

# *Eurocentrismo e gênero: mulheres não brancas na invisibilidade da cena\**

ANA MARIA MARQUES<sup>\*1</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso

NAILZA DA COSTA BARBOSA GOMES<sup>\*2</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo perceber como o eurocentrismo atravessou, nos primeiros anos da década de 1940, as questões de raça e gênero em Mato Grosso. A metodologia adotada foi a análise de oito imagens de propagandas publicadas no Jornal “O Estado de Mato Grosso”, que circularam entre 1940 a 1942 e, que estão disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional/RJ. Através de uma abordagem que discute o conceito de eurocentrismo e representações de gênero, foi possível analisar a presença das mulheres naquela sociedade balizada pela definição dos papéis femininos. Ao observar tais imagens, revelou-se a invisibilidade das mulheres não brancas.

**Palavras-chave:** Eurocentrismo; Gênero; Imagens.

**Abstract:** This article aims to understand how the Eurocentrism crossed the issues of race and gender in Mato Grosso in the early years of the decade of 1940. The adopted methodology was the analysis of eight advertisement pictures published in “O Estado de Mato Grosso” newspaper, which circulated between 1940 and 1942. The images are available on the National Library’s Digital Newspaper archive /RJ. Through an approach that discusses the concept of Eurocentrism and gender representations, it was possible to analyze women’s presence in that society marked by the definition of the female roles. When looking at such pictures it was revealed the non-white women invisibility.

**Keywords:** Eurocentrism; Gender; Images.

---

\* Recebido em 25 de abril de 2016 e aprovado para publicação em 23 de junho de 2016.

<sup>\*1</sup> Doutora em História pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do Departamento e do Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). E-mail: [anamariamarques.ufmt@gmail.com](mailto:anamariamarques.ufmt@gmail.com).

<sup>\*2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Professora de História. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do estado de Mato Grosso (FAPEMAT). E-mail: [nailzacbarbosa@gmail.com](mailto:nailzacbarbosa@gmail.com).

A abordagem deste artigo privilegia duas categorias de análise. A primeira trata-se da discussão do conceito de eurocentrismo e a segunda, das representações de gênero. Objetiva-se perceber como o eurocentrismo atravessou, nos primeiros anos da década de 1940, as questões de raça e gênero em Mato Grosso.

A metodologia adotada baseia-se no uso de oito imagens de propagandas publicadas no Jornal “O Estado de Mato Grosso”. Tais imagens são dispostas como uma pequena amostragem, uma vez que o jornal trabalhava com grande número de anúncios publicitários. Nestas imagens procuramos enxergar quais as representações femininas predominantes no período. A opção por este jornal se deu pelo fato de iniciar sua circulação no ano de 1939, período em que o então presidente Getúlio Vargas acabara de lançar um Programa de Integração Nacional denominado “Marcha para o Oeste”.

Retomando a trilha dos pioneiros que plantaram no coração do Continente, em vigorosa e épica arremetida, os marcos das fronteiras territoriais, precisamos de novo suprimir obstáculos, encurtar distâncias, abrir caminhos e estender as fronteiras econômicas, consolidando, definitivamente, os alicerces da Nação. O verdadeiro sentido de brasilidade é a marcha para o Oeste. No século XVIII, de lá jorrou a caudal de ouro que transbordou na Europa e fez da América o Continente das cobiças e tentativas aventureiras. E lá teremos de ir buscar (VARGAS, 1938, p. 124).

Portanto, nos primeiros anos da década de 1940, a “Marcha para o Oeste”, deveria ser propagandeada justamente para modificar a imagem que se tinha desta região como um “sertão bravo”. Mato Grosso transformava-se em “sentinela do Brasil”, “terra de promessa” ou, como preferiam os idealistas do Estado Novo (1937-1945), o lugar de “reservas de brasilidade”. Tanto que em 1941 Getúlio Vargas esteve em visita a Mato Grosso, estando um presidente pela primeira vez em Cuiabá.

Este programa seria uma forma de “concertar” erros do passado. Mas o que pôde ser percebido foi a repetição da exaltação aos bandeirantes

adotando medidas de caráter urbano visando a instrumentalização do controle social e político do Estado Novo em Mato Grosso. Operaram um rearranjo no interior das elites políticas locais, as quais iriam refletir na configuração de uma nova imagem a ser apresentada do estado e de seus habitantes. E, a Imprensa de modo geral, seria sua difusora.

O jornal analisado neste artigo teve aproximadamente cinquenta anos de duração no estado e, por conseguinte ampla circulação e grande aceitação. Já na sua primeira edição o jornal exalta a figura do bandeirante.

‘O Estado de Mato Grosso’, jornal que hoje surge à publicidade como um facho de luz a clarear o roteiro dessa marcha e desse caminho [...] para vencer os obstáculos de que, outrora, os bandeirantes dos sertões, fizeram verdadeiros estímulos para suas formidáveis conquistas! [...] Esse jornal que hoje refulge à luz, será uma chama de entusiasmo e ânimo de nossos patrícios, para que não desmereçam desses velhos bandeirantes, cujos pés, fendendo as matas até então impérvias, construíram o Brasil (*O Estado de Mato Grosso*, 27/08/1939, p. 2).

