

Comunicando a literatura ou literarizando a comunicação? Aproximações e distanciamentos entre comunicação e literatura

¿Comunicando la literatura o literalizando la comunicación? Cercamientos y alejamientos entre comunicación y literatura

Communicating literature or literalizing the communication? Approaches and distancing between communication and literature

Barbara Heller¹

Resumo Neste artigo discuto a instabilidade das definições do que é literatura e comunicação e a dificuldade de distinguir, conceitualmente, a área da comunicação da área das letras. Também apresentei uma análise da Revista Feminina (1914-1936) para exemplificar como essa oscilação pode se manifestar. Ao final, elaborei uma tabela a partir do banco de teses da Capes (1987-2009) que mostra as diversas áreas, além da comunicação e das letras, que também se ocupam da imprensa feminina.

Palavras-chave: Comunicação. Literatura. Revista Feminina. Aderência. Interdisciplinaridade.

Resumen En este artículo discuto la inestabilidad de las definiciones de lo que es literatura y comunicación y la dificultad de distinguir, conceptualmente, el área de la comunicación del área de las letras. También presenté un análisis de la Revista Femenina (1914-1936) para ejemplificar como puede manifestarse esta oscilación. Al final, elaboré una tabla a partir del banco de tesis de la Capes (1987-2009) que muestra las diversas áreas, además de la comunicación y de las letras, que también se ocupan de la prensa femenina.

Palabras-clave: Comunicación. Literatura. Revista Femenina. Adherencia. Interdisciplinaridad.

¹ Graduada em teoria literária, mestre em comunicação, doutora em teoria literária e pós-doutoranda em comunicação. É docente do mestrado em comunicação da Universidade Paulista (Unip) e é autora de livro e artigos sobre leitura, estudos de gênero, comunicação e identidade. E-mail: b.heller@terra.com.br

Abstract *Within this article I discuss the instability of definitions of what literature and communication are and the difficulty in distinguishing, conceptually, the communication area from the language area. I also presented an analysis from the Revista Feminina (1914-1936) in order to exemplify the way this oscillation may manifest itself. At last, I developed a chart based on theses from Capes (1987-2009), which shows several areas, beyond the communication and the languages, which also engages the female press.*

Keywords: *Communication. Literature. Revista Feminina. Adherence. Interdisciplinary.*

Data de submissão: 27/06/2011

Data de aceite: 07/07/2011

Lá pelos idos anos 80, durante minha graduação em Teoria Literária, Stanley Fish, com seu texto *“Is there a text in this class?”*, foi o primeiro autor, dentre tantos que li mais tarde, que me fez refletir sobre várias questões relativas à “literariedade” de certos textos: o que torna um romance, um poema ou qualquer outro gênero textual merecedor do adjetivo “literário”? Mais ainda, o que faz com que um texto seja reconhecido como texto? Um texto que nasce literário pode deixar de sê-lo? E o contrário?

Quando entendi que “não existem significados determinados e que a estabilidade do texto é uma ilusão” (FISH, 1980/1992, p. 197), comecei a pensar que monstros sagrados da literatura brasileira, como Machado de Assis e Clarice Lispector, para ficar em apenas dois exemplos, poderiam cair no ostracismo, num verdadeiro limbo, se deixar de existir uma opinião compartilhada de que eles têm valor literário, que devem ser estudados nas escolas (e também fora delas), ser objetos de dissertações, de teses, virar nomes de prêmios importantes, de ruas e praças. Pior ainda: fiquei imaginando o que é que eu ia fazer com a licenciatura e a graduação depois de concluídas, se tudo que eu achava canônico podia não ser. E tudo que não era podia ser. O que é que eu, afinal, estava estudando? O que eu iria lecionar? O que é, literatura, afinal?

Reafirmei o que havia aprendido com Stanley Fish ao ler meu segundo autor sob essa vertente crítica, Terry Eagleton (1983, p. 12):

(...) não existe uma obra ou uma tradição literária que seja valiosa em si, a despeito do que se tenha dito, ou se venha a dizer, sobre isso. ‘Valor’ é um termo transitivo: significa tudo aquilo que é considerado como valioso por certas pessoas em situações específicas, de acordo com critérios específicos e à luz de determinados objetivos.

Em crise e sem querer desistir de trabalhar na área dos estudos literários, decidi procurar, nos mesmos teóricos, por que o conceito de literatura, embora instável, continuava classificando nos livros didáticos e demais livros teóricos os mesmos títulos e autores como “bons” ou “maus”, “canônicos” ou “não canônicos”, “maiores” ou “menores”.

A resposta veio com o conceito de “comunidades interpretativas”, formulado por Stanley Fish, que as define como grupos sociais que compartilham as mesmas ideias e que normatizam estratégias de leitura e de interpretação, segundo seus interesses (FISH, 1992, p. 192). Portanto, quanto mais próximo do poder – econômico, social, político e simbólico – mais um determinado grupo determina o que as escolas e os manuais devem ensinar, as editoras a publicar, os estudantes a aprender e o público a ler.

No Brasil, a literatura escolar, a que é ensinada do ensino fundamental até o médio, continua, até hoje, reproduzindo o ensino cronológico, que tem como ponto de partida a *Carta*, de Pero Vaz de Caminha, e as escolas literárias que foram se formando nos séculos seguintes, com seus respectivos autores e obras. Não se fala em “literaturas”, no plural: de mulheres, de negros, dos sul-americanos, da periferia etc. No máximo, fala-se em literatura “brasileira” e em “portuguesa”, como se uma não tivesse ponto de contato com a outra, e deixa-se para os cursos de letras, de universidades mais alinhadas com pensamentos críticos, a missão de atualizar ou no mínimo de incorporar as questões levantadas, há mais de trinta anos, pelos teóricos citados.

