



Octubre 2014

AS MULHERES POR TRÁS DOS HOMENS: DISCURSOS PROMULGADOS PELOS ALMANACHS DE PELOTAS E SEUS RECLAMES (1913-1935)

Paula Garcia Lima

Universidade Federal de Pelotas

paulaglima@gmail.com

Francisca Ferreira Michelin

Universidade Federal de Pelotas

fmichelon.ufpel@gmail.com

Resumo

O texto a seguir tem como objetos de análise os *Almanachs* de Pelotas e seus reclames, publicados na cidade de Pelotas, ao sul do Rio Grande do Sul, entre os anos de 1913 e 1935. Estes objetos são apreciados com vistas a refletir acerca da construção de discursos em torno das relações entre gênero feminino e gênero masculino. Tendo em vista que gênero é uma categoria de análise construída culturalmente, que emerge dentro de um contexto temporal e espacial, a cidade de Pelotas é abordada no período em questão, da mesma forma que o próprio periódico e a tipologia de publicação. Logo a seguir são apresentados exemplos de discursos verbais e iconográficos (textos dos *Almanachs* e reclames) como forma de ilustrar o discurso promovido por este meio de comunicação, com vistas a assegurar os papéis entre homens e mulheres que até então estavam determinados.

Palavras-Chave: Gênero; *Almanachs* de Pelotas; reclames

Introdução

O que se busca apresentar neste estudo é a utilização de um meio de comunicação – O Almanach de Pelotas – na promoção de discursos que tanto refletem quanto auxiliam na construção das delimitações de papéis a serem desempenhados por homens e mulheres, ou seja, na formação dos gêneros. Tendo em vista o período de publicação da referida publicação (1913 a 1935), tem-se uma reflexão acerca destas situações em um tempo já um tanto quanto longínquo, o início do século XX. No entanto, entende-se que foi justamente no passado que foram construídos os alicerces para as edificações que hoje se vivenciam. Com a licença da analogia utilizada, sabe-se que hoje homens e mulheres vivem um momento bastante distinto daquele vivido no século anterior, no entanto, há resquícios que ainda não permitem a igualdade, e por isso entende-se a pertinência e validade do estudo.

Com a intenção primeira de analisar a presença de tais discursos através das narrativas visuais dos reclames veiculados pelos *Almanachs* de Pelotas, migrou-se para a possibilidade de

utilização do *Almanach* como um todo, utilizando-o também como fonte, tendo em vista que se observou, em seus textos, um discurso que coincidia com aquilo que havia sido observado nos elementos iconográficos dos anúncios.

O que aqui se apresenta é parte integrante da pesquisa para elaboração de tese que está sendo realizada dentro do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da universidade Federal de Pelotas (cujo objetivo maior é a análise da memória da mulher pelotense) e de investigações dentro no grupo de pesquisa “Memória Gráfica de Pelotas: um século de design”, lotado na mesma universidade.

Estudo de gênero como método

Este estudo nasceu da verificação, primeiramente empírica, da utilização de um discurso promulgador do papel das mulheres através dos reclames dos *Almanachs* de Pelotas. Em um segundo momento, através de uma análise um pouco mais criteriosa, percebeu-se que este discurso se fazia presente, também, no decorrer do periódico através de alguns textos. Instigou o fato de que esta publicação, que tinha o público masculino como prioritário, construía todo esse discurso em torno do gênero oposto. Para tanto, toma-se o gênero como a orientação metodológica primeira deste trabalho, ou seja, como a categoria principal de análise. Adotam-se, então, estes objetos como imbuídos de discursos que promovem as relações e caracterizações de gênero, já que gênero se difere de sexo, algo biológico e independente da cultura. Sobre isto, as autoras Santos e Pedro (2011, p.168) apoiadas em Butler dizem que:

Para ela, o gênero é constituído normativamente por meio de discursos e práticas reguladoras que inscrevem o sexo nos corpos. Tais discursos e práticas servem como referência para o estabelecimento de “códigos específicos de coerência cultural” que naturalizam os limites impostos para mulheres e homens. Uma vez que a subjetividade de gênero não é ontológica, mas, isto sim, uma construção mediante normalizações, os padrões impostos pela heterossexualidade compulsória – que implicam na diferença binária entre os sexos – necessitam de repetição contínua para afirmarem-se como hegemônicos.