A ocupação de áreas até então “desocupadas”, era o objetivo maior desta política de integração, mas construir uma nacionalidade em meio à diversidade já existente, não poderia ser tarefa fácil. A forma que encontraram de tentar solucionar isso foi a construção de um modelo que deveria ser seguido, impondo um exemplar de civilização que deveria ser adotado para que o Brasil conseguisse alcançar os países considerados desenvolvidos. Conforme citado também no primeiro exemplar do jornal “O Estado de Mato Grosso” (1939, p. 5), “[...] o povo brasileiro está com um atraso de quatro séculos, comparado com todos os países do norte da Europa e Estados Unidos”.

É sob esta perspectiva de análise que se adota neste artigo o conceito de eurocentrismo discutido por Aníbal Quijano (2005). O autor afirma que o eurocentrismo começou de forma sistemática na Europa Ocidental antes de meados do século XVII, ainda que algumas de suas raízes sejam mais antigas, e que nos séculos seguintes se tornaram mundialmente hegemônicas percorrendo o mesmo fluxo do domínio da Europa burguesa.

A cada avanço do domínio europeu as ideias e as práticas nas relações entre dominantes e dominados iam se fortalecendo e estabelecendo hierarquias de superioridade/inferioridade. A partir de então, essa demonstrou ser uma eficiente e duradoura forma de poder e dominação social.

O eurocentrismo contemporâneo é o resíduo discursivo ou a sedimentação do colonialismo. [...] O processo colonial teve início em expansões internas na Europa (as Cruzadas, a invasão inglesa da Irlanda, a reconquista espanhola), deu um salto gigantesco com as ‘viagens de descobrimento’, a instituição do escravismo, e atingiu seu apogeu com o imperialismo (SHOHAT; STAM, 2006, p. 40-41).

No momento da colonização das Américas, houve uma forte associação pelos europeus do trabalho não assalariado com a raça dos povos dominados (índios e negros). Ao fazerem tal associação estigmatizaram esses povos como inferiores e por conseguinte foram julgados e condenados como subalternos.

Aníbal Quijano (2005) reforça ainda, que a expansão do colonialismo europeu conduziu à elaboração da perspectiva eurocêntrica do conhecimento e com ela a elaboração teórica da ideia de raça como naturalização dessas relações coloniais de dominação entre europeus e não-europeus, revelando o quanto o domínio do poder é capaz de ser desumano. Mas, vale ressaltar que, mesmo com uma conotação diferenciada, alguns autores, admitem que desde a Antiguidade as questões referentes ao racismo já se faziam presentes.

É possível chegar à conclusão de que vários proto-racismos surgiram na Antiguidade, em uma época caracterizada por grandes ondas migratórias, invasões de territórios e distúrbios nas civilizações assentadas no Mediterrâneo, no norte da África, no Oriente Médio e no sul da Ásia. Desse modo, o racismo contemporâneo apareceria como o que ele realmente é: uma visão coerente e operacional do ‘Outro’ racial baseada em

um poder total sobre este, que se manifesta por meio de uma consciência grupal historicamente construída (MOORE, 2007, p. 258).

A forma contemporânea de pensar as relações raciais se consolida de fato, no período da expansão europeia pelas Américas com o tráfico de africanos e a colonização dos nativos, tornando esses grupos como o “Outro” e neste caso, o “Estranho” numa relação de não alteridade, mas de autoridade e supremacia. O controle do capital nas mãos dos europeus foi fator determinante na geografia social do capitalismo tornando a Europa detentora dos recursos, dos produtos e dos serviços.

Sob o jugo da inferioridade racial, os colonizados estavam naturalmente obrigados a trabalhar em benefício de seus proprietários. Como parte desta nova configuração de poder a Europa também concentrou sob sua hegemonia o domínio da subjetividade, da cultura, das experiências de vida, dos costumes, das tradições e, principalmente da produção do conhecimento sobre esses povos.

A repressão dos europeus em relação a Ásia, foi menor porque uma parte importante da história e da herança intelectual, escrita, pôde ser preservada dando origem à categoria de Oriente. Diferentemente disso foi a repressão violenta, profunda e duradoura ocorrida com os negros da África e com índios da América que os obrigou a uma subcultura despojando-os de sua herança intelectual e cultural.

Não bastasse a desvalorização das culturas dos colonizados, estes se viam forçados a aprender a cultura dos dominadores naquilo que fosse útil para a reprodução da dominação, seja no campo da atividade material, tecnológica, subjetiva e, especialmente, religiosa, estabelecendo uma nova identidade geocultural hierarquizada.

Por isso mesmo, o racismo epistemológico não pode ser entendido como uma das ‘consequências’ do Colonialismo, nem a forma de pensar a realidade como um ‘reflexo’ da realidade. O racismo epistemológico é parte integrante do projeto colonial. [...] O racismo hierarquiza a sociedade. O racismo epistemológico hierarquiza o conhecimento (CRUZ, 2009, p. 55).

A postura da Europa Ocidental em transformar-se no centro do mundo moderno, desenvolveu nos europeus o eurocentrismo – um traço comum aos dominadores coloniais e imperiais. Sob essa codificação das relações entre europeu e não-europeu, raça se tornou uma categoria básica para a construção histórica da diferença. Não da diferença horizontal, mas sim, da diferença vertical, onde um sobrepõe ao outro.