A falta de consenso sobre o que é literatura não é, infelizmente, privilégio exclusivo da área de letras. Na comunicação, o cenário se repete tanto nas discussões internas dos vários programas de mestrado e doutorado do país, preocupados em manter a “aderência” e não perder pontos nas avaliações trienais da Capes, quanto na produção bibliográfica que se debruça sobre essas questões conceituais. Em *História das teorias da comunicação*, os autores afirmam (MATTELART; MATTELART, 2008, p. 9), já na Introdução, que:

A noção de comunicação recobre uma multiplicidade de sentidos. [...] Situados na encruzilhada de várias disciplinas, os processos de comunicação suscitaram o interesse de ciências tão diversas quanto a filosofia, a história, a geografia, a psicologia, a sociologia, a etnologia, a economia, as ciências políticas, a biologia, a cibernética ou as ciências cognitivas.

Não são apenas as diversas ciências mencionadas acima que despertam incertezas dos limites que separam suas competências específicas da comunicação, mas também a proliferação e a prática das tecnologias – entre elas, as midiáticas. Para ser considerado “da comunicação”, pergunto, é obrigatório pensar nas mídias mais tradicionais e massivas, como jornais, programas televisivos e radiofônicos, revistas de grande tiragem – ou nas menos tradicionais, como livros, *outdoors*, embalagens, cartazes de filmes, letras de música, *blogs*, postagens do *twitter* e do *YouTube*? Elas devem ser analisadas nas suas convergências ou divergências? Quem estuda poesia tem menos “aderência” à área do que quem analisa o seriado televisivo? Se a poesia fomenta a indústria do livro, a da música e seus suportes (que migraram do vinil, passando aos CDs e finalmente aos *downloads*), então ela também não poderia ser, indiscutivelmente, da área?

Em *Comunicação e pesquisa*, Lucia Santaella faz um levantamento de vários autores e suas respectivas definições para a área. Para Baylon e Mignot, comunicação é “uma relação dos espíritos humanos, ou melhor, dos cérebros humanos” (SANTAELLA, 2010, p. 13), já para Nöth, deve-se começar separando “a esfera dos fenômenos comunicativos da esfera dos eventos não comunicativos” (SANTAELLA, 2010, p. 13). DeVito afirma que a comunicação “é um processo de ajustamento; a comunicação envolve conteúdo e dimensões relacionais [...]” (SANTAELLA, 2010, p. 16). Finalmente, a autora conclui que, graças à expansão das redes planetárias, pensar a comunicação na dinâmica dos fenômenos de massa e na dos relacionamentos interpessoais e conscientes ficou obsoleto: é imprescindível pensá-la “à luz do funcionamento dos sistemas vivos em nível microscópico e mesmo à luz das leis que a psicanálise extrai dos mecanismos do inconsciente” (SANTAELLA, 2010, p. 17).

Já Leda Tenório da Motta, em *Literatura e contracomunicação* (2004), lembra que a literatura e a comunicação, pensadas em suas materialidades, estão imbricadas desde sua gênese. Machado de Assis dependia dos jornais e das revistas para sobreviver; a obra *Os sertões*, de Euclides da Cunha, começou como uma reportagem para o jornal *O Estado de S. Paulo* e muitos romances viraram *best-sellers* e foram parar nas telas

de cinema e da televisão. Recuperando o impacto da obra de Roland Barthes, *Mitologias* (1957), e de Gérard Genette, *Figures* (1967-1970), a autora constrói uma espécie de história do “atravessamento das comunicações pelas letras” (2004, p. 25) para, ao final, propor, como uma espécie de bandeira, que “saibamos, neste limiar de um novo século [o XXI], contestar as elites no topo da burocracia institucional que insistem na *reserva de mercado* para a *autarquia* das comunicações” (2004, p. 34).

A partir das rápidas exposições acima, fica claro que os autores citados concordam com a precariedade das definições sobre o que é (ou o que não é) comunicação. Mais que isso: que é necessário arejar a área e ampliar os limites do que é “permitido”.

Amparada na opinião da necessidade de alargamento da área, apresento, em seguida, os resultados de uma pesquisa que venho desenvolvendo sobre mídia impressa feminina, em que, acredito, é possível reconhecer o “atravessamento das comunicações pelas letras”.

Dos livros de cozinha às leituras sãs: a Revista Feminina e a formação do público leitor feminino e feminista.

Publicada pela Empresa Feminina Brasileira, a *Revista Feminina* intitulava-se, inicialmente, *A Luta Moderna* e foi fundada por Virgilina de Souza Salles, em 1914, com apoio de seu marido João Salles. Bem relacionada no ambiente literário paulista, a família Salles encontrou rapidamente apoio de muitos intelectuais, como o escritor Menotti del Picchia e do também escritor e advogado René Thiollier, entre outros. Inicialmente funcionou em Mogi das Cruzes, onde Virgilina fazia tratamento de saúde, e, em São Paulo, para onde a redação se mudou logo depois, foi instalada no alto da garagem da família Salles, localizada à Rua Gleite, número 87 (MASCARO, 1982, p. 8). Em dezembro de 1914, o periódico mudou o nome para *Revista Feminina* e passou a sair uma vez por mês. Seu público leitor não era apenas o de São Paulo. A *Revista* era lida também no Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Paraná, Rio

Grande do Sul, Goiás e Acre, o que mostra um eficiente esquema de distribuição para a época.