O discurso veiculado ao longo dos *Almanachs* de Pelotas tem um papel decisivo nas construções das identidades. Estas manifestações visuais, escritas e iconográficas, carregadas de simbologia, tanto espelham o contexto, quanto ajudam enormemente na sua construção. É exatamente nesta teia que o gênero como categoria de análise se insere, tendo em vista que ele está sempre atrelado ao contexto temporal e espacial, refletindo ideologias, identidades e políticas de representação, como parte constituinte de todo um processo de construção social e cultural. (FUNCK, 1994, p.20-21; FUNCK, 2007, p.183-184)

Pensando o gênero, e os discursos que o promovem, como fatores preponderantes nas construções das identidades, é que se adentra nesta discussão, com base em Hall (1999, p.23-32). Segundo o autor, ao longo dos tempos, estas construções tiveram diferentes pilares. Num primeiro momento os sujeitos viam-se como seres individuais e soberanos, – idéia edificada com base nos reflexos racionalistas dos séculos XVII e XVIII que pôde explicar certas coisas que antes eram atribuídas a Deus, conferindo maior poder ao homem. A partir da instauração dos estados modernos há uma transformação que fez emergir uma concepção mais social do sujeito que passa a ser visto como engendrado dentro das grandes estruturas que sustentam a sociedade moderna. Esta compreensão de identidade construída através da interação com meio social fez parte da primeira metade do século XX, no mesmo período que surge um cenário mais perturbador do sujeito e de sua identidade em função de movimentos intelectuais e estéticos ligados ao surgimento do Modernismo. Neste momento o indivíduo passa a ser visto como anônimo, isolado e alienado dentro dos grandes agrupamentos que foram se formando.

É justamente neste cenário, industrial e urbanizado – o qual modificou as formas de socialização dos sujeitos, já que os laços tradicionais como família e relação com vizinhos se enfraquecem – que os meios de comunicação passam a ter a finalidade de refazer as ligações entre os indivíduos e a sociedade complexa que o cerca, reinserindo-os no grupo social de forma a preencher a lacuna deixada pelo enfraquecimento dos laços tradicionais (FERREIRA, 2001, p.104-108) (WOLF, 2001, p.24-25). Desta maneira comprova-se a forte relação que se estabelece entre o indivíduo deste novo cenário e os meios de comunicação, pois estes

passam a ser os grandes formadores do seu comportamento. Ora, é justamente sobre isso que aqui se discute: os *Almanachs* de Pelotas e seus reclames como promulgadores de discursos acerca do papel da mulher pelotense no início do século XX.

Pelotas e os seus *Almanachs*

Conforme mencionado o gênero e seus discursos são necessariamente vinculados ao seu contexto, às questões culturais e sociais envolvidas, logo, para uma melhor compreensão destas construções e relações é fundamental que o mesmo seja abordado. Falar do contexto no qual estas peças circularam, significa falar da cidade onde o periódico era editado – Pelotas – e do próprio periódico em si.

Pelotas, município integrante do pólo sul do Rio Grande do Sul, foi fundada em 1835. O desenvolvimento da região na qual se localiza remonta a segunda metade do século XVIII, quando da instauração das charqueadas, que possibilitaram, através do aproveitamento da carne bovina, o enriquecimento da região e, sobretudo, desta cidade, aquela que mais produziu neste ramo no Estado. A primeira charqueada de Pelotas data de 1780, alavancando o desenvolvimento e crescimento da cidade que se tornou, no século XIX, uma das urbes mais adiantadas e prósperas do estado. A região da qual Pelotas fazia parte, estruturou-se com base em grandes propriedades, pecuária e escravidão. Estas características acabaram por, futuramente, propiciar o maior desenvolvimento da região norte, que tinha Porto Alegre como principal representante, enquanto a região sul apoiava-se na dupla de cidades Pelotas e Rio Grande. (CUNHA, 2009, p.30-31) (LONER, 1999, p.52-53 e p.67)