Sendo assim, a modernidade foi compreendida como experiência e produto exclusivamente europeu. Como visto, o “Oriente” foi a única categoria capaz de ser reconhecida como o outro do “Ocidente”. Já os “índios” da América e os “negros” da África, eram simplesmente “selvagens”. Essa configuração dualista de conhecimento, impôs-se como hegemônica no mesmo ritmo da expansão do domínio colonial da Europa sobre as demais partes do mundo.

Diante deste cenário, é possível visualizar como o poder se estabeleceu. No controle dos produtos e do trabalho reina o capitalismo; no controle das relações entre sexo e gênero se sobrepôs a família burguesa; no controle da autoridade emergiu o Estado Nação; e, no controle da intersubjetividade perpetuou-se o eurocentrismo.

No plano concreto, a estruturação de classes de uma sociedade pigmentocrática obedece a um sistema de *rank*, em que linhagem e estirpe se confundem com as diferenciações fenotípicas: cor da pele, textura dos cabelos, forma dos lábios e do nariz, entre outras características normatizam tanto os comportamentos quanto o “lugar” social de cada um (MOORE, 2007, p. 252).

Este autor afirma que sociedades como o Brasil se caracterizam por ser um sistema “fenotipofóbicos” e “fenotipocêntricos”, baseado no modelo “pigmentocrático”, ou seja, na mesma medida em que as posições sócio-econômicas são mediadas pelas características do fenótipo. O fenótipo negro é identificado com valores negativos, possibilitando assim o domínio dos brancos sobre os negros.

Essa visão estabelecia uma “geografia evolutiva”, na qual a Europa assumia o grau máximo de desenvolvimento, a Ásia e a África

seriam intermediárias e as Américas ocupariam a terceira posição como um continente “jovem”, com natureza inóspita e um modelo de homem primitivo e bárbaro que deveria a todo custo ser civilizado.

Na passagem do século XIX para o século XX, o Brasil se tornou um exemplo claro disso. O país estava redefinindo sua identidade e o “problema da raça” estava sendo o maior entrave naquele momento. Era necessário que os intelectuais da nação fossem capazes de elaborar uma teoria social sobre o Brasil que permitisse integrar a população sem comprometer as hierarquias sociais herdadas do período colonial e que ao mesmo tempo garantisse a sua submissão a um comando único – o Estado Nação.

Uma grande preocupação era modificar a visão dos viajantes que passavam e retratavam do Brasil:

[...] o Brasil todo, a despeito de suas inúmeras vantagens aparentes, tem permanecido inteiramente inculto, vagando seus habitantes selvagens e impróprios para resistir aos obstáculos que a generosidade da natureza pôs em seu caminho. Os aborígenes como todo o povo na infância da humanidade, foram adversos às empresas, e, sendo desconhecedores das artes com que se removem os obstáculos físicos, nunca intentaram opor-se às dificuldades que obstaram ao seu progresso social (ROMERO *apud* GALETTI, 2012, p. 156-157).

Neste panorama, baseados na ideia de progresso e civilização, ganharam volume as teorias racistas,<sup>1</sup> por parte de determinados grupos culturais, que justificavam as políticas colonialistas como missão civilizadora por parte dos europeus, sob as lentes do evolucionismo e do determinismo geográfico. A ideia de civilização e progresso trazia consigo medidas relacionadas aos hábitos, comportamentos, formas de se vestir, de comer,

---

<sup>1</sup> Teorias racistas apresentaram-se no século XIX como um discurso científico que buscava explicar as diferenças entre os grupos humanos, distanciando-os cada vez mais. Serviram como legitimadoras do imperialismo europeu, possibilitando a hierarquização da humanidade. Ver: SCHWARCZ, Lília Moritz. *O Espetáculo das Raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil (1870-1930)*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1993; SKIDMORE, Thomas. *Preto no Branco, raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

de conversar, de organizar os espaços, enfim, atitudes que transmitissem “boas maneiras”. Portanto, a educação seria a grande redentora da Nação.

Visando a ampliação do domínio das concepções nacionalistas em torno do ideal de civilização, foi pensado um programa educacional relacionado com essas concepções. A tarefa de civilizar a população estava posta para todos os estados e Mato Grosso não foi diferente, porém, este estado apresentava algumas peculiaridades que dificultavam sua situação em relação, por exemplo, aos estados do sul e do sudeste brasileiro.

Desde a sua colonização, Mato Grosso enfrentou grandes desafios, pois era considerado como sertão, periferia da periferia. Sua população foi vista pelos imigrantes europeus e pelos bandeirantes paulistas, como o suprassumo da selvageria, da indolência, da ignorância e da preguiça, símbolo de atraso e obstáculo rumo ao progresso.

Mato Grosso possuía uma das menores populações do país. A força política e econômica da elite era dominante apenas na região, não podia ser comparada às elites de âmbito nacional. Dessa forma, a elite local tendia a reproduzir os mesmos protótipos culturais de pertencimento a uma “raça superior” e, conseqüentemente, considerava-se que a população indígena, negra, parda e branca pobre era o principal entrave ao “progresso”.