O número de páginas das primeiras edições era, em média, 30, mas chegou, uma única vez, em dezembro de 1922, a ter 238 (MASCARO, 1982, p. 24). A tiragem é incerta: na edição de agosto de 1915, encontra-se a informação que era de 15 mil exemplares. Em 1918, a última vez que a *Revista* publicou sua tiragem, era de 20 a 25 mil exemplares mensais.

Uma das maiores preocupações da *Revista* era proporcionar “leitura sã e moral e que, ao lado da parte recreativa e literária, colaborasse eficaz e diretamente na educação doméstica e na orientação do espírito feminino” (LIMA, 2007, p. 225).

Ao longo de todas as suas edições, encontram-se vários artigos voltados à leitura e aos seus cuidados, especialmente quando eram as “donzelas” as interessadas. No exemplar de janeiro de 1917, por exemplo, encontra-se um texto supostamente ficcional, intitulado “Vossas filhas sabem ler?”, de Berenice Vieira, uma provável colaboradora da revista. A narradora em primeira pessoa conta o conflito instalado entre um jovem filho adulto e sua mãe. Enquanto o primeiro tinha “o cérebro perturbado pela política e pelo álcool dos cafés, tentando seduzir sua mãe para as teorias radicais com que o saturam os publicistas”, a segunda só pensava em cuidar da casa, da cozinha, das roupas, “indiferente ao tumulto das ideias”. Quase finalizando o texto, a narradora, numa clara campanha contra os jornalistas (isto é, os publicistas) assim se pronuncia:

Não são as mulheres que arruinam o mundo, são os publicistas que arruinam as mulheres e o lar.

São eles que criam às centenas e aos milhares os “incompreendidos” e os “insatisfeitos”, os que lastimam de não terem “sorte”, de não verem aproveitadas suas aptidões, que geralmente são muitas, e os que seriam capazes de fazer um mundo melhor.

São eles que criam as mulheres que rejeitam os livros de cozinha e os jornais de costura, que sonham com a via brilhante e que não querem ter filhos.

Como se pode deprender, a se acreditar que a narradora estava emitindo sua opinião a partir de sua experiência cotidiana, os jornais já causavam forte influência sobre o público leitor, tanto aos homens, como às mulheres. No entanto, a recepção de ambos era bastante diversa: aos primeiros, os jornais fomentavam a incompreensão, a revolta, não se sabe bem a quê, aparentemente a questões existenciais; às segundas, a rejeição aos livros de cozinha e aos de costura.

Vemos, portanto, que embora seja possível imaginar que a leitura dos jornais nos idos anos de 1917 era realizada com certa familiaridade e tranquilidade, o mesmo não se pode afirmar quanto à influência que exercia.

Fechando o texto, a narradora deixa de criticar os “publicistas” para responsabilizar as mães pelas leituras inadequadas que oferecem às filhas:

Deveis pois, mães de família, muito pesar o que dais a ler às vossas filhas, pois na brochura elegante, na ilustração pomposa, no panfleto de passo leve, pode ir escondida a traça daninha, que imperceptivelmente irá roendo os corações e os cérebros de vosso lar... Tendes na *Revista Feminina* a verdadeira leitura do lar.

Apesar de não esclarecer por que, ao final do texto, são as filhas as que devem ser preservadas e não mais os filhos dos perigos da leitura, a narradora recomenda às mães que sempre tenham em mãos exemplares da *Revista Feminina*, o que configura uma estratégia de marketing bastante inovadora e eficiente para a época.

Ainda nesta mesma edição, no texto “Leituras”, anônimo, há diversas recomendações não mais do **que** ler, mas de **como** ler:

Impedi às donzelas de devorar os livros, a não ser que sejam tais que lhes deem lição de moderação; pois que uma leitura assim não acarreta nenhum proveito [...]. Ler demais é uma doença do século. Para o fazer com fruto, importa ter à mão um lápis e ir anotando os pensamentos belos, piedosos e originais. [...]

Se se habituassem as donzelas a ler assim, ainda que fossem pouco inteligentes, bem depressa provariam gosto e teriam prestes o melhor remédio contra as leituras danosas.

Este excerto sugere que a leitura para donzelas (das mais às menos inteligentes) deveria ser diferente da das mulheres casadas, uma vez que estas costumavam ser tuteladas por seus maridos e aquelas, dependendo de seu contexto familiar, social e econômico, aparentavam fazê-lo sem vigilância paterna (ou mesmo fraterna) tanto sobre a qualidade das obras, quanto sobre o ritmo com que as liam. A “devoração” de livros parecia ser uma prática relativamente recorrente ou iminente, uma vez que existe a recomendação explícita de não fazê-lo, sob o risco de se desenvolver doenças. Para evitar as sequelas indesejáveis, o autor (ou será autora?) recomenda, até mesmo às “donzelas menos inteligentes”, a leitura pausada, acompanhada por anotações dos trechos significativos, para que se possa refletir sobre eles.