Segundo Loner (1999, p.53-54) a industrialização no Rio Grande do Sul iniciou-se por volta de 1870. Pelotas e Rio Grande dominavam o pólo sul, mesclando algumas características das duas cidades citadas, contendo indústrias de grande porte de derivados da pecuária e alguns estabelecimentos pequenos de produção mais artesanal para inúmeros bens de consumo. Pelotas, que tinha como principal produto o charque, dependia da exportação para o seu desenvolvimento industrial.

A autora pondera que a sociedade da cidade compunha-se de uma elite que, como se pode observar nos parágrafos anteriores, estruturou-se, justamente, na posse de terra, força motriz do seu desenvolvimento econômico. Foi neste cenário que Pelotas se destacou e se diferenciou das outras cidades do estado, também em função de suas características culturais avultadas e estilo de vida, que envolvia valorização da nobreza e do ócio. Justamente o culto à ociosidade que impulsionava o apreço dos cidadãos por atividades de entretenimento e consumo de bens culturais (LONER, 1999, p.65). De acordo com Cunha (2009, p.33), foi no século XIX que a cidade desenvolveu seu cenário urbano e, junto com ele, um ambiente cultural que manteve grande destaque até o século XX. Ainda sobre isto, tem-se que:

A cidade de Pelotas, alicerçada pela sólida prosperidade trazida pela economia do charque, e pelo tempo ocioso que esta fonte de recursos garantia a filhos e filhas da elite, terminou desenvolvendo um tipo de sociedade aristocrática e senhorial, com a valorização da cultura e belas artes, e um grande refinamento em termos de costumes. (LONER, 1999, p.99)

Fator bastante representativo do desenvolvimento crescente e pujança econômica da cidade no início do século XX foi a criação do Banco Pelotense, no ano de 1906. Esta instituição financeira concentrava os recursos das atividades advindas tanto do meio rural (pecuária), quanto do meio urbano (comércio) (LONER, 1999, p.57). Esta situação confortável que a cidade estava alicerçada teve suas estruturas abaladas em 1931, quando a quebra do Banco Pelotense trouxe danos insuperáveis para o desenvolvimento do município (CUNHA, 2009, p.38).

Tendo estas referências como base, há que se pensar em uma cidade cuja população tinha a leitura como um hábito representativo da valorização da cultura, da erudição e do tempo ocioso. Logo, podem-se observar os *Almanachs* de Pelotas nesta esfera, como artigos culturais de grande valia dentro daquela sociedade. Não é a toa que na cidade, nesta época, havia inúmeras opções de leitura editadas na própria cidade. Marroni (2008, p.64-65) observa que durante a República Velha existiam inúmeros jornais citadinos, levando-a a constatação de que a imprensa em Pelotas teve o seu auge entre o final do século XIX e início do século XX, quando havia um grande número de tipografias em funcionamento.

Somado a isto, os almanaques, por sua vez, eram considerados publicações bastante tradicionais e de grande apreço dentro das sociedades, o que ajudaria a justificar o fato de que era um artigo, de fato, lido e presente na vida dos cidadãos. Sendo assim, a sua influência seria enorme junto aos leitores, refletindo e reforçando a promoção de discursos, incluindo o de gênero, foco deste estudo.

