

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

Mariane Moreira da Silva

**A invenção do Dia do Papai: representações de paternidade
no jornal *O Globo* (1964- 1974)**

Porto Alegre
2022

Mariane Moreira da Silva

**A invenção do Dia do Papai: representações de paternidade
no jornal *O Globo* (1964- 1974)**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado ao Departamento de História do
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Licenciatura em História.

Orientador Prof. Dr. Vanderlei Machado

Porto Alegre
2022

Mariane Moreira da Silva

**A invenção do Dia do Papai: representações de paternidade
no jornal *O Globo* (1964- 1974)**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado ao Departamento de História do
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Licenciatura em História.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Vanderlei Machado - Orientador

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Doutoranda Luísa Dornelles Briggmann

Universidade Federal de Santa Catarina – Doutoranda PPGH

Prof^a. Dra. Carla Simone Rodeghero

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente ao meu orientador, Prof. Vanderlei Machado, que gentilmente me acolheu e aceitou me orientar neste TCC. Seu incentivo, apoio e ensinamentos foram indispensáveis para a realização desta pesquisa, me auxiliando inclusive com o empréstimo de livros, em um momento em que as bibliotecas se encontravam fechadas por conta da pandemia de Covid-19.

Agradeço também às professoras Carla Simone Rodeghero e Luísa Dornelles Briggmann, que gentilmente aceitaram o convite para formar a banca avaliadora deste trabalho e cujas sugestões e apontamentos contribuíram muito para este trabalho.

Agradeço aos meus pais pelo apoio e incentivo ao longo do curso. Agradeço também aos amigos e familiares, em especial, à Alanna e, sobretudo, ao James, que acompanhou o desenvolvimento e escrita desta pesquisa, contribuindo com leituras atentas, sugestões, bem como pelo incentivo e companheirismo.

Finalmente, agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a todos aqueles que fazem dela uma universidade pública, gratuita e de qualidade.

RESUMO

Nesta pesquisa buscamos analisar as representações de paternidade divulgadas através de anúncios publicitários e reportagens alusivas ao “Dia do Papai” veiculados pelo jornal *O Globo*, entre os anos 1964 e 1974. Para tanto, nos apoiamos teoricamente no conceito de representação, na categoria gênero de análise histórica, nos estudos de masculinidades e paternidade. As fontes analisadas faziam circular um ideal de paternidade que valorizava o homem trabalhador e provedor da família. Além de buscar analisar os valores, as ideias e as representações ligados a um modelo hegemônico de paternidade, buscaremos perceber se as representações sobre o genitor veiculadas pelo jornal *O Globo* encontravam ressonância com o modelo de família defendido pelos governos militares e seus apoiadores civis.

Palavras-chave: Paternidade, representações, imprensa

RESUMEN

En esta investigación buscamos analizar las representaciones de la paternidad difundidas a través de anuncios y reportajes alusivos al "Día de los Padres" publicados por el periódico *O Globo*, entre los años 1964 y 1974. Para ello, nos apoyamos teóricamente en el concepto de representación, en la categoría género de análisis histórica, en los estudios de masculinidades y paternidad. Las fuentes analizadas hacían circular un ideal de paternidad que valoraba al hombre trabajador y proveedor de la familia. Además de buscar analizar los valores, ideas y representaciones vinculadas a un modelo hegemónico de paternidad, buscaremos comprender si las representaciones de paternidad publicadas por el periódico *O Globo* encontraban resonancia con el modelo de familia defendido por los gobiernos militares y sus partidarios civiles.

Palabras-clave: Paternidad, representaciones, prensa

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO 1: <i>O GLOBO</i> E A INVENÇÃO DO DIA DO PAPAÍ.....	20
1.1. O jornal <i>O Globo</i> e a sua relação com a ditadura militar.....	20
1.2. O Dia do Papai nas páginas do jornal <i>O Globo</i> (1969-1974).....	25
CAPÍTULO 2: REPRESENTAÇÕES DE PATERNIDADE NAS PÁGINAS DO JORNAL <i>O GLOBO</i> (1964-1974).....	40
2.1 O pai trabalhador, provedor, chefe de família, exemplo e amigo dos filhos.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
FONTES.....	68
REFERÊNCIAS.....	69

INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por objetivo analisar as representações de paternidade divulgadas através de anúncios publicitários e reportagens alusivas ao “Dia do Papai” veiculados pelo jornal *O Globo*, entre os anos 1964 e 1974.

O recorte temporal escolhido corresponde aos primeiros dez anos da ditadura militar. Esta década, compreendida entre os anos de 1964-1974, teve início com o golpe civil-militar que tirou do poder um presidente eleito democraticamente. Após o golpe de 1964, o país vivenciou uma forte repressão aos simpatizantes do governo deposto, entre os quais membros de sindicatos e movimentos sociais. Ainda dentro do nosso recorte temporal, destaca-se o ano de 1968 que foi marcado por grandes manifestações organizadas pelo movimento estudantil. No final daquele ano, em dezembro de 1968, foi publicado o Ato Institucional n.5, AI5, que retirou da sociedade vários direitos e concedeu mais poderes para o governo perseguir todas as formas de oposição.

A consequência mais grave do Ato Institucional n. 5, segundo Maria Helena Moreira Alves, foi a abertura do caminho para a utilização descontrolada do Aparato Repressivo do Estado de Segurança Nacional. A violência associada ao AI-5, continua Alves, “convenceu muitas pessoas de que a ditadura estava àquela altura tão firmemente implantada que só poderia ser derrubada pela força das armas. Este foi o argumento final para a adesão de muitos membros da classe média à luta armada” (ALVES, 2005, p. 173).

Entre 1969 e 1974 vários grupos clandestinos de esquerda, que atuavam nas cidades e no campo, que haviam feito a opção pela luta armada ou não, foram desmantelados pelas forças de repressão e muitos de seus/suas militantes foram presos/as, torturados/as, mortos/as e desaparecidos/as (RODEGHERO, *et. al.* 2013).