Se a alfabetização feminina no início do século XX era ainda de apenas 20%, contra 29% da masculina (HELLER, 2002), o trecho acima ainda permite refletir que, apesar do baixo índice, as mulheres que sabiam ler suficientemente bem para “devorarem” livros pertenciam às camadas sociais mais abonadas, uma vez que a *Revista Feminina*, numa estratégia de mercado avançada para a época, vendia seus exemplares mais por assinaturas do que por exemplares avulsos. Os números divulgados pela própria Revista confirmam a adesão crescente de assinantes: de 4.235, em 1914, chega-se à cifra, em 1917, de 14.468, um crescimento de aproximadamente três vezes e meia, num período de apenas três anos. Em 1918, esse número cresce para quase 25.000. Pode-se inicialmente supor que os números de assinantes revelados pela *Revista* fossem inventados ou maquiados, mas essa hipótese praticamente se desfaz, quando levamos em conta a longa duração da revista – 22 anos – numa época em que os periódicos nasciam e morriam em pouquíssimo tempo.

Outra confirmação de que o sucesso era o resultado efetivo de uma série de medidas adotadas antes mesmo da publicação do primeiro nú-

mero encontra-se na pesquisa de Lima, quando relata que a fundadora do periódico “pacientemente organizou um arquivo com mais de 60.000 endereços de pessoas residentes em todo o Brasil a quem pudesse interessar sua publicação, e, com uma tiragem de 30.000 exemplares, distribuídos gratuitamente até o nº. 7” (2007, p. 25).

Paralelamente a essas medidas, Virgilina de Souza Salles angariou assinaturas e, graças à sua ligação com os produtos de beleza produzidos por seu irmão – a tintura para cabelo Petalina e o creme Dermina –, fez publicidade desses e de diversos outros artigos, praticamente desde os primeiros números. O exemplar de março de 1915, com 24 páginas, dedica as últimas sete exclusivamente aos anúncios (MASCARO, 1982, p. 29) e, em fevereiro de 1919, a *Revista* publica sua tabela de preços, medida que revela a importância da venda dos espaços para levantar fundos:

REVISTA FEMININA	
PUBLICAÇÃO DE SÃO PAULO	
GRANDE TIRAGEM	
Tabela de preços para anúncios e publicações a vigorar em 1919	
1 página — cada vez	130\$000
1/2 “ “ “	70\$000
1/4 “ “ “	40\$000
1/8 “ “ “	25\$000
Página frente ao	
texto — cada vez	160\$000
“ fim de texto “ “	160\$000
Capa a cores “ “	300\$000
Rodapé 1 cent.	
altura no texto	40\$000
Publicações no texto 10\$000 por cent. de altura e por columna.	

Figura 01. Revista Feminina, fevereiro de 1919.

Se tomarmos como referência de valores que a coleção completa e encadernada da revista de 1918 custava 25\$000 em janeiro de 1919 e, a sem encadernação, 15\$000, então um anúncio de página inteira custava 5,2 coleções encadernadas e, a mais simples, 8,6. Como, no mesmo ano de

1918, uma assinatura anual custava 10\$000 e, as com registro, 15\$800, pode-se calcular também que um anúncio de página inteira custava 13 assinaturas sem registro². Tratava-se, portanto, de um alto investimento dos anunciantes, mas certamente contava-se com bom retorno financeiro. Em agosto de 1919, por exemplo, numa mesma página, convivem uma chamada da própria *Revista*, o remédio Menstrol, as publicações da Livraria Francisco Alves e “classificados” de médicos e respectivos endereços de consultório.

REVISTA FEMININA

Indicador da Revista

A Revista Feminina
Da numerada desta revista relativas ao ano de 1918 já se acham, nesta redação, encadernadas, constituindo um gravoso e elegante volume. A encadernação é em percalço, com as páginas de lãminas decoradas. Melhorar de volume a 2800. Como presente de agradecimento para uma senhora ou para uma moça, é o que há de mais fino e sobretudo de mais útil. Os pedidos que são enviados ao ano caducado, devem chegar a edição encadernada.

Dr. ROSENDO STAPLER
 Ex-estafeta da Polícia Geral em Vienna Ex-efe de clínica em Londres. Clínica-Chefe da Hospital da Beneficência, Paraguaré de São Paulo.

Operações Obstétricas da senhora...
CONSULTÓRIO
 N. 4, Rua Barão de Bagatelle N. 4 de 12 a 2 horas da tarde. Telefone 1241-1242.

Dr. ROSENDO COELHO — Clínica médica-quirúrgica, especialidade de ginecologia, mastectomia da senhora e de crianças — Consultório de 2.º andar, N. 18, Edifício Avenida I, prédio da R. do Carmo, das 12 às 15 horas. — Residência: Avenida São João de Piracicaba, 509. — Telefone, 28-26.

RAMONDO REIS — Cirurgião-dentista. — Rua do São Bento, 37 — São Paulo.

MENSTROL

Único para as enfermidades da MULHER

O DESENVOLVIMENTO DA MULHER, ATRAZO E IRREGULARIDADE DA MENSTRUACÃO, HISTERISMO, ENFERMIDADES NERVOSAS, TENDAS AS AFRICÇÕES LITERARIAS E DEFÉITOS DA CIRCULAÇÃO DO SANGUE.