A partir de uma perspectiva de conhecimento que focalizava o racismo, o conceito de civilização foi estabelecido em conformidade com a civilização europeia, talhada no cume do processo evolutivo. O olhar do branco europeu não deixava dúvidas quanto a considerar a mistura racial do povo brasileiro e neste caso, também do mato-grossense como sendo a razão principal de sua tendência inata à “barbárie”, representado contraste com a Europa, morada das “raças superiores”.

Talvez vocês já tenham tido oportunidade de escutar pessoas se lastimarem da degeneração de nossas raças europeias. [...] Deixem menosprezar estes descontentes, pois, é certo que após uma visita a Mato Grosso eles se regozijariam de pertencer à nossa raça. [...] Imaginem vocês, pessoas de tez uniformemente pálida e doentia, preguiçosas, atingidas por uma espécie de languidez indolente que formarão uma imagem do aspecto físico dos habitantes de Mato Grosso. [...] Não, esta raça é

muito feia. Apesar do pó de arroz e dos fortes perfumes utilizados com frenesi pelas mulheres [...] elas em nada são comparáveis às nossas companheiras (NIJS *apud* GALETTI, 2012, p. 127-128).

Este é um exemplo da visão veiculada por praticamente todos os viajantes que passavam pelo estado. Colocavam o Brasil e, por conseguinte, Mato Grosso na escala mais baixa do progresso. E era uma visão também compartilhada pela elite brasileira e mato-grossense. Só poderiam difundir tais conceitos se pudessem se colocar na posição do dominante, sendo intermediários entre a “cultura superior” e as “raças inferiores”. A solução seria adotar padrões produzidos na Europa e nos Estados Unidos.

Essa se caracterizava como uma face do eurocentrismo. Era emergente educar. Mas, a educação escolar republicana não considerava como válidos outros senão os conhecimentos e valores culturais europeus, tidos como modelos clássicos a serem seguidos, as heranças culturais nas quais as crianças negras, pardas, índias e pobres haviam sido socializadas no seio de suas famílias eram negadas e reprimidas como não válidas, inferiores e degeneradas.

Aqui entra a eficácia do discurso sob o prisma do eurocentrismo e ao mesmo tempo das questões relacionadas ao lugar de cada um naquela sociedade. E, dentro de cada espaço estava traçado o lugar das mulheres. Deste modo, enfatizamos a perspectiva de gênero, na concepção de Joan Scott (1989, p. 86), como “[...] um elemento constitutivo das relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, constituindo uma forma primária de dar significado às relações de poder”. Esta definição dos papéis sociais é reforçada por Ana Paula Martins ao salientar que:

Na virada do século XIX para o XX homens e mulheres cultos passaram a defender uma abordagem científica do lar e da maternidade como forma de resolver os impasses e as ansiedades sobre a Questão da Mulher. Se uma concepção liberal e científica da sociedade não podia mais admitir que as mulheres fossem consideradas inferiores aos homens, fazia-se necessário educá-las, não para estimular a competição entre os

sexos, mas para que cada um pudesse desempenhar seus papéis de forma mais adequada aos tempos modernos (MARTINS, 2008, p. 141).

Surge a ideia da “mãe cívica”. Segundo Margareth Rago (2013), a ideologia da maternidade foi revigorada pelo discurso masculino: ser mãe mais do que nunca, tornou-se a principal missão da mulher num mundo em que se procurava estabelecer rígidas fronteiras entre a esfera pública como essencialmente masculina e a privada, vista como lugar natural da esposa-mãe-dona de casa e de seus filhos. Por isso, a grande importância de trabalhar com padrões de comportamento e ideias que servissem de parâmetros para civilizar as mulheres ensinando-lhes boas maneiras.

Na primeira metade do século XX, a imprensa escrita foi uma das grandes responsáveis pela difusão dessas ideias, seja em forma de textos ou por meio das imagens. As imagens completariam o circuito da representação daquela sociedade reforçando visualmente aquilo que ela se tornaria. A leitura de Peter Burke (2004, p. 115), inclusive, incentiva esta proposta quando diz: “[...] as imagens usadas em publicidade podem auxiliar historiadores do futuro a reconstruir elementos perdidos da cultura material do século 20”. E, reforça ao enunciar que: “o testemunho de imagens é ainda mais valioso porque elas revelam não apenas artefatos do passado, mas também sua organização” (BURKE, 2004, p. 121). Este autor acrescenta também que as imagens têm “valor de evidência para a história” (BURKE, 2004, p. 99).

Para Ulpiano Bezerra de Meneses (2003), faz-se importante salientar que a imagem não pode ser entendida, como mera ilustração e confirmação muda de outra fonte ou reforço do texto.

As imagens aqui analisadas foram extraídas do jornal “O Estado de Mato Grosso” dos primeiros anos da década de 1940, período em que os médicos, as igrejas, os positivistas, os liberais, entre outros, incorporavam o discurso de valorização da maternidade, intimamente ligado ao ideal de formação da identidade nacional e para Mato Grosso também de sua integração com o restante do país.

Para salvar as crianças, aperfeiçoá-las para que crescessem saudáveis e úteis para essa grande família

que é a nação, todo o sistema familiar deveria ser reformado, do casamento à organização da família; do sexo conjugal à criação dos filhos. É com o novo entendimento da necessidade de se organizar e controlar as famílias que a medicina construiu a mãe higiênica, essa ‘amante dos filhos e aliada dos médicos’ (MARTINS, 2008, p. 144).