A escolha de *O Globo* como fonte histórica se deu em razão ter sido este jornal o idealizador da data comemorativa ao Dia do Papai no Brasil. Como a historiografia tem demonstrado¹, o jornal *O Globo* apoiou abertamente o golpe de 1964 e os governos militares

¹Ver: MOTTA, Rodrigo Patto Sá. A Ditadura nas representações verbais e visuais da grande imprensa (1964-69). *Topoi*, v. 14, p. 62-85, 2013; NAPOLITANO, Marcos. A imprensa e a construção da memória do regime militar

que se seguiram até 1985. Nesse sentido, buscaremos perceber se as representações de paternidade veiculadas por *O Globo*, além de buscar instruir o exercício da paternidade, apresentavam relação com os valores políticos e ideológicos defendidos pelo regime.

A paternidade, como nos lembra Vanderlei Machado, vem sendo objeto de estudos em várias áreas do conhecimento, como antropologia, sociologia, saúde pública, direito e psicologia. Apesar disso, percebe-se ainda uma lacuna de estudos sobre esse tema na área da História, notadamente, no período em tela, justificando-se assim a realização desta pesquisa. Alguns estudos têm buscado perceber a maneira como pais e mães de militantes presos, torturados e mortos pela repressão atuaram no sentido de auxiliar seus filhos e filhas que militavam em grupos clandestinos de esquerda (MACHADO, 2013).

Ademais, em consulta realizada em sites contendo bancos digitais de teses e dissertações, bem como consulta à plataforma *Scientific Eletronic Library Online* (SciELO) e o Portal de Periódicos da Capes não foram encontrados trabalhos acadêmicos abordando a invenção do Dia dos Pais, nem analisando a criação do Dia das Mães, embora existam muitos trabalhos acadêmicos sobre maternidade².

O interesse pelo presente tema surgiu da participação como bolsista voluntária na pesquisa intitulada *Gênero e paternidade entre militantes que combateram a ditadura no Brasil, 1969-1974*.³ Esta pesquisa tem como objetivo analisar as representações de gênero e de paternidade presentes em relatos de memória de ex-militantes de esquerda. Busca também avaliar até que ponto esses relatos de memórias nos informam sobre os limites, as possibilidades e a legitimidade da atuação paterna diante da prisão, tortura, morte e desaparecimento de seus filhos e filhas.

brasileiro (1965-1985). *Estudos Ibero-Americanos*, v. 43, p. 346-366, 2017, entre outros.

² Os sites de buscas contendo bancos digitais de teses e dissertações pesquisados foram o Lume Repositório Digital da UFRGS (<https://lume.ufrgs.br/>), a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da PUCRS (<http://tede2.pucrs.br/tede2/>) e a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (<https://www.teses.usp.br/>). A busca foi realizada no dia 04 de março de 2022. Também foram consultadas a plataforma SciELO (<http://scielo.org>) e o Portal de Periódicos da Capes (<https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php?>). Com relação aos estudos sobre maternidade, pode-se citar, por exemplo, os estudos de: BADINTER, Elisabeth. *Um Amor Conquistado: o Mito do Amor Materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985; FREIRE, Maria Martha de Luna. *Mulheres, mães e médicos: discurso maternalista no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

³ Pesquisa coordenada pelo professor Vanderlei Machado, do Colégio de Aplicação da UFRGS.

Nas edições do jornal *O Globo*, publicadas entre os anos 1964 e 1974, nosso objetivo inicial era analisar as reportagens e anúncios publicitários sobre o Dia do Papai veiculados nos meses de julho e agosto. Porém, no desenvolver da pesquisa percebemos que a maioria das matérias e reclames comerciais com a temática do Dia do Papai se concentrava nas duas primeiras semanas do mês de agosto. Desse modo, passamos a concentrar nossa análise nas edições publicadas na primeira quinzena de agosto. Além disso, em função das limitações de tempo para a realização de uma pesquisa no âmbito de um trabalho de conclusão de curso de graduação, optamos por concentrar nossas análises nos anos de 1964, 1965, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972 e 1974. Ficando, portanto, os demais anos para um trabalho posterior.

Feitos estes recortes, o procedimento de trabalho adotado foi a leitura e fichamento dos anúncios e reportagens que versassem sobre a temática do Dia do Papai. A pesquisa com os jornais foi realizada mediante acesso ao site⁴ do *Acervo O Globo*, que contém um banco de dados digital com todas as edições do jornal *O Globo*, disponível para acesso mediante assinatura. Optou-se por essa forma de acesso aos jornais, pois durante o período de pesquisa, o site da Biblioteca Nacional (Hemeroteca Digital Brasileira - <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>) se encontrava indisponível, impossibilitando o acesso ao seu banco de dados de jornais.

O conceito de representação, a categoria gênero de análise histórica e as noções de masculinidade hegemônica e paternidade são centrais no presente estudo. Sendo as representações de paternidade divulgadas pelo jornal *O Globo* o objeto central desta pesquisa, faz-se necessário conceitualizar inicialmente o conceito de representação. Para tanto, baseamo-nos no trabalho da historiadora Sandra Pesavento, que afirma que as representações são “matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade” (PESAVENTO, 2003, p. 39).

Conforme a autora, o conceito de representação foi incorporado por historiadoras/es a partir das formulações de Marcel Mauss e Émile Durkheim. No início do século XX, estes autores estudaram os chamados “povos primitivos” contemporâneos aos seus estudos, focando-se sobre as formas integradoras da vida social. Essas formas integradoras mantinham

⁴ Site Acervo *O Globo* - <https://acervo.oglobo.globo.com/>

a coesão dos grupos e propunham representações do mundo, expressas por normas, instituições, discursos, imagens e ritos.

A autora, contudo, alerta: “a representação não é uma cópia do real, sua imagem perfeita, espécie de reflexo, mas uma construção feita a partir dele” (PESAVENTO, 2003, p. 40). Assim, através das fontes, escritas e imagéticas, o historiador acessa representações de fatos acontecidos e não o real acontecido (PESAVENTO, 2003).

Segundo Roger Chartier (1990), as representações do mundo social aspiram universalidade, mas são sempre determinadas pelos interesses dos grupos que as forjam, por isso, faz-se necessário relacionar os discursos proferidos com a posição de quem os utiliza. O autor ressalta ainda que:

As percepções do social não são de forma alguma discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. Por isso esta investigação sobre as representações supõe-nas como estando sempre colocadas num campo de concorrência e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação. As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, sua concepção do mundo social, os valores que são seus, e seu domínio (CHARTIER, 1990, p. 17).