A venda em todas as Drogarias e Farmácias no Brasil e nas Republicas Argentina e da Lingua

Livraria Francisco Alves

Tratado de trabalho de agulha, obra ilustrada com 400 gravuras explicativas 1 vol. cart. 1\$000

A Dora de casa, por Sylvia Russo 1 vol. cart. 1\$000

Contação arcaica das famílias, 2 vols. cart. 1\$000

Coza doméstica, por D. Anna Costa 1 vol. cart. 1\$000

Bioquímica da doçura, pelo Dr. Anselmo de Souza 1 vol. cart. 1\$000

Castidade aguçada, por Francisco de Aguiar 1 vol. cart. 1\$000

Uma Noiva do Charreiro Brasileiro, pelo Major Bráulio Cerebini 1 vol. cart. 1\$000

Caixa Postal, 1
 End. Telogr.: **FILIALVES**
Rua Libero Badaró N. 129
S. PAULO
 O Lar Doméstico, concessão para venda
 de uma casa, por Vera
 Chaves 1 vol. cart. 1\$000

Figura 02. Revista Feminina, ano VI, n. 63, agosto de 1919.

O “Indicador da Revista”, na margem superior esquerda, sugerindo a coleção encadernada do ano de 1918 para “presente de aniversário para uma senhora ou para uma moça” ou para repor exemplares perdidos, permite, mais uma vez, observar o esforço da *Revista* para angariar recursos não apenas pela venda de anúncios, como também de números avulsos ou reunidos. Paralelamente, a *Revista* também deixa evidente que se trata de leitura recomendada – “o que há de mais fino e, sobretudo, de mais útil”, qualidade que também pode ser atribuída a Francisco Alves, cujo anúncio aparece, não por acaso, na mesma página e próxi-

² Os valores praticados pela Revista para o anúncio de página inteira, se fossem atualizados, seriam algo próximo de R\$ 7.280,00, uma vez que 1 réu equivale a R\$ 0.056. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9is#Valor_Atual_-_R.C3.A9is_para_Real. Acesso em: 19/06/2011.

mo do “Indicador da Revista”. Seus títulos – *O lar doméstico*, *Tratado de trabalhos de agulha*, *A dona de casa*, *Cozinheiro econômico das famílias*, *Doceira Doméstica*, *Dicionário do doceiro*, *Confeiteiro popular* e *Novo Manual* – indicam que seu público leitor previsto era o feminino, o mesmo da *Revista*.

A divulgação desses títulos não é uma estratégia isolada da *Revista* para recomendar a leitura às leitoras. Em 1917, já se tinha inaugurado a seção “Jardim Fechado”, na qual apenas as assinantes poderiam publicar textos de sua autoria, a maior parte deles discutindo, criticando, incentivando a leitura de certos autores em detrimento de outros. É nesta parte da *Revista* que começam a surgir referências aos romancistas e folhetinistas franceses como Paul Bourget, Eugène Sue, Ponson du Terrail e também aos brasileiros Olavo Bilac, Júlia Lopes de Almeida, Raimundo Correa e ao português Julio Diniz. Muitas vezes escritas em forma de cartas, as colaboradoras dessa seção criaram uma rede de informações bastante eficiente, pois as respostas às suas indagações e sugestões eram publicadas nos exemplares seguintes, independentemente de seus estados de origem: Goiás, São Paulo, Rio Grande do Norte. A seção manteve-se ativa por dez anos ininterruptos e desapareceu, sem qualquer explicação, a partir de fevereiro de 1927.

Em maio de 1918, quando a fundadora da *Revista* faleceu, o periódico passou a ser gerenciado por seu marido, irmão e filha, que anunciam o óbito e, ao mesmo tempo, a manutenção da sua missão original:

E com que saudades e com que lágrimas retomamos hoje a pena, entrando nesta casa que parece, de súbito vazia, não se uma só alma, mas da alma de toda uma legião com a qual Virgilina de Souza Salles animava sua obra, a grande obra da imprensa feminina, levando a boa leitura a todos os lares e preparando o espírito da mulher brasileira para a nova era que se abre ao nosso sexo em todo o mundo (*Revista Feminina*, junho de 1918).

Nas edições seguintes os anunciantes continuam publicando seus produtos – remédios para tosse e para as dores da dentição infantil, “cre-

mes que curam todas as enfermidades da *cútis*”, móveis de luxo, óculos e até túmulos – juntamente com os livros, cujos títulos começam a ser acompanhados por um pequeno resumo e respectivos preços, postos à venda na redação.

Outra novidade trazida pelos sucessores de D. Virgilina, que a “inolvidável diretora não conseguiu levar a cabo”, foi “ampliar o programa de feminismo por ela iniciado no Brasil, completar seu pensamento, executar em toda linha o seu programa”. (*Revista Feminina*, junho 1918) Talvez, estivessem se referindo à seção “Vida Feminina”, editada pela primeira vez em 1915, que publicou os debates em torno do voto feminino e dos movimentos feministas nacionais e internacionais. Mas, conforme Mascaro, “de 1915 a 1920 a seção não estava ainda bem estruturada, não tendo definido bem os limites de seu conteúdo, publicando às vezes notícias que não se relacionavam com as conquistas femininas” (1982, p. 123).

