat. M. I. 1.066 e
P. I. 39.908

ARNO S/A
INDÚSTRIA E COMÉRCIO
Matriz: Av. do Café, 240 (Moóca) - SÃO PAULO - Estado de São Paulo
Lojas Arno: Porto Alegre - Recife - Campinas - Santos - Ribeirão Preto
MELHORES CASAS DO RAMO EM TODO O BRASIL

26, 26 de Janeiro de 1953



(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, 26 de janeiro de 1953.)

Já estou com
água na
bôca!

Aí vem a
papinha,
preparada no
Liquidificador
ARNO



Minha papinha é agora
mais gostosa...
mais rica em
vitaminas... graças ao
Liquidificador ARNO!

Eu e toda a família
estamos saboreando
as delicias
preparadas no
Liquidificador ARNO.

ARNO S. A.
INDÚSTRIA E COMÉRCIO

Matriz: Avenida do Café, 240 (Moóca) SÃO PAULO - Est. de São Paulo
Lojas ARNO: Pôrto Alegre - Recife - Campinas - Santos - Ribeirão Preto

ARNO SE ENCONTRA NAS MELHORES CASAS DO BRASIL

-Viu? Êste soalho é um espelho!

Mamãe usa a
Enceradeira elétrica

ARNO *Super*

com espalhador de cêra eletro-automático

A Enceradeira Elétrica ARNO

Super raspa, encera e lustra, sem troca de peças. Com uma só escôva de acionamento positivo sem correias, tem muito maior superfície de polimento: insuperável em rapidez e eficiência!

O soalho de sua casa brilhará como um espelho com o uso da Enceradeira Elétrica ARNO Super.



PAT.
M. I. 1.066
e P. I. 39.908

ARNO S. A.
INDÚSTRIA E COMÉRCIO

Matriz:
Avenida do Café, 240 (Moóca)
SÃO PAULO - Est. de São Paulo

Lojas ARNO: Porto Alegre
Recife - Campinas - Santos
Ribeirão Preto

ARNO SE ENCONTRA NAS MELHORES CASAS DO BRASIL

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, 20 de julho de 1953.)

3.4.2 Eletrodomésticos: o diferencial da mulher moderna

Como vimos no capítulo 2 o período estudado é caracterizado pelo desenvolvimento da industrialização incipiente brasileira e a migração do campo para os centros urbanos, logo a necessidade de ampliação dos mercados de consumo no Brasil - com o desenvolvimento da indústria e a entrada de produtos estrangeiros - encontramos uma população que precisa se informar sobre o modo de vida em um novo espaço, que muitas vezes possuem regras e costumes diferentes dos que estão acostumados, nesse contexto consideramos a possibilidade de obter informações por meio da publicidade, uma vez que essas revistas são amplamente divulgadas, as propagandas são complexas e detalhadas, recheadas de imagens possibilitando atingir até mesmo o público não letrado.

Os novos produtos, eletrodomésticos principalmente, que inundam o mercado brasileiro são rapidamente apropriados pela propaganda no sentido de relacioná-los a práticas já existentes. Assim, nas propagandas de Eletrodomésticos, o aspirador de pó, o liquidificador, a batedeira de ovos e a enceradeira, produtos de avançada tecnologia para o mercado de consumo brasileiro do período são apresentados como ferramentas indispensáveis para o cotidiano da “mulher moderna”, possibilitando economia de tempo e qualidade na execução das tarefas.

Nas propagandas de produtos “Walita” além daqueles já discutidos aqui com ênfase na importância do trabalho bem feito para os filhos há dois momentos em que os produtos aparecem ocupando duas páginas inteiras, como num catálogo, mostrando a diversidade dos produtos oferecidos pela marca e explicando a função específica de cada um. A propaganda mais recente e colorida valoriza ainda mais a explicação do uso dos eletrodomésticos voltados à alimentação. Na propaganda de aspirador de pó da Arno também encontramos essa necessidade de explicar passo a passo as vantagens do uso desse produto em cada fase da limpeza. Para finalizar temos as propagandas de geladeira, verdadeiro emblema do avanço em eletrodomésticos permite a manutenção dos alimentos por um longo período de tempo economizando o tempo gasto para ir ao mercado.

Esses novos produtos têm a função principal de economia do tempo nas atividades da dona-de-casa. Essa necessidade talvez se deva justamente pelo acúmulo de funções dado às mulheres, encarregada da casa, dos filhos, tarefas que deviam ser executadas com perfeição.

ESPANADOR - PANO DE PÓ - VASSOURA DE PÉLO
ISTO PERTENCE À PRÉ-HISTÓRIA DA LIMPEZA!

**SOU MODERNA...
 USO
 ASPIRADOR
 ARNO**

ACABE COM A "DANÇA" DO PÓ!

Acabe com a "dança" do pó! Com o Aspirador de Pó ARNO não é necessário subir em cadeiras para limpar a parte superior dos móveis.

Acabe com a "dança" do pó! Nada de vasculhas cansativas! Com o Aspirador de Pó ARNO o leito fica livre das teias e da poeira.