A imprensa, no caso do presente estudo, o jornal *O Globo*, fez circular uma série de representações sobre a paternidade no período em tela. Inês Hennigen e Neuza Guareschi (2002) explicam que devido à presença maciça da mídia em nossas vidas, a mesma exerce um papel decisivo no processo de construção das identidades, de maneira que

A mídia tem sido considerada um lugar privilegiado de circulação de discursos em nossa sociedade, logo, importante para as construções identitárias. [...] pois pensamos que espectadores e espectadoras, no processo de recepção, fazem suas próprias articulações a partir da totalidade de um produto midiático, posição que rompe com a concepção de mídia como instrumento de dominação (HENNIGEN; GUARESCHI, 2002, p. 45-46).

Segundo as autoras, a mídia apresenta um caráter pedagógico, produz conceitos sobre o social, indica formas de agir, pensar e perceber o mundo. Logo, a mídia exerce influência

sobre a construção da identidade paterna. A paternidade, assim, de acordo com Hennigen e Guareschi,

é uma experiência humana profundamente implicada com propósitos sociais e institucionais que a legitima, ou seja, uma construção que deve ser compreendida face ao contexto sócio-cultural de um tempo. Como as identidades são construídas culturalmente, a mídia desponta, em nosso tempo, como um lugar privilegiado de circulação de discursos, tornando-se fonte de referências identitárias (HENNIGEN; GUARESCHI, 2002, p. 54-55).

Ao investigar como a mídia especializada abordara a temática do pai e o exercício paternidade, tendo em vista o campo da Psicologia do Desenvolvimento, Isabella Goulart Bittencourt *et. al.* (2015) afirma que é possível investigar a paternidade de diferentes maneiras, seja pela observação direta, por questionários, por entrevistas, pela coleta de informações fornecidas por outras pessoas (como a mãe, por exemplo) e também por documentos de veiculação pública como jornais e revistas de divulgação sobre o tema da família. Portanto, conforme Bittencourt *et. al.*,

pesquisar o que é publicado em mídias de divulgação, canal importante de comunicação entre o conhecimento e o seu público leitor, permite entender quais são as concepções vigentes sobre determinado tema. Nesse sentido, muitas vezes as reportagens trazem informações sobre o cotidiano do leitor e explicações sobre como é a realidade onde ele vive. Além disso, o público que consome essas mídias de divulgação é considerável, como pode ser constatado pelo volume de exemplares que são comercializados. Portanto, pode se considerar as revistas como uma importante fonte de informação sobre o fenômeno a ser estudado (BITTENCOURT *et. al.*, 2015, p.691).

Segundo Vanderlei Machado (2007, p.51), o uso de anúncios publicitários como fonte na pesquisa histórica é recente e “tem sido amplamente empregado nos estudos de gênero para perceber as representações acerca do corpo e dos papéis femininos”, contudo, ainda são pouco explorados em pesquisas que buscam evidenciar as construções sociais acerca das masculinidades. Conforme o antropólogo Everardo P. Guimarães Rocha,

a produção publicitária tem como projeto influenciar, aumentar o consumo, transformar hábitos, educar e informar. Além disso, o discurso publicitário

hierarquiza e classifica produtos e grupos sociais. Em cada anúncio vendem-se estilos de vida, sensações, emoções, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação, hierarquia em quantidades significativamente maiores que os produtos anunciados (ROCHA, *apud* MACHADO, 2007, p. 51).

Com relação ao uso da imprensa na pesquisa histórica, Tania Regina de Luca (2005, p. 130) afirma que “o seu uso generalizou-se a ponto de se tornar um dos traços distintivos da produção acadêmica brasileira a partir de 1985”. Segundo Tania de Luca (2005, p.139), “a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público”. Contudo, tal fato não implica em limitação ao uso de jornais na pesquisa histórica, posto que o historiador, já dispõe de ferramentas para a problematização da fonte, ademais compreendemos conforme nos aponta Vanderlei Machado que

as fontes empregadas pelo historiador portam representações de uma época e não a sua essência, de tal modo que podem ser tomadas como fragmentos, pistas que podem ser montadas, escondidas, destacadas, conforme os questionamentos que o historiador faz ao passado e que somente têm sentido no presente (MACHADO, 2007b, p.38).

Ao trabalhar com jornais, o pesquisador deve compreender, conforme apontado por Tania de Luca, que

jornais e revistas não são, no mais das vezes, obras solitárias, mas empreendimentos que reúnem um conjunto de indivíduos, o que os torna projetos coletivos, por agregarem pessoas em torno de idéias, crenças e valores que se pretende difundir a partir da palavra escrita (LUCA, 2005, p.140).

Portanto, a análise da imprensa deve levar em conta não só o conteúdo presente nas páginas dos impressos, como também “identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial”, bem como “inquirir sobre suas ligações cotidianas com diferentes poderes e interesses financeiros” (LUCA, 2005, p.140).

Em relação ao uso da publicidade na pesquisa histórica, a pesquisadora Anna Cristina Figueiredo reconhece sua importância por ela ser uma “fonte rica de imagens, valores, ideias, representações, sonhos e anseios”, bem como em função de que a “publicidade esteve, desde o início de suas atividades no Brasil, voltada para as camadas médias urbanas” (FIGUEIREDO, 1998, p. 18-19). No entanto, Figueiredo pondera que reconhecer a relevância e influência da publicidade na sociedade e para a pesquisa histórica não significa compreendê-la como

mero *espelho* da sociedade, refletindo mecanicamente a “realidade” social [...] ao contrário, a publicidade apresenta uma dinâmica, se produz como prática social e, por conseguinte, também age sobre a sociedade influenciando-a. Por outro, a publicidade também não tem a capacidade que muitos autores lhe atribuem de homogeneizar e de manipular ilimitadamente a sociedade (FIGUEIREDO, 1998, p. 21).