O que uma leitura mais atenta revela é que começaram a ser publicados artigos sobre o feminismo também fora dessa seção. Já em outubro de 1918, isto é, cinco meses depois do falecimento de Virgilina Souza Salles, a *Revista* estampou a matéria “O feminismo no Brasil”, de página dupla, na qual se comentou, pormenorizadamente, a inscrição de Maria José de Castro Rebello Mendes para o concurso do Ministério do Exterior para uma vaga de 3ª escriturária, o que causou enorme espanto e polêmica. De um lado, estavam os que julgavam as mulheres desprovidas da “necessária discrição” para o cargo e, de outro, a própria Constituição brasileira que não impedia, ao menos explicitamente, o direito de as mulheres candidatarem-se aos cargos públicos, desde que autorizadas pelos maridos. Quem resolve o dilema é Rui Barbosa, “o maior mestre do Direito”, e o consultor jurídico do Ministério do Exterior, Clovis Bevilacqua. Ao final da matéria, encontra-se o despacho do próprio Ministro do Exterior, Nilo Peçanha, do qual reproduzo apenas trechos:

[...] Não sei se as mulheres desempenhariam com proveito a diplomacia onde tantos atributos de discrição e de capacidade são exigidos, mas que não são privilégio dos homens, bem como se a requerente está aparelhada

para disputar um lugar nesta Secretaria de Estado, e só as provas do concurso hão de dizer, mas o que não posso é restringir ou negar o seu direito, toda vez que as leis existentes o não restringirem nem o negam.

Se nas monarquias as mulheres podem ser imperatrizes ou rainhas, não vejo por que se lhes feche o ingresso aos cargos administrativos.

Aparentemente, até este momento, tem-se a impressão de que os argumentos do Ministro, apoiados nas leis e na própria história, são favoráveis à permissão de a requerente prestar o concurso, mas, ao final, deixa clara sua opinião pessoal, uma espécie de conselho:

Melhor seria, certamente, para o seu prestígio que continuassem a direção do lar, tais são os desenganos da vida pública, mas não há como recusar a sua aspiração, desde que disso careçam e fiquem provadas suas aptidões.

Na sequência, encontra-se a resposta da própria Maria José, ao ser entrevistada sobre esta “recomendação”. Ela diz concordar com ela, mas alega que isso só seria possível para as mulheres que “tivessem garantida a subvenção do lar”, o que não era seu caso. Para sobreviver, dava aulas particulares.

Em seguida, responde sobre seus hábitos de leitura:

– Leio, leio muito, mas nunca me dediquei especialmente à literatura. Aliás, como a senhora compreende, não me sobra o tempo!

Este trecho da entrevista revela ao mesmo tempo a intenção da *Revista* em avaliar a iniciativa de Maria José para concorrer ao cargo, pois, entre suas várias qualidades, tinha a de ser leitora, e, talvez mais importante que isso, seja constatar que a entrevistadora também era uma mulher, haja vista a expressão “a senhora compreende, não me sobra tempo!”. Talvez a “senhora” fosse Avelina de Sousa Salles, a irmã da fundadora, e, embora não seja possível comprovar tal suposição, é certo afirmar que a entrevistadora, ao encerrar a matéria, percebeu a oportu-

nidade de escrever um texto apologético às mulheres que se propunham a desempenhar papéis antes impensáveis:

Um bravo a d. Marietta Mendes [apelido de Maria José]... um bravo a todas as mulheres que, cômicas de seu papel que deverão representar neste século, sabem desprezar a ironia sempre tola e muitas vezes idiota dos que procuram fazer espírito com o que de mais alto e mais sagrado há no seio de cada povo: o coração da mulher, o relicário de todos os heroísmos e de todas as abnegações.

Em janeiro de 1919, a *Revista* publica “O feminismo no Brasil”, que trata do projeto encaminhado pelo deputado Veríssimo de Melo à Câmara Federal, propondo um feriado nacional, consagrado ao “culto da mulher”. Neste longo texto, não se poupam críticas a esta ideia. Lembrando que o mundo ainda estava se recuperando das mazelas da 1ª Guerra Mundial, que dizimou “milhões e milhões de homens”, seus autores (o texto é assinado por “Revista Feminina”) classificam o projeto do deputado como “uma poesia talvez encantadora, mas de uma ingenuidade a toda prova” e propõem, em seu lugar, que as mulheres ocupem-se do “conserto das nações”, de “[...] trabalhar febril e ativamente, de fornecer um coeficiente concreto de esforço e de energia”.

Certamente a *Revista* cumpriu a expectativa de dar continuidade à missão de ampliar o programa feminista, uma vez que foram publicadas, em várias de suas seções, notícias sobre o voto feminino, entrevistas com algumas personalidades femininas, mas também sobre o divórcio, moda, maquiagem, cigarros e, principalmente, literatura. Ela tinha, inclusive, seu corpo fixo de colaboradores: Coelho Neto, Olavo Bilac, Felinto de Almeida, Feliz Pacheco, Francisca Julia, Anna Rita Malheiros, Júlia Lopes de Almeida, entre outros (MASCARO, 1982, p. 138)

Em 1917, a *Revista* já tinha tanto sucesso que anuncia a abertura de uma sucursal no Rio de Janeiro, mas não sem antes fazer melhorias significativas na sede paulistana, assim descritas:

Mudamos o nosso escritório para uma rua central, para a principal artéria da cidade. Abrimos vastos salões para a exposição de trabalhos de nossas assinantes [...]. Inauguramos a nossa biblioteca feminina com mil e cem volumes de literatura, obras domésticas e científicas, que se acham em nossa sede à disposição de nossas assinantes. (*Revista Feminina*, março de 1917)

Para o Rio de Janeiro, os planos aparentavam modéstia: “Vamos proceder no Rio como procedemos aqui [São Paulo]: – iremos devagar, pouco a pouco, sem vaidade, mas com confiança cega no êxito”. (*Revista Feminina*, março de 1917)

Não se sabe ao certo se a *Revista* de fato se instalou no Rio de Janeiro ou se durou pouco tempo, mas o seu encerramento, em 1936, foi a solução que João Salles encontrou para evitar, quando se sentiu cansado da empreitada, que os princípios que nortearam o periódico não fossem deturpados.