Acabe com a "dança" do pó! O Aspirador de Pó ARNO livra-a destes esforços inúteis, atingindo lugares de difícil acesso.

Acabe com a "dança" do pó! Trabalho pesado e anti-higiénico eliminado pelo Aspirador de Pó ARNO: limpe os tapetes sem removê-los!

ACABE COM A "DANÇA" DO PÓ!

Pat. req. Depto. Nacional de Propriedade Industrial:
 68.264 68.764 68.770 69.409
 68.778 68.907 69.410 69.698
 69.984

COMPRA ARNO NAS MELHORES CASAS... NAS MELHORES CONDIÇÕES!

ARNO A MAIOR FÁBRICA DE MOTORES ELÉTRICOS E DE APARELHOS DOMÉSTICOS DA AMÉRICA LATINA!

MATRIZ: AVENIDA ARNO, 240 (MOÓCA) - TELEFONE: 33-5111 - SÃO PAULO - ESTADO DE SÃO PAULO
 LOJAS: P. ALEGRE - RECIFE - BELO HORIZONTE - CURITIBA - CAMPINAS - SANTOS - RIBEIRÃO PRETO - SOROCABA - BAURÍ - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

11 de junho de 1955

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXIV, nº12, 11 de junho de 1955.)

FRIGIDAIRE

(MARCA REGISTRADA)

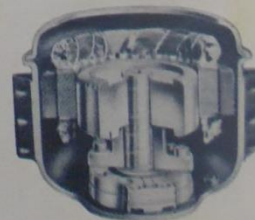
VALE PELA ECONOMIA

Economia multiplicada... eis o que lhe dá Frigidaire. Dispondo de grandes espaços controladamente refrigerados, V. pode fazer compras uma vez por semana, economizando tempo e dinheiro. E além dessa capacidade maior de armazenamento, Frigidaire ainda lhe garante uma economia jamais igualada no custo de operação, graças ao seu famoso e exclusivo compressor "Poupa-Corrente", o mais simples e econômico até hoje criado. V. se surpreenderá com a economia que o refrigerador Frigidaire vai representar no seu orçamento de dona de casa.



**Compre de uma vez
para toda a semana!**

O espaço de 9,7 pés cúbicos, a superfície de 1,38 m das prateleiras do gabinete e as amplas prateleiras da porta, tudo sob temperatura controlada automaticamente, lhe asseguram rigorosa conservação dos alimentos por muitos e muitos dias na sua Frigidaire, que lhe proporcionará economia multiplicada por muitos e muitos anos.



"Poupa-Corrente", uma exclusividade Frigidaire.

FRIGIDAIRE
produto da

GENERAL MOTORS DO BRASIL S.A.

CONCESSIONÁRIOS AUTORIZADOS EM TODO O PAÍS

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXV, 8 de agosto de 1953.)

Refrigeração
mesmo no sertão! O novo refrigerador Gelomatic, 700, a querozene, leva ao sertão o conforto da grande cidade. Funciona sem interrupção, silenciosamente, dura uma eternidade e consome apenas 1 litro de querozene por dia. Garantido por 5 anos.

Gelomatic 700

Um produto **INDUSTRIA BRASILEIRA DE EMBALAGENS S. A.**

Fábricas: **RESA**

RIO R. Sta. Luzia, 305-B Tel. 32-7362	P. ALEGRE R. Moura Azevedo, 220 Tel. 2-1743	RECIFE R. do Brum, 595 Tel. 9694
--	--	---

S. PAULO
Rua Clélia, 93
Tel. 51-2148

Concessionários em todo o Brasil

A QUEROZENE

(Revista "O Cruzeiro", Ano XXVIII, nº43, 5 de agosto de 1956.)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das fontes foi essencial para esse trabalho, pois não apenas complementou e confirmou os conhecimentos teóricos sobre biopolítica, normalização do poder medical e transformação da família como também o localizou no espaço do Brasil interpretando como as propagandas de uma revista de variedades como a revista “O Cruzeiro” abriga uma série de discursos sobre práticas no contexto do lar.

O papel da mulher como introdutora dos cuidados biopolíticos no lar esteve presente em todas as análises, e o que podemos acrescentar com base nas fontes foi observar a relação da mulher com o médico, atuando como enfermeira do lar, assim como a mediação dessa autoridade pela figura do farmacêutico.

A legitimidade do discurso científico sobre os bens de consumo do dia a dia também é muito forte nas propagandas, que sempre procuram explicar como foi desenvolvido tal produto, como ele funciona e quais suas propriedades medicinais.

A maioria dos bens de consumo ‘novos’ no mercado brasileiro é acompanhado de muitas instruções de como deve ser utilizado, no caso dos eletrodomésticos, os alimentos das propagandas também remetem a circunstâncias específicas, “a hora do recreio”, “a festa de aniversário”, jogando com o que o público já conhece com o objetivo de encaixar o novo em práticas já existentes, os produtos de limpeza e asseio também veem com instruções, por exemplo “escovar os dentes das crianças 3 vezes por dia, principalmente após o banho.