Na primeira imagem, podemos observar que a propaganda se volta à ideia da mãe higiênica que adotava os cuidados essenciais à saúde de seus filhos, mãe protetora, preocupada com o bem estar da família.

### Imagem 1 - Cuidados da Mãe para com os Filhos



Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 14/01/1940, p. 4. Hemeroteca Digital/BN.

A ‘mulher-mãe’ passa a desempenhar um papel fundamental no nascimento da família nuclear moderna. Vigilante, atenta e soberana no seu espaço de atuação, ela se torna [...] a responsável pela saúde das crianças e do marido, pela felicidade da família e pela higiene do lar, num momento em que cresce a obsessão contra os micróbios, a poeira, o lixo e tudo que facilita a propagação das doenças contagiosas. A casa é considerada o lugar privilegiado onde se forma o caráter das crianças, onde se adquirem os traços que definirão a conduta da nova força de trabalho do país. Daí a enorme responsabilidade moral atribuída à mulher para o engrandecimento da nação (RAGO, 1985, p. 80).

É necessário frisar que as mulheres das classes trabalhadoras não tinham como se dedicar exclusivamente aos cuidados dos filhos e do lar, visto que, além de continuar a fazer o trabalho doméstico, muitas delas trabalhavam fora para manter suas famílias.

Há também outros pontos que merecem atenção nesta imagem: trata-se de uma família branca e da elite. Observa-se que possuem banheiro, pia de lavar o rosto e, por conseguinte água encanada, coisa rara na maioria das capitais brasileiras nos idos de 1940.

[...] a primeira hidráulica para a captação de água foi montada às margens do rio Cuiabá em 1887, no bairro do porto e depois dirigida pela empresa mato-grossense EFLA Empresa de Força, Luz e Água. [...] Mas só uma parte da população da cidade ficou beneficiada. Contudo, [...] as bicas forneciam água potável para a população que não tinha recursos para instalar em suas casas as penas de água. [...] Essas bicas ficaram conhecidas como abastecimento de água potável para os pobres (BARRETO *apud* SERILO *et al.*, 2014. p. 133).

Somente com a criação da Companhia de Saneamento do Estado de Mato Grosso - em 1970 foi que inaugurou a Estação de Tratamento de Água (ETA), para o abastecimento de água da população cuiabana. Isto significa que a maioria da população utilizava baldes e latas para levarem água, por vezes carregadas na cabeça, até suas casas – trabalho realizado, majoritariamente, por mulheres.

A segunda imagem trata de propaganda de um regulador do fluxo menstrual. A imagem infere que as mães são exemplos para as filhas e que elas devem seguir seus ensinamentos a partir de valores culturais de seu meio, suas representações de família, casamento, feminilidade e maternidade. Numa tentativa de ignorar a sucessão de gerações e a heterogeneidade que pode ocorrer durante a construção deste processo intergeracional.

## Imagem 2 - Regulador do Fluxo Menstrual

**GRANDE DESCOBERTA  
PARA A MULHER**

**FLUXO-SEDATINA**

**(O REGULADOR VIEIRA)**  
A mulher não sofrerá dores  
Allivia as cólicas uterinas em 2 horas

Emprega-se com vantagem para combater as Flôres Brancas, Cólicas Uterinas, Menstruaes e após o parto, Hemorragias e Dores nos ovarios. E' poderoso calmante e Regulador por excelencia.

FLUXO-SEDATINA, pela sua comprovada effiacia é receitada por mais de 10.000 medicos. FLUXO SEDATINA encontra-se em toda parte.

Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 27/01/1940, p. 4. Hemeroteca Digital/BN.

Ser mãe, esposa e dona de casa era considerado o destino natural das mulheres. [...] Maternidade, casamento e dedicação ao lar faziam parte da essência feminina; sem história, sem possibilidades de contestação. [...] A mulher que não seguisse seus caminhos estaria indo contra a natureza, não poderia ser realmente feliz ou fazer com que outras pessoas fossem felizes. Assim desde criança, a menina deveria ser educada para ser boa mãe e dona de casa exemplar (PINSKY, 2013, p. 609-610).

É instituída uma pedagogia materna destacando a importância do modelo da mãe virtuosa para o controle social das populações daí a ênfase aos cuidados com o corpo, com a alimentação, com o comportamento, com a educação moral, cívica e principalmente com a educação religiosa.

As duas imagens a seguir mostram moças brancas, sorridentes reforçando o valor que devem dar aos seus dentes considerados como verdadeiras joias e dignos de cuidados.

Imagem 3 - Creme Dental Kolynos



Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 05/01/1941, p. 5. Hemeroteca Digital/BN.

Imagem 4 - Creme Dental Kolynos



Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 08/11/1942, p. 2. Hemeroteca Digital/BN.

O creme dental Kolynos é um exemplo de como se dá a construção de uma marca para fazer sucesso. A marca Kolynos, uma das mais conhecidas na área de cremes dentais, surgiu nos Estados Unidos em 1908. O produto chegou ao Brasil em 1917, e mais tarde, ganhou fabricação nacional devido ao sucesso de vendas.