Considerações finais

A *Revista Feminina* foi um marco na história de imprensa feminina brasileira, não só pela sua longevidade, mas também pelas inovações que implantou: a distribuição gratuita de exemplares até o sétimo número, as estratégias de arrecadação de assinantes e de anunciantes, as orientações do que oferecer às donzelas para que se tornassem leitoras competentes, a divulgação do movimento feminista no Brasil e no exterior.

Por se tratar de um periódico, portanto, uma mídia impressa, justifica-se considerar a rápida análise apresentada nas páginas anteriores da *Revista Feminina* como sendo da área da comunicação. O impacto da publicidade dos mais variados produtos para a sobrevivência financeira da *Revista* e seu decorrente crescimento em número de páginas e de assinantes reforça ainda mais tal aderência. Por fim, é importante lembrar que as reivindicações feministas publicadas na seção “Vida Feminina” interessam aos estudos culturais e feministas que, para Armand e Michèle Mattelart, também fazem parte da teoria da comunicação.

Por outro lado, também é perfeitamente possível classificar a análise como pertencente à área das letras, uma vez que fornece informações sobre hábitos de leitura, os livros que começavam a ser vendidos e as práticas de leitura, especialmente entre as donzelas, que não deveriam mais “devorar” as obras, mas anotar, com calma, as passagens mais ilustrativas. Trata-se, portanto, de uma *sociologia da leitura* (abarcada pela área das letras). Os livros, que começam a se configurar como uma opção de negócio, são gradativamente anunciados nos exemplares da *Revista* e vendidos, não só nas livrarias, como a Francisco Alves, mas também na própria sede do periódico. Muitos deles não permaneceram associados à poesia e à arte, pois eram uma espécie de manual para aprimorar as tarefas domésticas, mas outros, especialmente os que eram sugeridos pelas colaboradoras do “Jardim Fechado”, tornaram-se (ou até já eram) canônicos. Esta história dos livros pode ser rastreada nos vários exemplares da *Revista*, constituindo a *sociologia da literatura* (que também é abarcada pela área das letras).

Como não é possível pensar em história da leitura sem levar em conta a educação formal, isto é, a escola, onde se aprende a ler e a escrever, também é pertinente considerar que, além de literatura e comunicação, a história da educação também surge como uma área que permeia as duas anteriores, especialmente em pesquisas como a que propus sobre a *Revista Feminina*.

Estas considerações, embora sucintas, são suficientes para mostrar que literatura, comunicação (e também educação), mais que afins, são áreas que se atravessam e nem por isso perdem sua legitimidade científica. Ao contrário: quanto mais híbridas forem, mais abrangentes se tornam.

Em tempo: fiz um rápido levantamento, no banco de teses da Capes (<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw>), das classificações de área de teses em cujos títulos ou assunto constasse a expressão “imprensa feminina”, entre 1987 e 2009. Foram localizadas 42 assim distribuídas:

Área	Número	Títulos/Ano		
Letras ³	11	O léxico da publicidade, 1993.		
		An investigation of textual and contextual parameters in editorials of women's magazines, 1997.		
		A república dos sentimentos; Revista <i>Única</i> (1925-27) e espaço feminino no Rio de Janeiro, 1997.		
		Os discursos do cuidado de si e da sexualidade em <i>Claudia</i> , <i>Nova e Playboy</i> , 2003.		
		A imagem da mulher ou a mulher da imagem: um estudo discursivo sobre o imaginário feminino na publicidade, 2007.		
		Abordagem do discurso amoroso na perspectiva da análise do discurso e da psicanálise, 2008.		
		Faces do funcionamento intertextual do conselho, 2008.		
		Porções de ímpios desejos: movimentos da narrativa crônica brasileira de autoria feminina, 2009.		
		A construção de uma discursividade feminista: a revista <i>Renovação</i> na década de 1930, 2009.		
		Retórica e propaganda: o feminino na revista <i>O Cruzeiro</i> – 1928 a 1960, 2009.		
		<i>Claudia</i> : um retrato de mulher (através do léxico), 2009.		
		Comunicação ⁴	07	Da mulher-objeto ao objeto mulher, o novo no mesmo: as representações de gênero e suas máscaras no discurso publicitário, 2001.
				Identidade e atualidade: a figura feminina nas revistas ilustradas japonesas nas eras Meiji, Taishô e Shôwa, 2002.
As marcas na pele, as marcas no texto. Sentidos de tempo, juventude e saúde na publicidade de cosméticos, em revistas femininas, durante a década de 90, 2004.				
Do "leia, é divertido" ao "agora, leia que é sério": os percursos do objeto moda no discurso das revistas femininas brasileiras (entre 1970 e 2000), 2005.				
		A Amazônia na publicidade da natura Ekos: refrações imaginárias, 2005.		

³ Para facilitar, considerei as teses em língua portuguesa e em linguística como pertencendo à área de letras.

⁴ Para facilitar, considerei as teses em comunicação social como pertencendo à área da comunicação.