Confirmando a intensa relação que era estabelecida entre o público e este tipo de publicação observa-se o seguinte trecho retirado do Almanaque Enciclopédico para 1896, escrito por Eça de Queirós:

Mas não é certamente por esta ciência fácil que o almanaque me encanta: – e se ainda o desejo louvar, é pelo incomparável benefício de nos tornar o tempo visível e como palpável. Consideremos que um dia esquecido, não registrado no almanaque, seria absolutamente, como um negro pedaço de não – ser por onde um pedaço de nossa vida se afundaria, se iria em nada. Só o almanaque verdadeiramente nos penetra da realidade de nossa existência, porque a circunscreve, a divide em talhões regulares, curtos, compreensíveis, fáceis de desejar e depois fáceis de recordar por terem nome e quase terem forma, e onde se vão depondo, e onde vão ficando, os factos da nossa feliz ou desgraçada história. As datas, e só elas, dão verdadeira consistência à vida e à sorte. (Eça de Queirós, citado por Vera Casanova, p. 57, APUD MEYER, 2001, p.140)

O tipo de almanaque ao qual Eça de Queirós se refere é o mesmo tipo que se proliferou ao longo dos séculos XIX e XX, no entanto a sua origem é remota (confunde-se, inclusive, com as origens dos calendários) se consideradas as suas versões manuscritas; já na versão impressa é coincidente com a invenção da imprensa e dos tipos móveis por Gutenberg no século XV. (ANASTÁCIO, 2014, p.7-8) (DUTRA, 2005, p.16)

Embora fossem publicações de periodicidade anual, segundo Anastácio (2014, p.8), os almanaques não deveriam ser considerados nem periódicos e nem anuais, pois objetivavam ser perpétuos e perduráveis, já que continham tabelas que permitiam calcular o tempo e posição dos astros e marés em qualquer época futura. Os almanaques, ao longo do século XVI, foram, inclusive, denominados *Reportórios dos tempos*, dadas as suas pretensões. Desta ambição dos primórdios – e primordial – dos almanaques pode-se compreender a tradição criada em torno do fato de serem consideradas publicações de grande apego junto aos seus leitores, um companheiro consultivo e fiel ao longo do ano corrente e, inclusive, dos anos seguintes.

Acima foram mencionados elementos constitutivos importantes dos almanaques: questões relacionadas à mensuração do tempo, clima e manifestações da natureza. Os almanaques eram publicações de conteúdo variado, contendo desde informações de utilidade pública quanto de entretenimento. No século XIX os almanaques inspiraram-se nas enciclopédias, veiculando informações e valores da modernidade, influenciando significativamente na construção da moral e do comportamento das pessoas (DUTRA, 2005, p.18-19). Mais uma vez, reitera-se o papel preponderante do objeto aqui estudado em torno dos discursos de gênero.

O *Almanach* de Pelotas, fundado por Dr. Antonio Gomes da Silva, Ignácio Alves Ferreira e Capitão Florentino Paradedda, foi editado anualmente em Pelotas entre os anos de 1913 a 1935. Assim como os demais almanaques, o *Almanach* de Pelotas tinha grande apelo popular e também era composto por conteúdos diversos, desde questões relacionadas à vida prática até aquelas mais ligadas à cultura, ao lazer e ao entretenimento. Nele encontravam-se taxas de correios e telégrafos, datas de pagamentos de impostos, horários de trem, informações meteorológicas, receitas, charadas, piadas, contos, textos ligados a fatos históricos e da atualidade e etc.. No entanto, neste periódico, o maior objetivo (inclusive expresso em palavras de inúmeros prefácios) era promulgar o desenvolvimento da cidade e cultivar o trabalho, as ações e as virtudes de seus “filhos”.

Muitas páginas eram dedicadas às propagandas, tendo em vista o financiamento dos *Almanachs*. Em inúmeros de seus editoriais, por exemplo, é possível encontrar expresso que os editores não visavam lucro com as publicações, reclamações com relação ao valor crescente dos insumos necessários para a sua produção e, em consequência destes dois fatores anteriores, a incansável luta por manter o *Almanach* em circulação. Com tais fatos, os

anúncios devem ter desempenhado um papel fundamental para a sobrevivência do periódico. Nas 23 edições publicadas dos *Almanachs* de Pelotas foi contabilizado um total de 4221 reclames, conferindo uma média de 183 anúncios por edição, o que se considera uma quantidade bastante considerável.