Foi no século 20 que os publicitários voltaram-se para a psicologia ‘profunda’ a fim de apelar ao inconsciente dos consumidores, fazendo uso das chamadas técnicas ‘subliminares’ de persuasão por associação. [...] Este é um processo de manipulação consciente por parte das agências de publicidade, seus fotógrafos e seus ‘analistas motivacionais’, no entanto é largamente inconsciente para os espectadores (BURKE, 2004, p. 116).

Mesmo inconsciente, o efeito disso é de rápida absorção, porque a imagem de um produto é construída a partir de sua associação com elementos visuais, olfativos, gustativos e táteis o que reforça estereótipos e testemunha os valores das coisas interferindo nas relações sociais, de modo que cria na sociedade uma cultura do consumo. A propaganda deste creme dental é uma das mais presentes neste jornal. Na segunda página do primeiro volume já se encontra uma propaganda desta marca.

Nas sociedades contemporâneas ocidentais ou ocidentalizadas, o consumo – especialmente o de determinados itens – é um mecanismo de integração social, no sentido de que a posse de determinados produtos e o acesso a determinados serviços tornaram-se instrumentos para a construção e reforço de identidades sociais e, em decorrência, para o reconhecimento de um indivíduo como cidadão. [...] Mais do que isso: trata-se do reconhecimento da humanidade de um indivíduo e de sua aceitação, não apenas como membro daquela comunidade, mas como um par, um igual, um ser visível, digno de respeito (TASCHNER, 2010, p. 49).

Assim como as categorias culturais, os princípios culturais se materializam em bens de consumo e esses bens, ajudam a compor um mundo culturalmente construído. As duas imagens das propagandas a seguir deixam manifestas essa situação.

Imagem 5 - Depurativo do Sangue

**DEPURE SEU SANGUE**  
**FORTELEÇA SEU ORGANISMO**

**P**ara obter uma transformação no seu estado geral, aumento de apetite, digestão fácil, cor rosada, rosto sem espinhas, corpo sem feridas nem reumatismos, melhor disposição para o trabalho e para os divertimentos, mais força nos músculos, resistência á fadiga e respiração fácil basta usar

**ELIXIR DE INHAME**  
**GOULART**

Unico depurativo tonico saboroso em cuja fórmula tri-iodada entram sais depurativos do sangue, o principio activo do inhame e o mel de abelhas.

**ELIXIR DE INHAME**  
**GOULART**  
- DEPURA - FORTALECE - ENGORDA

Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 05/01/1941, p. 3. Hemeroteca Digital/BN.

O inhame com o mel de abelhas se transforma no mais poderoso elixir depurativo do sangue e fortalecedor do organismo. Esses produtos são facilmente encontrados no dia a dia, mas por que não tem o mesmo valor “medicinal” dos encontrados nas farmácias com seus rótulos e embalagens chamativas?

Daí um dos papéis da publicidade. Ela é o meio pelo qual o significado sai do mundo culturalmente constituído e se alastra sobre os bens de consumo. O texto, em especial as manchetes, explicita aquilo que a imagem reforça. O anúncio dá instruções para ler a parte mais evidente e conduz a atenção do leitor exatamente para as propriedades significativas daquilo que se pretende destacar, ou seja, da mensagem que está nas entrelinhas disfarçada de uma aparente ingenuidade.

O mesmo elixir de inhame e mel agora é ilustrado pela imagem da família tradicional, a esposa cuidando de seu marido, dando-lhe a atenção devida. Afinal “ele não tem tempo de zelar de sua própria saúde”, visto que grandes são os cuidados que dispensa à família e ao trabalho para manter o sustento de seu lar.

### Imagem 6 - Elixir de Inhame

**SEU MARIDO TAMBEM**  
tem direito de gozar a vida!



Até agora Ele cuidou dos outros. Mas de hoje em diante deve tratar de si mesmo. O seu estado de saúde assim o exige.

Não se esqueça nunca que “A Vida Com Saúde é Outra Coisa!” e essas dores de cabeça contínuas, esse reumatismo que lhe impede os movimentos, essas feridas nas pernas e no corpo, essa “mossa” que dançam diante do seus olhos, as tonturas, o desânimo, a fraqueza geral inexplicável, a cóp severidade, a magreza, muitos outros pedecimentos que o atigem, significam sangue impuro. Sómente o Elixir de Inhame Goulart está em condições de fazer voltar seu marido ao pleno gozo de saúde.

Fruto de longos anos de estudos e experiências, o Elixir de Inhame com a sua fórmula privilegiada, na qual combinam admiravelmente na base uliodada, o arsênico, o hidrargírio, os princípios ativos de inhame e o mel de abelhas, realizará o prodígio.

Desde o primeiro vidro de Elixir de Inhame Goulart verá uma respiração mais ampla, melhor circulação do sangue, as feridas iniciarão a cicatrização, as juntas poderão movimentar-se sem dor, aumentará o apetite e o peso e sentirá novo ânimo para o trabalho e para a vida.

O sangue impuro, em geral, é a fonte de todas as doenças no homem, na mulher e na criança.

Inicie ou faça iniciar imediatamente o tratamento com o Elixir de Inhame Goulart, antes que os sinais ameaçadores que a senhora e o seu marido estão notando, se transformem em pavorosas consequências. Seis vidros constituem uma boa cura.