Área	Número	Títulos/Ano
		<i>Marie Claire</i> : cartas e histórias de vida – um estudo de gênero e comunicação epistolar, 2005.
		Nas páginas de Eros: o jornalismo erótico em revistas brasileiras e norte-americanas, 2006.
Educação	05	Bela, maternal e feminina: imagens da mulher na revista <i>Eucção physica</i> , 1999.
		Práticas de escrita de mulheres do Seridó paraibano – (1960-1980), 2001.
		Meninas no papel, 2002.
		Discursos da intimidade: imprensa feminina e narrativas de mulheres professoras brasileiras e portuguesas na segunda metade do século XX, 2005.
		<i>Jornal das moças</i> : leitura, civilidade e educação femininas (1932-1945), 2008.
História ⁵	10	Espelho da mulher – <i>Revista Feminina</i> (1916-1925), 1991.
		Pública vida íntima: a sexualidade nas revistas femininas e masculinas (1969-1979), 2004.
		Mulheres “modernas”, mulheres “perigosas”: gênero, corpo e comportamento sociais em Araguari/ MG (1940-1960), 2005.
		Corpos de mulheres em (re)vista: a representação da menopausa na <i>Revista de Ginecologia e d’Obstetria</i> . (1907-1978) / 2005.
		Mulheres, mães e médicos – discurso maternalista em revistas femininas (Rio de Janeiro e São Paulo, década de 1920), 2006.
		História e historiadoras na Paraíba: um estudo sobre mulheres, conhecimento histórico e o processo moderno (1932-1979), 2006.
		Receitas de felicidade e espectros da infelicidade: o código civil de 1916 e as lições de comportamento na <i>Revista Feminina</i> no início do século XX, 2009.
		Fábrica de contos: as mulheres diante do cientificismo em contos de Machado de Assis, 2009.
		A construção da nova mulher nas revistas <i>Querida</i> e <i>Claudia</i> (décadas de 1960 e 1970), 2009.

⁵ Para facilitar, incluí as teses de história das ciências como pertencendo à área da história.

Área	Número	Títulos/Ano
		Entre o sonho e o consumo: as representações femininas na revista <i>Claudia</i> (1961-1985), 2009.
Ciências Sociais	03	Jóias de família: gênero em histórias sobre grupos empresariais brasileiros, 1999.
		"Amazonas do Pensamento": a gênese de uma intelectualidade feminina no Brasil, 2004.
		Mulheres em revista: uma sociologia da compreensão do feminino no Brasil presbiteriano (1994-2002), 2006.
Enfermagem	01	<i>Revista Brasileira de Enfermagem</i> e a política de identidade profissional no Brasil (1932 a 1941), 1999.
Psicologia	01	Produção científica em avaliação psicológica: análise de periódicos brasileiros (1997-2002), 2003.
Educação Física	01	As faces de pandora: a mulher na família, no trabalho e no lazer, 2005.
Administração	01	A mulher anunciada: um estudo das representações do feminino na propaganda brasileira e norte-americana, 2007.
Saúde da mulher e da criança	01	Mulher maravilha sexualidade feminina em discursos nas revistas <i>Claudia</i> e <i>Mulher dia-a-dia</i> , 2007.
Interdisciplinar em Ciências Humanas	01	A revista <i>Capricho</i> como um "lugar de memória" (décadas de 1950 e 1960), 2009.

Esta amostragem revela que a área de letras foi a que mais teve teses defendidas com o filtro "imprensa feminina" (11), seguida da de história (10). Na sequência, vieram comunicação (07), educação (05), ciências sociais (3) e outras, como enfermagem, psicologia, educação física, administração, saúde da mulher e da criança e interdisciplinar em ciências humanas.

É claro que o filtro aplicado – imprensa feminina – abarca, como os títulos das teses sugerem, as mais variadas revistas, de épocas e vieses distintos. No entanto, não deixa de causar forte impressão as diversas áreas que se ocuparam deste tema nos 22 anos contemplados, o que, mais uma vez, reforça a necessidade de sermos mais interdisciplinares

e menos preocupados com a “aderência” pela qual somos sempre avaliados e cobrados.

Referências

- EAGLETON, Terry. *Teoria da literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- FISH, Stanley. Is there a text in this class? Trad. Rafael Eugenio Hoyos-Andrade. *Alfa Revista de Linguística*, São Paulo, v. 36, 1992. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3919/3600>. Acesso em: 23 de junho de 2011.
- HELLER, Bárbara. Vossas filhas sabem ler? In: DUARTE, Constancia Lima; ASSIS; Eduardo de; BEZERRA, Kátia da Costa (Orgs.). *Gênero e representação na literatura brasileira: ensaios*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Letras da UFMG/Estudos Literários, 2002.
- _____. “Jardim Fechado” – A Voz e a vez das leitoras da Revista Feminina. Disponível em: http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18732/1/2002_NP4heller.pdf. Acesso em: 19 de junho de 2011.
- LIMA, Sandra Lucia Lopes. Imprensa feminina, revista feminina. A imprensa feminina no Brasil. *Projeto História, São Paulo*, n. 35, p. 221-240, dezembro de 2007. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2219/1320>. Acesso em: 17 de junho de 2011.
- MASCARO, Sonia de Morim. *A Revista Feminina: imagens de mulher (1914-1930)*. São Paulo: Dissertação de Mestrado na Área de Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, 1982.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. 11ª ed. São Paulo: Loyola, 2008.
- MOTTA, Leda Tenório da. *Literatura e contracomunicação*. São Paulo: Unimarco, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa*. São José do Rio Preto: Bluecom, 2010.
- ZILBERMAN, Regina. *A leitura no Brasil: sua história e instituições*. Disponível em: <http://www.unicamp.br/iel/memoria/projetos/ensaios/ensaio32.html>. Acesso em: 26 de junho de 2011.