Cabe ressaltar também que, conforme Figueiredo, “a publicidade não tem a função, e muito menos a pretensão, de criar valores, ideias ou imagens absolutamente inéditas na sociedade.” Como técnica de venda, continua a autora, a publicidade

objetiva sobretudo acelerar as metamorfoses do capital, que se finalizam no consumo [...], e não se pode dar ao luxo de despendar tempo e dinheiro na tarefa de produzir e inculcar no público disposições que contrariem substancialmente as tendências preexistentes no mercado. [...] Justamente para evitar uma tal situação, a publicidade lança mão de imagens e valores já presentes na cultura, mesmo que em estado latente ou dormente. Nesse sentido, o que a publicidade faz é apropriar-se dessas imagens e valores, e adaptá-los às suas necessidades comerciais, reforçando-os ou atribuindo-lhes novo significado (FIGUEIREDO, 1998, p. 19).

Destaca-se do excerto acima a afirmação de que a publicidade não busca imprimir “disposições que contrariem substancialmente as tendências preexistentes no mercado”, ou seja, na sociedade. Acrescenta-se também o fato que a “publicidade lança mão de imagens e valores já presentes na cultura”. Por fim, segundo Anna Cristina Figueiredo,

as mensagens publicitárias dos anos 50 e 60 eram desenvolvidas para atingir as camadas médias, as imagens, ideias e valores com os quais foram construídas emergiam do próprio imaginário daquelas mesmas camadas, embora não fossem exclusivos dela (FIGUEIREDO, 1998, p. 20).

Ou seja, era para um público urbano, oriundo “das camadas médias” da sociedade que as imagens divulgadas pela publicidade se dirigiam. Deste modo, ao estudarmos as representações de paternidade divulgadas através de reportagens e anúncios publicitários sobre o Dia do Papai, divulgadas através das páginas do jornal *O Globo*, buscaremos demonstrar e analisar os valores, ideias e representações ligados a um modelo hegemônico de paternidade. As fontes analisadas faziam circular um ideal de paternidade que valorizava o homem trabalhador, provedor e chefe da família, em consonância com os valores tradicionais e o modelo de família defendido e valorizado pelos setores mais conservadores da sociedade deste período, incluindo o jornal *O Globo*, os governos militares e seus apoiadores civis.

Optamos, neste estudo, em centrar nossas análises na construção cultural da paternidade. Esta escolha se deve, sobretudo, ao tempo que dispomos para realizar a presente pesquisa. Para tanto, um conceito relevante para esta pesquisa é a categoria gênero de análise histórica, que segundo Joan Scott, enfatiza a dimensão relacional nas análises, de maneira que

o termo “gênero” torna-se uma forma de indicar “construções culturais” - a criação inteiramente social de ideias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres. Trata-se de uma forma de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e de mulheres (SCOTT, 1995, p.75).

Em decorrência do desenvolvimento dos estudos de gênero, os temas masculinidades e paternidade surgem como objeto de estudo a partir das décadas de 1970 e 1980, no contexto das transformações e questionamentos provocados pelo movimento feminista (DRAGO; MENANDRO, 2014; MACHADO, 2012; PAMPLONA; BARROS, 2021). Nesse sentido, “passa-se a demonstrar que a masculinidade é uma construção social e que nos mais variados contextos históricos e culturais ela é percebida e vivenciada de forma diferenciada” (MACHADO, 2012, p. 9).

Ao abordar o tema das masculinidades, Michael Kimmel afirma que

Em primeiro lugar, pressuponho que entendemos que as masculinidades são socialmente construídas, e não uma propriedade de algum tipo de essência eterna, nem mítica, tampouco biológica. Pressuponho que masculinidades

(1) variam de cultura a cultura, (2) variam em qualquer cultura no transcorrer de um certo período de tempo, (3) variam em qualquer cultura através de um conjunto de outras variáveis, outros lugares potenciais de identidade e (4) variam no decorrer da vida de qualquer homem individual (KIMMEL, 1998, p. 105).

Segundo este autor, devemos falar em masculinidades no plural, e não “como se fosse uma essência constante e universal, mas sim como um conjunto de significados e comportamentos fluidos e em constante mudança” (KIMMEL, 1998, p. 106). Além disso, Kimmel (1998, p.105) aponta a existência de um ideal hegemônico de masculinidade, que fora construído de maneira relacional, em oposição “a ‘outros’ cuja masculinidade era assim problematizada e desvalorizada”.

Esse modelo hegemônico é um modelo ideal que poucos homens conseguem alcançar. De acordo com a pesquisadora Ana Paula Sefton,

La mayoría de los hombres se esfuerzan constantemente para “alcanzar” o mantenerse en aquello que es considerado como el ideal de masculinidad [...]. En el caso de la cultura occidental y, específicamente, en la cultura brasileña, el hombre blanco, cristiano, de clase media, heterosexual, bien acomodado profesionalmente, “capaz” de ser el sostenedor de una familia; un hombre que demuestre seguridad, protección y confianza es vehiculado sistemáticamente como “modelo” social (SEFTON, 2006, p. 38).

Assim como as masculinidades, a paternidade passa a ser compreendida como construção social (HENNIGEN; GUARESCHI, 2002). Segundo o modelo de paternidade valorizado ao longo do século XX, ao pai é atribuído o papel de chefe e provedor da família, ao passo que à mãe deveria cuidar dos filhos e do lar (MACHADO, 2007; DRAGO; MENANDRO, 2014; AREND, 2018.). Tais modelos de paternidade e maternidade são influenciados pelos estereótipos de gênero, de maneira que são atribuídos aos homens e às mulheres atributos considerados adequados socialmente a cada gênero (SCOTT, 1995; MACHADO, 2013; BOTTON, 2015.). Dessa maneira,

a heterogeneidade dos sexos passa a comandar destinos e direitos diferentes. Dentro dessa perspectiva, achava-se a mulher, fortalecida com seu poder de gerar, reinando como senhora absoluta no lar, orientando a educação dos filhos e sendo constrangida pela lei moral que decide sobre os bons costumes. Pertence ao homem o resto do mundo: incumbido da produção, da

criação e da política, a esfera pública é seu elemento natural (BADINTER, 1993, p. 9 *apud* MACHADO, 2007, p. 6-7).