Almanachs e anúncios como fontes e objetos

Os *Almanachs* de Pelotas e seus anúncios são tomados neste estudo, tanto como objetos de análises quanto como fontes através das quais são extraídas informações acerca daquela sociedade e daqueles contextos nos quais foram produzidos e consumidos. Começa-se, por exemplo, apresentando parte do prefácio da primeira edição da publicação:

O certo é que, debaixo de aspectos diversos, o almanach implantou-se nos costumes, faz hoje parte de todas as bibliothecas e raro é aquelle que o não leia ou por curiosidade ou desfastio.(...)

(...)É elle, leitor amigo, quem te indica o santo do dia, se ainda conservas intactas as tuas velhas crenças cathólicas, é elle quem te annuncia as phases da lua e as revoluções do tempo, indo até o excesso de amabilidade de dizer-te quando deves plantar os feijões e podar as vinhas; é elle ainda quem te lembra o cumprimento dos teus deveres de cidadão e dos teus encargos de contribuinte, e, para amenisar-te os ócios de **chefe de familia e de homem de trabalho**, entremeia tudo isso de pilherias e facecias, de receitas culinarias e de charadas e logogriphos, de maximas e reflexões moraes – sempre proveitosas – de anedotas e dictos celebres. (Paradedda, Florentino. Prefácio Almanach de Pelotas, 1913, p. 3, grifo nosso)

Neste texto se pode confirmar a intenção dos editores em comunhão com o que já se descreveu acerca da tipologia de publicação como os almanaques, ou seja, como uma publicação caracterizada pelo conteúdo variado e diverso e como algo primordial para o dia a dia dos sujeitos. Porém, o que neste texto mais importa para a reflexão aqui proposta é o fato de deixar explícito que se tratava de um periódico voltado para o público leitor masculino, vide o grifo que foi feito. Tratava-se, então, de um periódico editado somente por homens e direcionados aos homens, contendo, no entanto, discursos demonstrativos daquilo que se esperava da mulher. Seria uma forma, então, de ensinar os homens aquilo que deveria ser ensinado às mulheres. Situação semelhante a esta foi detectada em pesquisas de Pedro (2009, p.30), as quais ressaltaram que estes discursos sobre as mulheres, em publicações cujos principais leitores eram os homens, tinham o papel de alerta, para que as mulheres fossem mantidas em seus lugares, de forma a não permitir que os homens e as suas funções desempenhadas fossem ameaçadas.

Conforme explicado, o presente texto propõe uma análise dos discursos de gênero através tanto dos textos do periódico quanto das representações iconográficas presentes nos reclames do mesmo. Analisando-se ambos os tipos de manifestações – verbais e iconográficas, observam-se discursos justapostos. Os papéis atribuídos aos homens e às mulheres aparecem de forma explícita nos textos que compunham os *Almanachs*, como no texto abaixo, “A.B.C. das mães de familia”, encontrado no *Almanach* de 1918:

Amiga de sua casa, bemquista dos visinhos, caridosa com os pobres, devota de Deus e da Virgem Santissima, entendida nas suas obrigações, fiel a seu marido, geitosa no regimen da casa, honesta no trato, incasavel no dever, justa nos negócios, leal nas relações, mansa com os filhos e creados, nobre nas acções, obediente a seu marido, paciente nos trabalhos, querida de todos, sisuda nas palavras, trabalhadora, urbana, vigilante e zelosa. (Extr.) (A.B.C. das mães de família. Almanach de Pelotas, 1918, p. 104)

Nota-se, pelo próprio título, que se esta a falar do público feminino, do papel designado às mulheres, no entanto, é inevitável a compreensão do que cabia aos homens, tendo em vista que conforme já se mencionou, gênero é relacional. Sabe-se que homem é homem em contraste com o que é a mulher, e o que é cada um é justamente uma construção com base nos papéis que se atribui a cada categoria. Fica evidente que o homem que lia este texto se eximia da responsabilidade junto aos filhos, se sentia amparado por este discurso.