**ELIXIR DE INHAME**  
GOULART  
DEBURA - GOSTAVEZ - ENFERMIA

Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 11/01/1942, p. 6. Hemeroteca Digital/BN.

Observa-se a capacidade que as imagens têm de discriminar as categorias culturais como classe, *status*, gênero, idade, profissão e estilo de vida. Uma vez que esses anúncios permitem que o consumidor tome posse do significado de um bem de consumo, movendo o significado cultural de seus bens para sua vida e para aquilo que ela representa na sociedade.

A imagem da propaganda seguinte não retrata o que se passa com a grande maioria da população, haja vista que somente as famílias abastadas faziam uso do telefone naquele período e, a imagem aparenta ser algo tão

corriqueiro, ou seja, está com tosse, ou rouquidão? – Telefone para o seu médico e ele recitará um xarope que lhe trará a cura imediatamente.

Assim, o valor simbólico de um produto é determinado pelos significados sociais e culturais a ele associados, os quais permitem aos consumidores expressarem a identidade individual e social por meio da compra e uso do produto. Segundo Ravasi e Rindova (2013, p. 14), “O Valor Simbólico é criado quando uma empresa produz um objeto que carrega um conjunto de significados culturais com quais os consumidores almejam estar associados”.

### Imagem 7 - Propaganda de Xarope



Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 08/11/1942, p. 2. Hemeroteca Digital/BN.

Essas funções simbólicas, associadas igualmente à confiança que médico e paciente depositam em um produto resultante de pesquisas científicas seguramente são incentivadas pelos produtores com vistas a manter e ampliar a demanda. Em outras palavras, os medicamentos, assim como os bens de consumo em geral, vêm assumindo ao lado do ‘valor-de-uso’ e ‘valor-de-troca’, uma conotação adicional que pode ser designada, utilizando outro referencial teórico como ‘valor-simbólico’ (BARROS, 1983, p. 379).

Entre os mecanismos de propaganda mais utilizados para divulgar os medicamentos estavam os anúncios em jornais e revistas, os panfletos enviados pelos correios bem como o próprio atendimento na relação médico-paciente. Porém, tal tratamento era dispensado apenas às elites, uma vez que a grande parte da população padecia das mais diferentes moléstias como a varíola, a influenza espanhola, a tuberculose, a sífilis, a difteria, a hanseníase (mais conhecida no período como lepra), entre outras.

A última imagem recortada para esta discussão traz o ideal de beleza da mulher. Ela teria de ser branca, cabelos bem penteados, maquiagem discreta, pele bem cuidada, sorriso delicado, olhar atraente, gestos contidos e postura ilibada.

### Imagem 8 - Propaganda de Salão de Beleza



Fonte: *O Estado de Mato Grosso*, 01/01/1941, p. 4. Hemeroteca Digital/BN.

A pergunta que fica é: afinal de que mulher estaria se falando? Mulheres não são todas iguais, como enfatiza Rachel Soihet (2007) quando critica os historiadores sociais que supuseram as “mulheres” como uma categoria homogênea.

[...] eram pessoas biologicamente femininas que se moviam em papéis e contextos diferentes, mas cuja essência não se alterava. [...] A fragmentação de uma ideia universal de ‘mulheres’ por classe, raça, etnia, geração e sexualidade associava-se a diferenças políticas sérias. [...] Assim de uma postura inicial que se acreditava na possível identidade única entre as mulheres, passou-se a outra, em que se firmou a certeza na existência de múltiplas identidades. Mulheres negras, índias, mestiças, pobres, trabalhadoras, muitas delas feministas, reivindicavam uma ‘diferença’ dentro da diferença. Ou seja, a categoria ‘mulher’, que constituía uma identidade diferenciada do ‘homem’ não era suficiente para explicá-las (SOIHET, 2007, p. 286-287).

Numa visão de que todas eram iguais, as mulheres não brancas se viam excluídas da cena. Conforme Sandra Machado (2015), por meio de longos processos de aculturação e alienação de identidades, diversidades humanas acomodam-se em papéis de subalternidade de modo a normatizar a conformidade sociocultural. Nesse sentido, assegura Kabengelê Munanga (1999), a elite brasileira exalta a mistura de raças e as possibilidades de ascensão social do mestiço, como os meios que comprovam ser o Brasil um país multicultural, sem preconceitos e sem discriminação – uma verdadeira democracia racial.

O mito da democracia racial forja a crença de que a pessoa não branca não enfrenta problemas no interior da sociedade brasileira, ao passo que não existem distinções raciais e as oportunidades são iguais para todos. Esta ideia difundiu-se socialmente e se tornou senso comum, ritualmente celebrada nas relações do cotidiano e nas mídias sociais.

Os jornais, além de um meio de comunicação, ocuparam e continuam ocupando um espaço de produção, difusão de conhecimentos e um poderoso instrumento de disseminação de representações. Ao

apropriarem-se de discursos que atendiam aos interesses dos detentores do poder fizeram circular modelos e concepções de uma sociedade que atendia uma minoria privilegiada. Atuou e ainda atua como um influente veiculador de pensamentos hegemônicos e modelador de concepções de mundo, robustecendo valores sociais basilares no modelo eurocêntrico.