Ao analisar as representações de masculinidade na imprensa de Florianópolis na primeira metade do século XX, Machado afirma que “o modelo então valorizado socialmente dizia respeito ao homem trabalhador, branco, cumpridor de suas obrigações e provedor da família” (MACHADO, 2007 *apud* MACHADO, 2012: 10). Nesse contexto,

ao homem cabia a esfera pública enquanto que as mulheres deveriam ser constrangidas ao espaço privado, do lar. Ao pai ficava assegurado o direito de aplicar a “justiça” dentro de casa, quando chegava do trabalho. A mãe deveria ficar encarregada do cuidado do lar, da educação dos filhos e de nutrir a criança com seu “amor materno” (MACHADO, 2012, p. 10).

Rosely Gomes Costa (2002) e Vanderlei Machado (2012) apontam que a paternidade se apresenta como um aspecto relevante da masculinidade. Nesse sentido, ao pesquisar sobre as representações masculinas da paternidade, Costa constatou que

a paternidade mostrou-se concebida como fundamental para uma determinada masculinidade, a dos casados, uma vez que a dos solteiros pode fundamentar-se na sua falta de responsabilidades, liberdade sexual e acesso a várias mulheres. Assim, o casamento (heterossexual e monogâmico) recria a noção de masculinidade ao incorporar a paternidade, com suas conseqüentes responsabilidades (COSTA, 2002, p.341).

As mudanças sociais ocorridas a partir da segunda metade do século XX, propiciadas pela emancipação feminina e a crítica do movimento feminista em relação às hierarquias de gênero, impactaram nos modelos familiares, bem como as representações de paternidade e maternidade. Assim, segundo Henninge e Guareschi,

o Feminismo, ao questionar as posições femininas e masculinas e as relações de gênero, contribuiu para desestabilizar a representação “tradicional” da masculinidade e da paternidade, possibilitando a circulação de novas significações e incentivando a busca de novas compreensões sobre a constituição subjetiva (HENNINGE; GUARESCHI, 2002, p 45).

A partir dos anos 1980, na esteira dos estudos de gênero, vemos surgir com mais nitidez trabalhos acadêmicos que problematizam as masculinidades enquanto construções culturais. Muitos desses estudos preconizam a emergência do que se passou a denominar como o “novo pai”.⁵ Nesta maneira de vivenciar a paternidade o pai deveria ter uma maior participação no cuidado com os filhos, buscando uma igualdade na divisão de tarefas entre homens e mulheres. Elisabeth Badinter (1985, p. 263) aponta que “talvez se deva até falar de uma ‘revolução da mentalidade masculina’. O novo pai deveria participar da gravidez de sua mulher, compartilha as alegrias do nascimento e as tarefas diárias da maternagem, outrora reservadas à mãe”. A autora acrescenta ainda que “depois de séculos de autoridade e de ausência do pai, parece surgir um novo conceito, o ‘amor paterno’, semelhante em tudo e por tudo ao amor materno” (BADINTER, 1985, p. 265).

O fato do “novo pai” ser associado a um maior envolvimento afetivo com os filhos e filhas desde a gestação não implicou em um questionamento da figura do pai enquanto provedor da família (HENNIGEN; GUARESCHI, 2002, BUSTAMANTE & TRAD, 2005; SEFTON, 2006; DRAGO; MENANDRO, 2014; BITTENCOURT, et. al. 2015; LHULIER; VISENTIN, 2019). Nesse sentido, a pesquisadora Rosely Gomes Costa afirma que

mesmo que os entrevistados reivindicuem dimensões femininas na masculinidade, como cuidar de crianças ou executar determinadas tarefas domésticas, o trabalho remunerado e o sustento dos filhos continuam sendo tomados como prerrogativas normativas masculinas. Assim, a masculinidade pode comportar dimensões da feminilidade na paternidade, como cuidar dos filhos; mas não comporta o pai não ser provedor (COSTA, 2002, p. 345).

⁵Como vimos, estudos sobre masculinidades surgem na década de 1970, intensificando-se na década de 1980. De acordo com as autoras Hennigen e Guareschi (2002, p. 53), os “estudos sobre a paternidade surgem como um campo particular e investigam a participação mais efetiva do homem no cotidiano familiar, mais especificamente no cuidado com os filhos/as”, caracterizando este homem como o “novo pai”, em contraponto à denominada paternidade “tradicional”. Sobre a emergência do novo pai ver: BADINTER, 1985, HENNIGEN; GUARESCHI, 2002, BUSTAMANTE & TRAD, 2005; SEFTON, 2006; DRAGO; MENANDRO, 2014; BITTENCOURT, et. al. 2015; LHULIER; VISENTIN, 2019.

Assim, apoiando-nos na categoria gênero de análise histórica, no conceito de representação, bem como nos estudos de paternidade e masculinidades, buscamos analisar as representações de paternidade divulgadas através das reportagens e anúncios publicitários alusivos ao “Dia do Papai” veiculados pelo jornal *O Globo*, entre os anos 1964 e 1974. Para tanto, dividimos este trabalho em dois capítulos. No capítulo 1, historicizaremos a criação do Dia do Papai no Brasil, através das páginas do jornal *O Globo*, analisando como este periódico narrou a criação do Dia do Papai ao longo do tempo delimitado nesta pesquisa, bem como seu objetivo ao criar a comemoração no Brasil. Por fim, no capítulo 2, buscamos compreender a construção e divulgação de um modelo de paternidade pelo jornal *O Globo*, por meio da descrição e análise das reportagens e reclames publicados no próprio periódico na quinzena do mês de agosto que antecedia a comemoração do “Dia do Papai”, entre os anos de 1964 a 1974.

CAPÍTULO 1: O GLOBO E A INVENÇÃO DO DIA DO PAPAÍ

Neste capítulo, buscaremos historicizar a invenção do Dia do Papai no Brasil através das páginas do jornal *O Globo*, utilizando-nos para tanto das reportagens que tratam dessa efeméride, publicadas no próprio periódico no período compreendido entre 1964 e 1974. Para melhor entender como se deu a invenção do Dia do Papai, optamos por analisar também algumas reportagens publicadas na véspera da primeira comemoração do Dia do Papai em 1953.

Assim, neste capítulo, buscamos descrever e analisar como o jornal *O Globo* foi narrando ao longo do período de tempo por nós selecionado a história da criação do Dia do Papai e seus objetivos ao instituir e divulgar uma data comemorativa relacionada à figura paterna.