Discursos textuais ao longo dos *Almanachs* são inúmeros, incluso dentro dos próprios reclames. Um exemplo é o caso do reclame abaixo (Fig.01), da loja Torre Eiffel, que explicita “Constantemente recebe da Europa os ultimos modelos em trajes para senhoras – manteaux, paletots, assim como todos os artigos de ultima moda” e junto a isso, “Tem sempre em stock os celebres preparados de beleza de Mme. Selda Potocka”, prosseguindo com a afirmação “Pois a beleza da pelle é um dos melhores predicados da formosura da Mulher”. As mulheres, então, tinham de cuidar dos filhos (conforme visto no texto A.B.C. das mães de familia), vestirem-se segundo as últimas tendências européias, serem belas e bem cuidadas.



Fig. 01: Reclame Torre Eiffel
Fonte: *Almanach* de Pelotas, 1920, p. 57
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

Partindo para o próximo exemplo, adentramos nas apreciações dos discursos apresentados na forma iconográfica. Na figura 02 temos o anúncio da Buxton Guilayn C^o, com destaque para um produto, a lâmpada Philips Arga. Neste reclame há a representação de uma cena, na qual estão um homem e uma mulher em um ambiente que sugere ser uma loja. O homem, atrás do balcão, representa o vendedor que está a alcançar um produto (provavelmente uma lâmpada) para a mulher. No entanto o que justifica a análise é o fato de a mulher estar trajando um vestido logo e, sobre ele, um avental. Na apreciação que aqui se faz, compreende-se que este elemento, o avental, é um indicativo que reforça o discurso de que as mulheres deveriam ficar no interior do seu lar. A mulher saiu às compras, porém, sem nem tirar a peça que indica atividades domésticas. Esta narrativa traz implícito que esta mulher teria saído para resolver alguma urgência relacionada à casa, mas que, resolvido isto, retornaria para o “seu lugar”: o interior do lar. Outro ponto digno de destaque é que o produto anunciado, uma lâmpada, está em consonância com os desejos modernos, de urbanização e progresso e, dentro deste

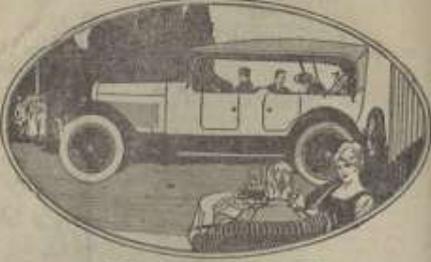
contexto, também seria um desejo moderno a manutenção do papel feminino como cuidadora do lar, papel que talvez estivesse ameaçado frente às frenéticas mudanças que a sociedade estaria experimentando. Talvez uma tentativa de manter os lugares estabelecidos e bem demarcados.



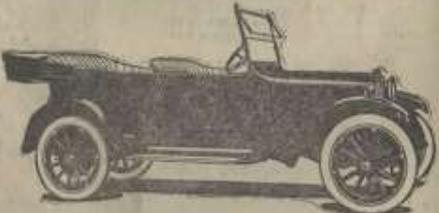
Fig. 02: Buxton Guilayn C^o
Fonte: *Almanach de Pelotas*, 1921, p. 272
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

As duas próximas imagens apresentadas referem-se a dois reclames de um modelo de carro através do anunciante D. G. Moreira & Comp.. Aqui, novamente analisa-se o discurso presente na iconografia. Na figura 03 o anúncio é formado por duas ilustrações de carro, sendo que na primeira delas, num primeiro plano está uma mulher (bonita, bem arrumada em bem penteada) sentada à mesa, acompanhada de um homem de costas (parecem tomar chá ou café e o homem tem um cigarro na mão) e no segundo plano está o carro. Já na figura 04 há a ilustração de um carro com um homem dentro, no lugar do motorista, interagindo com uma mulher ao fundo. No plano imediatamente atrás há uma edificação e no plano mais à frente um menino subindo em uma árvore. Nestes dois casos poderia ser feita alusão ao fato de as mulheres serem conquistadas por homens de boa posição financeira, proprietários de carros, essa grande maravilha moderna.