Percebemos que a mãe tem a função de introduzir a educação com os cuidados de si nas crianças, ensinando o cuidado com o corpo, tanto na parte de higiene como na alimentação, e além disso observamos não apenas a mulher como vigilante do lar, mas pouco a pouco aparecem os próprios filhos como personagens que reivindicam cuidados e cobram o uso dos melhores produtos de suas mães assim como um chão espelhado de tão limpo com a moderna enceradeira.

Os cuidados que a mãe-dona-de-casa deve ter para com sua família podem soar um pouco repressivos, no sentido que há o “dever” de cumprir inúmeras funções e cuidados, entretanto, as propagandas apresentam, por exemplo, em relação aos filhos não apenas a necessidade de “cumprir seu dever”, mas de agradar a criança, com sabores, cores, e produtos que remetem ao universo lúdico.

Para finalizar, ao vermos todos esses bens de consumo que adentram o mercado brasileiro na década de 50 difundindo a tecnologia, a ciência e o mundo moderno encontramos uma coisa em comum, entre todos eles: todos desempenham papéis em função da preservação da vida saudável, e no caso dos produtos analisados aqui tem como intermediário a mulher que passa a ser o agente biopolítico dentro da menor das instituições da sociedade: a família.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Alves Odílio. **A recepção Biopolítica da obra de Hannah Arendt**. Revista Conjectura, v.17, n.1, p.139-158, jan. /abr. 2012.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução: Roberto Raposo. Revisão Técnica e Apresentação: Adriano Correia. 11ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. Tradução: Mauro de Almeida. São Paulo: Perspectiva, 2000.

ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. Tradução: Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BASSANEZI, Carla. **Mulheres dos anos dourados**. In: PRIORE, Mary Del (org.). História das mulheres no Brasil. 4. ed. São Paulo: Contexto; Unesp, 2001. P.607-937.

Unesp, 2001. p. 607-639.

BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BRUNO, Fernanda. **O biopoder nos meios de comunicação: o anúncio de corpos virtuais**. Revista comunicação mídia e consumo. São Paulo, Vol. 3, N.6, P. 63-79, março de 2006.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do capitalismo moderno**.

CARVALHO, Nely de. Publicidade. A linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000. De Nipoti & Joanilho (org.). **Leituras em História**. Curitiba, Quatro Ventos, 2003.

CIVITA, Roberto. As revistas. In: CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando (orgs.). **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1990. p. 216-224.

DELEUZE, Gilles e GUATARRI, Félix. **Foucault**.

DONZELOT, Jacques. **A polícia das famílias**. Tradução: M. T. da Costa Albuquerque. Revisão Técnica J. A. Gilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1986. 2ª Edição.

DUMONT, Louis. **O individualismo: uma perspectiva antropológica da sociologia moderna**. Tradução: Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade: o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Tradução: Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. **Ética, Sexualidade, Política**. 2ª Edição. Tradução: Elisa Monteiro e Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. Coleção Ditos e Escritos

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Tradução: Thomas Tadeu. Rio de Janeiro, DP&A, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LUCA, Tânia Regina de. **História dos, nos e por meio dos periódicos**. In: PINSKY, Carla (org.). Fontes históricas. São Paulo: Contexto, 2005.

MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: v. 4. Companhia das letras, 2000. p. 560-658.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das Atividades de consumo**. Tradução: Fernanda Eugênio. Coordenação: Everardo Rocha. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. Coleção Cultura e consumo.

MIRA, Maria Celeste (2001). **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho D'água.

NOVAIS, Fernando; MELLO, João Manuel Cardoso de. **Capitalismo Tardio e sociabilidade moderna**. IN: Coordenador geral da coleção: NOVAIS, Fernando A. Organizadora do volume: SCHWARTZ, Lilian Moritz. **História da vida privada no Brasil 4: Contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

NETO, Rodrigo Ribeiro Alves. **Alienações do mundo: uma interpretação da obra de Hannah Arendt**. Rio de Janeiro, Editora PUC - Rio, 2009.

NETO, Rodrigo Ribeiro Alves. **Hannah Arendt e a Biopolítica: Distinção entre Mundo e Vida**. Natal (RN): Revista de Filosofia Princípios, Janeiro/junho de 2012, p.196.

RAGO, Margareth. **Do cabaré ao lar**. Rio de Janeiro: Graal, 2010.

SLATER, Don. **Cultura, Consumo e Modernidade**. Tradução: Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo, Nobel, 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. HALL, Stuart. WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2012.

SIVIEIRO, Iltomar. **O Sentido da Política**. Passo Fundo: IFIBE, 2008.

SOUZA, Nilson Araújo de. **Economia Brasileira Contemporânea: de Getúlio a Lula**. 2ª edição. São Paulo Editora Atlas, 2008.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da Modernidade**. Tradução: Elia Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994.

TREVISAN, Maria José. **50 anos em 5: a FIESP e o desenvolvimentismo**. Petrópolis: Vozes, 1986.