Primeiramente, com o objetivo de melhor conhecer e historicizar nossa fonte de pesquisa, apresentaremos um levantamento bibliográfico sobre a história do jornal *O Globo*, buscando compreender sua relação com a ditadura militar que vigorou no Brasil entre 1964 e 1985.

1.1. O jornal *O Globo* e a sua relação com a ditadura militar

Buscando descrever e analisar as representações de paternidade veiculadas pelo jornal *O Globo*, através das campanhas publicitárias que divulgavam o Dia do Papai, acreditamos ser importante conhecer a história desse importante veículo de imprensa que tem tido uma atuação destacada nos acontecimentos políticos e culturais que marcaram o país ao longo do século XX e neste início do século XXI.

O jornal *O Globo* surgiu em 29 de julho de 1925, fundado por Irineu Marinho no Rio de Janeiro, então capital da República. No dia do lançamento, o jornal teve duas edições alcançando a tiragem de 33.435 exemplares. Roberto Marinho, primogênito de Irineu Marinho, assumiu o controle do jornal a partir de 1931, permanecendo no cargo de diretor-redator-chefe do jornal até seu falecimento, em 2003.

Segundo Talita Souza Magnolo e Aline Andrade Pereira (2016, p.6), “na década de 1950, *O Globo* atingiu a surpreendente marca de 100 mil exemplares e era apontado como o maior jornal vespertino carioca. Além do jornal, as Organizações Globo contavam com a emissora Rádio Globo do Rio de Janeiro, fundada em 1944, com foco no jornalismo”.

No cenário político dos anos 1950, o jornal *O Globo* posicionou-se contrário ao governo Vargas, publicando frequentes críticas e evitando divulgar as ações do seu governo, fato que levaria Getúlio Vargas a apoiar Samuel Wainer na criação do jornal Última Hora.⁶ Segundo Ferreira e Mesquita (2001, p. 6 *apud* COSTA, 2014, p. 128), “na crise de agosto de 1954, *O Globo* deu ampla cobertura aos fatos relacionados ao atentado da Rua Toneleros contra o jornalista Carlos Lacerda, adversário de Getúlio, e, após o suicídio do presidente, sua sede foi apedrejada por populares”.

Nas eleições presidenciais de 1955, *O Globo* também foi contrário às candidaturas de Juscelino Kubitschek e João Goulart, apoiando os candidatos Juarez Távora e Milton Campos (UDN). Segundo Edwaldo Costa (2014, p. 131), o jornal chegou, inclusive, a publicar uma carta falsa do deputado argentino Antonio Brandi destinada a Jango, como uma prova definitiva de que o vice-presidente pretendia implantar uma república sindicalista no Brasil. A correspondência também falava em contrabando de armas.

Com a vitória eleitoral de Kubitschek e Goulart, *O Globo* manteve-se na oposição ao governo de Juscelino Kubitschek, lançando duras críticas à construção da nova capital federal, em Brasília, que era apontada pelo jornal como a causa dos altos índices de inflação do período (COSTA, 2014; MAGNOLO; PEREIRA, 2016).

No pleito de 1961, *O Globo* a princípio foi favorável à eleição de Jânio Quadros, contudo, em seguida, passou a opor-se à sua política externa. Após a renúncia de Jânio, os

⁶ O jornal Última Hora, criado por Samuel Wainer, foi lançado no dia 12 de julho de 1951, no Rio de Janeiro. Em 1952 uma filial do jornal foi inaugurada em São Paulo. Sucursais foram abertas em Belo Horizonte, Recife, Curitiba e Porto Alegre (na capital gaúcha o jornal circulou entre 1969 e 1964). Até o Golpe Militar de 1964, Samuel Wainer havia conseguido estruturar um verdadeiro império jornalístico, com várias edições regionais do seu jornal. Samuel Wainer foi perseguido pela ditadura e em 1972 viu-se obrigado a vender a edição do Última Hora. Sobre a história do jornal Última Hora, ver: HOHLFELDT, Antonio; BUCKUP, Carolina. *Última Hora: populismo nacionalista nas páginas de um jornal*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002; WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

jornalistas de *O Globo* inicialmente pareciam tolerantes com seu sucessor, João Goulart do PTB. Foi no governo de Jango, inclusive, que Roberto Marinho ganhou sua segunda concessão de TV, a Globo de São Paulo. Alguns meses depois, o jornal passou a trabalhar para tirar Jango da presidência (COSTA, 2014, p. 134).

O Globo, assim como outros jornais da grande imprensa da época (Jornal do Brasil, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo), posicionou-se favoravelmente ao golpe militar de 1964, comemorando a derrota de João Goulart (MOTTA, 2013; NAPOLITANO, 2017). Segundo Rodrigo Motta (2013), em sua maioria, os jornais perfilavam com a ala “liberal” dos apoiadores de 1964, que temperavam seu amor pela liberdade com notável transigência a intervenções autoritárias para defesa do *status quo*. Por isso, “as relações da imprensa com o regime militar foram marcadas por complexidades e ambiguidades, variando entre o apoio entusiástico e a crítica, situação semelhante, aliás, à que viveram outros setores da sociedade” (MOTTA, 2013, p. 63).

No dia 02 de abril de 1964, a manchete de *O Globo* exibia: Fugiu Goulart e a democracia está sendo restabelecida – Empossado Mazzilli na Presidência. Assim, de acordo com Talita Magnolo e Aline Pereira (2016, p. 11), a manchete deixava nítida “a intenção do jornal de exaltar o golpe militar e também atingir a figura do presidente deposto, dando ênfase ainda, a um possível ato de covardia quando usava a palavra ‘fugiu’”.

Rodrigo Motta aponta que os editoriais do jornal *O Globo* eram bastante engajados em favor da “revolução”, que o jornal gostava de adjetivar como “democrática”. Mobilizado para ganhar a opinião pública em favor do novo regime, *O Globo* usou (e abusou) da estratégia de publicar matérias de tom alarmista que comprovariam os “crimes atribuídos ao regime deposto, a saber, o envolvimento com o comunismo, notadamente o internacional, e os vínculos com a corrupção” (MOTTA, 2013, p. 73).