ALMANACH DE PELOTAS — 1922 312



CHANDLER



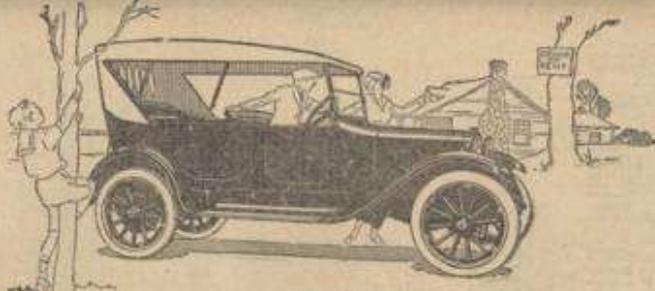
DODGE BROTHERS
— D. G. Moreira & Comp. —

Caixa Postal 105. — PELOTAS. — Agentes depositarios dos famosos automoveis Chandler e Dodge, Motores e dynamos *Morell*.

Fig. 03: D. G. Moreira & Comp.
Fonte: *Almanach de Pelotas*, 1922, p. 312
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

“O Campeão da Campanha.”

Pneumáticos



GOODYEAR

DODGE BROTHERS

A grande marca de automoveis que fez duas vezes a rãd Porto Alegre—Montevideo sem aroncinamento algum em seu inouparavel motor

AGENTES DEPOSITARIOS:

15 NOVEMBRO 027 **D. G. MOREIRA & C.** 111 PELOTAS 111

ALMANACH DE PELOTAS — 1923 269

Fig. 04: D. G. Moreira & Comp.
Fonte: *Almanach de Pelotas*, 1923, p. 269
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

Exemplos como estes, ao longo dos *Almanachs* de Pelotas, são inúmeros, tanto na forma verbal como na forma iconográfica. Aqui, foram apresentadas algumas poucas amostras ilustrativas de algo que era recorrente: a promoção de discursos que posicionavam as mulheres no interior de seus domicílios com a tarefa de cuidar dos mesmos, além de zelar pelos filhos e maridos. Como uma figura que ficava por trás do homem (e veja-se que isto simbolicamente aparece nas duas imagens das figuras 03 e 04), a mulher tinha a árdua tarefa de fornecer condições para que o homem desempenhasse aquilo que lhe era cabido, o sustento financeiro sem, no entanto, dar-lhe o devido reconhecimento.

Conclusão

As referências apresentadas visam demonstrar o quanto se está a trabalhar com elementos materiais que são importantes integrantes da nossa cultura e que, logo, tem muito a nos contar sobre ela. A tipologia de publicação aqui apreciada – almanaque – refere-se a uma publicação extremamente tradicional que povoa, ainda, o imaginário dos sujeitos contemporâneos, tamanha a sua pregnância e inserção nas sociedades. Com o *Almanach* de Pelotas, dados indicam que não foi diferente, constituindo um veículo comunicativo partícipe do cotidiano dos sujeitos para os quais foi criado. Como visto, sua intenção primeira foi, explicitamente, o público masculino, no entanto, recheado de elementos e discursos relacionados às mulheres. E então, com este público-alvo e com as inúmeras referências ao grupo feminino, parece ficar evidente que se visava reforçar para os homens os “lugares das mulheres” e em contraste e contrapartida, o “lugar dos homens”. Além de todas as inúmeras dicotomias entre as funções a serem desempenhadas pelos diferentes gêneros, na presente análise talvez a principal sugestão que fique é a de que cabia ao homem, acima de tudo, o papel de educar a mulher.