Considerado o principal meio de comunicação para a época, os jornais movimentaram a sociedade cuiabana. Traçaram um perfil da elite e deixou que a invisibilidade das camadas populares se perpetuasse, como se esta não tivesse importância. O quadro de redatores dos impressos cuiabanos era formado em sua maioria por membros dessa mesma elite, que buscava, pela imprensa, inculcar métodos considerados adequados.

Aplicada de maneira específica à experiência histórica latino-americana, a perspectiva eurocêntrica de conhecimento opera como um espelho que distorce o que reflete. Quer dizer, a imagem que encontramos nesse espelho não é de todo quimérica, já que possuímos tantos e tão importantes traços históricos europeus em tantos aspectos, materiais e intersubjetivos. Mas, ao mesmo tempo, somos tão profundamente distintos. Daí que quando olhamos nosso espelho eurocêntrico, a imagem que vemos seja necessariamente parcial e distorcida. Aqui a tragédia é que todos fomos conduzidos, sabendo ou não, querendo ou não, a ver e aceitar aquela imagem como nossa e como pertencente unicamente a nós. Dessa maneira seguimos sendo o que não somos (QUIJANO, 2005, p. 118).

Consideramos portanto, que quando invisibilizamos os nossos problemas, temos como resultado a sua não identificação e por não identificá-los, impossível será resolvê-los, a não ser de uma maneira paleativa. A observação de tais imagens revela a invisibilidade das mulheres não brancas, ou seja, a ocultação das mulheres negras e índias dentro de um cenário no qual sabemos que estavam presentes, inclusive em grande número. No entanto, não as enxergamos. É preciso lutar contra padrões consolidados como único e superior e, ainda, desconfiar de padrões de beleza e comportamentos, impositivos pela forma e recorrência, veiculados em mídias.

## Referências

- BARROS, José Augusto. Estratégias mercadológicas da indústria farmacêutica e o consumo de medicamentos. *Revista Saúde Pública*, v. 17, p. 377-386, 1983.
- BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Trad. Vera Maria Xavier dos Santos; revisão técnica Daniel Arão Reis Filho. Bauru: EDUSC, 2004.
- CRUZ, Paulo Divino Ribeiro da. *A influência do racismo na educação Mato-grossense na Transição do século XIX ao XX*. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Educação, Cuiabá, 2009.
- GALETTI, Lyliá da Silva Guedes. *Sertão, fronteira, Brasil: imagens de Mato Grosso no mapa da civilização*. Cuiabá: Entrelinhas; EdUFMT, 2012.
- O Estado de Mato Grosso. Anos de 1939 a 1942*. HEMEROTECA DIGITAL DA BIBLIOTECA NACIONAL. Coleção de Periódicos de Mato Grosso. Disponível em: <<http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 09 de maio de 2016.
- MACHADO, Sandra de Souza. A (sub) alteridade feminina na publicidade e propaganda: representações e estereótipos da violência. In: PARENTE, Temis; MIRANDA, Cynthia. *Arquiteturas de Gênero: questões e debates*. Palmas: Eduft, 2015.
- MARTINS, Ana Paula Vosne. “Vamos criar seu filho”: os médicos puericultores e a pedagogia materna no século XX. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 15, n. 1, p. 135-154, 2008.
- MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual – balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, v. 23, n. 45, 2003.
- MOORE, Carlos. *Racismo & Sociedade: novas bases epistemológicas para entender o racismo*. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2007.
- MUNANGA, Kabengele. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: Identidade Nacional versus Identidade Negra*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- PINSKY, Carla Bassanezi. Mulheres dos Anos Dourados. In: PRIORE, Mary Del (Org.). *História das Mulheres no Brasil*. 10 ed. São Paulo: Contexto, 2013.

- QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino americanas*. Buenos Aires: CLACSO, 2005, p. 107-130.
- RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, Mary Del (Org.). *História das Mulheres no Brasil*. 10 ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Do cabaré ao lar: a utopia da cidade disciplinar - Brasil 1890-1930*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- RAVASI, Davide; RINDOVA, Violina. Criação de Valor Simbólico. *RIGS - Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 2 n. 2, 2013.
- SCHOAT, Ella; STAM, Robert. De eurocentrismo ao policentrismo. In: \_\_\_\_\_. *Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representações*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- SCHWARCZ, Lília Moritz. *O Espetáculo das Raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil (1870-1930)*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1993.
- SOIHET, Rachel. PEDRO, Joana Maria. A emergência da pesquisa da História das Mulheres e das Relações de Gênero. *Revista Brasileira de História*, v. 27, n. 54, p. 281-300, 2007.
- SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. Trad. Christiane Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. New York: Columbia University Press, 1989.
- SKIDMORE, Thomas. *Preto no Branco, raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- SERILO, Daviany Farinelli; VALENTINI, Carla Maria Abido; FARIA, Rozilaine Aparecida Pelegrine Gomes de. O saneamento básico de Cuiabá-MT na memória dos idosos em um bairro histórico da capital. *Biodiversidade*, v. 13, n. 1, 2014.
- TASCHNER, Gisela. Cultura do consumo, cidadania e movimentos sociais. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 46, n. 1, p. 47-52, 2010.
- VARGAS, Getúlio. *A Nova Política do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1938. v. 5.