Em pesquisa sobre o posicionamento político dos jornais durante o regime militar, Francisco Fonseca (2005, p. 136 *apud* NAPOLITANO, 2017, p. 348) define *O Globo* como um jornal caracterizado por um “governismo inveterado”. O estudo de Marcos Napolitano, por sua vez, confirma a caracterização de Fonseca, uma vez que dentre os jornais da grande

imprensa analisados pelo autor, *O Globo* foi o único que permaneceu apoiando de maneira irrestrita o regime militar, mesmo após 1979, quando o regime perdia popularidade e apoio de boa parte da imprensa (NAPOLITANO, 2017, p. 349; MOTTA, 2013).

Nesse sentido, os editoriais do jornal *O Globo* buscavam influenciar a aceitação do crescente autoritarismo do regime militar. Tal fato se verifica inclusive após a promulgação do AI-5, ato institucional que suspendia direitos e garantias individuais e intensificou a censura aos veículos de comunicação, medida que foi alvo de críticas por parte de alguns jornais da imprensa liberal. Segundo Motta (2013, p. 81-82), *O Globo*, nesse período, clamava “pela união da ‘família revolucionária’ e afirmava que o povo compreenderia e aceitaria ‘como transição, como mal necessário, uma fase de reajuste’”.

O pesquisador Marcos Napolitano nos apresenta uma síntese da visão do jornal *O Globo* sobre a ditadura militar e seus governantes:

no editorial de capa do aniversário de dez anos do golpe (31/3/1974), intitulado “*Fidelidade às origens*”, *O Globo* segue o tom geral de balanço épico e elegíaco, destacando a “incompetência de Jango” e qualificando a intervenção militar como “*expressão das camadas responsáveis da sociedade*”. Em dez anos, o regime tinha sido marcado por duas doutrinas, uma “administrativa” e ou “institucional”. A primeira prezada [sic] a racionalização e revisão das normas legais, e a segunda tinha pautado uma “restauração democrática”, ao reduzir ao mínimo prazo os “poderes discricionários”. O editorial tinha a coragem de afirmar isso em plena vigência do AI-5, cujo anúncio de revogação só ocorreria em outubro de 1978 (NAPOLITANO, 2017, p.358).

Entre os anos de 1977 e 1979, os jornais da grande imprensa apresentam um “afastamento crescente em relação ao regime, obviamente, sem indicar necessariamente a adesão liberal a um projeto de derrubada abrupta da ordem institucional criada pelos militares”, com exceção do jornal *O Globo* que manteve apoio ostensivo à ditadura militar e a qual se referia como “movimento de 64” ou “revolução de 64” (NAPOLITANO, 2017, p.359).

Foi somente em 2013, no contexto das manifestações populares que ocorreram naquele ano, que o jornal *O Globo* publicou um editorial de autocrítica em relação ao seu

apoio ao golpe de 1964, reconhecendo-o como um erro, o qual justifica em função do contexto de Guerra Fria (O GLOBO, 2013; NAPOLITANO, 2017). Por fim, o editorial “Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro” conclui que os homens e as instituições que viveram 1964 são, há muito, História, e devem ser entendidos nessa perspectiva. Assim, *O Globo* não tem dúvidas de que o apoio a 1964 pareceu aos que dirigiam o jornal e viveram aquele momento a atitude certa, visando ao bem do país.

Como podemos observar, ao longo da ditadura militar que governou o Brasil de 1964 a 1985, o jornal *O Globo* manifestou seu apoio ao regime militar durante toda sua duração, fato que levou o pesquisador Francisco Fonseca (2005, p. 136 *apud* NAPOLITANO, 2017, p. 348) a definir o jornal como de um “governismo inveterado”, pois essa sustentação se manteve inclusive quando outros jornais tradicionais da grande mídia, que inicialmente haviam apoiado o golpe militar em 1964, passaram a se distanciar e deixar de defender o regime. Cabe ressaltar, por fim, a forma utilizada pelo periódico *O Globo* para referir-se ao governo militar, como “movimento de 64” ou “revolução de 64”, deixando claro seu apoio aos militares, bem como o editorial “*Fidelidade às origens*” do jornal *O Globo*, no qual qualificava a intervenção militar que derrubou um governo legitimamente eleito pelo povo como “expressão das camadas responsáveis da sociedade” (NAPOLITANO, 2017, p.358).

1.2. O Dia do Papai nas páginas do jornal *O Globo* (1969-1974)

Em todo o período analisado nesta pesquisa (1964 a 1974), nas duas semanas que antecediam o segundo domingo de agosto, é possível observar um considerável número de artigos e anúncios publicitários chamando a atenção dos leitores e leitoras para o Dia do Papai. Porém, a partir de 1969, o jornal passou a relembrar anualmente a sua iniciativa na criação e divulgação do Dia do Papai no Brasil. Nesse sentido, em agosto daquele ano, numa reportagem intitulada “O dia dele”, *O Globo* relembrou a criação do Dia do Papai nestes termos:

Criado pelo *O Globo* em 1953, o Dia do Papai transpôs as divisas do Rio, tomou conta de São Paulo no ano seguinte e em pouco tempo se transformou numa data nacional. Não haverá lar amanhã em que a figura do pai não seja cercada de carinhos especiais de toda a família, constituindo tais manifestações elementos de fortalecimento dos laços familiares. Era isso exatamente o que pretendíamos quando lançamos no Brasil essa data. Numa época em que tanto se debate em torno dos problemas de pais, filhos e sociedade, comemorações como a de amanhã valem como oportunidades para aquele fortalecimento. E para reflexões.

Em torno do pai, não como o chefe patriarcal de poder absoluto, mas como o líder empenhado em proporcionar ao seu grupo a segurança indispensável – segurança com amor – a família se reúne amanhã. Quer dizer: estará unida, como deve permanecer (O GLOBO, 09/08/1969, p. 05).

Artigos com as informações presentes na reportagem acima, sobre a criação do Dia do Papai pelo jornal *O Globo* em 1953, informando que ao longo dos anos o Dia do Papai transpôs as divisas do Rio, tomando conta de São Paulo e, que “em pouco tempo”, transformou-se em uma data nacional, foram reiteradamente publicados entre 1969 e 1974. Variações serão percebidas na forma como o pai é descrito ao longo dos anos. No excerto acima, o ideal de pai não é “o chefe patriarcal de poder absoluto”, mas o “líder empenhado em proporcionar ao seu grupo a segurança indispensável – segurança com amor”. Ou seja, o pai é o chefe da família e o responsável por lhe garantir segurança.