Tanto os *Almanachs* como um todo, tomados como fontes de informações e dados daquela sociedade através de seus textos, quanto os reclames que o financiavam, são discursos culturais que trazem implícitos e explícitos os discursos acerca das relações entre os gêneros. Seja através de textos muito diretos e claros, seja através de elementos iconográficos carregados de simbologias nada ingênuas, atentas na necessidade de manutenção daquilo que consideravam ordem, uma ordem pautada em uma construção culturalmente localizada e específica que define o gênero como categoria. Tem sido sob esta égide que tem se buscado pensar os *Almanachs* de Pelotas e seus anúncios.

Em um estudo com ambições de analisar a memória do gênero feminino, a designação deste tipo de publicação como *Reportórios dos tempos*, parece ter muito a dizer. Um objeto cuja perenidade era a intenção, sendo estudado justamente para pensar na mudança, no avanço, ao menos no que se refere às relações entre os homens e mulheres. Que o estudo ascenda mais uma fagulha do tanto que já se discutiu sobre o assunto. Que aquelas mulheres, apresentadas iconograficamente e simbolicamente em um segundo plano, dêem lugar a mulheres que hoje possam se colocar no mesmo plano que os homens, ou naquele que elas escolherem.

Referências

ANASTÁCIO, Vanda. **Almanaques:** Origem, gêneros, produção feminina. In: AREIAS, Laura; PINHEIRO, Luís da Cunha (coord.). *As Mulheres e a imprensa periódica*. Lisboa: CLEPUL, 2014, p.5-32. Disponível em < <http://pt.calameo.com/read/0018279771ef116cc9683> >. Acesso em 30 de abril de 2014.

CUNHA, Jaqueline Rosa da. **A formação do sistema literário de Pelotas:** uma contribuição para a literatura do Rio Grande do Sul. Tese (Programa de Pós-Graduação em Letras) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

DUTRA, Eliane de Freitas. **Rebeldes literários da República:** história e identidade nacional no *Almanach Brasileiro Garnier* (1913-1914). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **As origens recentes:** os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 99-116.

FUNCK, Susana. Discurso e identidade de gênero. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; SCLIAR-CABRAL, Leonor (Org.). **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: EDUFSC, 2007, p.183-195.

FUNCK, Susana. Da questão da mulher à questão de gênero. In: _____ (org.). **Trocando idéias sobre a mulher e a literatura**. Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina, 1994, p. 17-22.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

LONER, Beatriz Ana. **Classe operária: organização e mobilização em Pelotas: 1888-1937**. 1999. 556 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, 1999.

MARRONI, Fabiane Villela. **Pelotas (re)vista: a Belle Époque da cidade através da mídia impressa**. 2008. 237 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUCSP, São Paulo, 2008.

MEYER, Marlyse (Org.). **Do Almanak aos Almanques**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

PEDRO, Joana Maria. Memória, gênero e “artes” do feminismo. In: SILVA, Ursula; MICHELON, Francisca Ferreira; SENNA, Nádia da Cruz (Org.). **Gênero, arte e memória: ensaios interdisciplinares**. Pelotas: Ed. da UFPel, 2009, p.27-43.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos; PEDRO, Joana Maria. **Estratégias discursivas e Identidades de Gênero: A construção da “dona de casa moderna” na Revista Casa & Jardim dos anos 1960**. Revista Caderno Espaço Feminino. Uberlândia/MG, v. 24, n. 1, p. 163-184, Jan./Jun. 2011. Disponível em <<http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/7626/8144>>. Acesso em 04 de novembro de 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 6ª ed. Lisboa: Presença, 2001.

Fontes consultadas

PARADEDA, Florentino. Almanachs de Pelotas (1913 – 1920). Pelotas: Oficinas Typographicas do Diário Popular. Acervo Histórico da Bibliotheca Pública de Pelotas.

PARADEDA, Florentino. Almanachs de Pelotas (1921 – 1928). Pelotas: Tipografia A Guarany. Acervo Histórico da Bibliotheca Pública de Pelotas.

PARADEDA, Florentino. Almanachs de Pelotas (1929 – 1935). Pelotas: Tipografia Livraria do Globo. Acervo Histórico da Bibliotheca Pública de Pelotas.