Ainda na edição de 09 de agosto de 1969, na Seção/Ela, o jornal publicou uma matéria intitulada “O dia”. Nesse texto, ao que tudo indica endereçado para as mulheres/esposas, informava sobre a origem da data em outros países, iniciando por discorrer sobre o processo que levou à criação dessa comemoração nos Estados Unidos. Nesse sentido, informava que

naquele país, “há cerca de meio século” surgiu o “Dia do Papai”. Segundo a matéria, “o presidente do Lyons Club de Chicago, Harry C. Meek, foi o primeiro a abordar o assunto. Mas foi a Sra. John Bruce Dood, de Spokane, Washington, a responsável pela fixação da comemoração festiva”. A referida senhora Dood “fôra filha de William Jackson Smart, que perdendo muito cedo a esposa criou com dedicação seus seis filhos.” E segue a matéria informando que

Em 1910, o prefeito de Spokane proclamou o primeiro Dia do Papai, num domingo de junho. Seis anos depois, na Casa Branca, o então Presidente Wilson, pressionou o início da observância da data. Em 1924, o presidente Calvin Coolidge recomendou que o Dia do Papai devia ser notado em todos os Estados da União. Presentemente, o movimento é comandado pelo Comitê Nacional do Dia do Papai, fundado em 35 (O GLOBO, 09/08/1969, p. 02).

Segundo a matéria acima, muitos foram os acontecimentos que estiveram na origem da data alusiva ao Dia do Papai nos Estados Unidos. Porém, coube ao presidente americano, em 1924, a recomendação de que a data deveria ser comemorada em todo o país. Ainda sobre a comemoração do Dia do Papai, *O Globo* acrescentava que na Europa eram várias as datas em que se festejava a figura do pai.

Na Alemanha não existe data fixa, mas é a 1º de maio, dia internacional do trabalho, que as crianças homenageiam seus papais. A “Fête des Pères” na França não possui data oficial. Na Suécia realiza-se no 1º domingo de novembro, com excursões e almoços. Na Finlândia, dia do papai é em agosto. Já no Canadá, o Father’s day segue o estilo das festividades norteamericanas e, no Chile, o Ministério da Educação criou a Semana del Niño, geralmente no mês de maio, na qual existe o dia dedicado às mães e outros aos pais (O GLOBO, 09/08/1969, p. 02).

Por fim, a reportagem finaliza lembrando que no Brasil o Dia do Papai se inspirou “no Father’s day” e que, a partir de 1954, foi sendo sempre comemorado no segundo domingo de agosto, “data escolhida por estar próxima do dia 16, dedicado a São Joaquim, pai de Nossa Senhora” (O GLOBO, 09/08/1969, p. 02).

Assim como a divulgação reiterada de informações sobre a criação do “Dia do Papai” em 1953, também o fato de que inicialmente se havia escolhido o dia 16 de agosto, por ser o dia de São Joaquim, pai de Nossa Senhora, e de que no ano seguinte, 1954, a data passou a ser

festejada no segundo domingo de agosto, serão sempre lembradas em matérias que antecediam o Dia do Papai. Essa repetição tinha por objetivo, certamente, fixar na memória da população essas informações, valorizando a participação de *O Globo* na criação da mesma.

Retornando no tempo, para o dia 15 de agosto de 1953, encontramos uma série de reportagens de *O Globo* que nos informam sobre como foi instituído o “Dia do Papai” no Brasil. Entre elas se destaca uma matéria de capa do jornal, intitulada “O Dia do Papai”, na qual se pode ler que:

Pela primeira vez se celebrará amanhã o Dia do Papai. Pela primeira vez os filhos, no enternecido reconhecimento que devem a quem lhes consagra energias e desvelos, preocupações e esperanças, manifestarão aos pais toda a extensão do seu amor (O GLOBO, 15/08/1953, p.1).

E naquele lançamento da data comemorativa do Dia do Papai no Brasil, o jornal registrava seu desejo de que “a homenagem se estenda a outras cidades, a outros países, ao mundo todo como uma pausa universal de ternura e confiança no turbilhão da vida que passa” (O GLOBO, 15/08/1953, p.1). Tal desejo, como o jornal buscou demonstrar nos anos seguintes, foi ocorrendo ao longo dos anos e para isso contou com outros veículos de imprensa, como o jornal Folha de São Paulo, escolas primárias, iniciativa privada e com instituições religiosas.

A notícia que inaugurava a data do Dia do Papai no Brasil chamava a atenção para o sentimento que os filhos deveriam nutrir em relação ao pai e para a homenagem que deveriam prestar ao genitor naquela data festiva. Ainda na capa da edição do dia 15 de agosto de 1953, *O Globo* apresentava um texto em que informava sobre a comemoração do Dia do Papai. Sob o título de “A afetuosa consagração do maior amigo”, a reportagem citava os apoios de entidades governamentais e religiosas ao evento. O Secretário de Educação e Cultura do Rio de Janeiro, segundo a notícia, havia dado instruções para que as comemorações ocorressem em todos os estabelecimentos de ensino daquela municipalidade. O apoio da Confederação Católica Diocesana também era lembrado. Além disso, registrava-se que apesar de ter sido lançada havia “apenas três meses” já era possível perceber o engajamento da população com a efeméride. E, não obstante o curto espaço de tempo de divulgação, lembrava o jornal, a ideia

do Dia do Papai “encontrou terra fértil, foi germinando, alargando raízes no sentimento do povo e, agora, floresce esplendidamente.” O texto continuava afirmando que

O entusiasmo e o interesse demonstrados nos últimos quinze dias, justamente quando se intensificou a campanha, foram enormes. Na última semana, o entusiasmo pelo “Dia do Papai” chegou a ser surpreendente: na cidade como em Copacabana, o movimento nas lojas comerciais cresceu bastante, especialmente nas casas de artigos para homens. Eram os filhos, de todas as idades, que adquiriam a lembrança com que vão homenagear – embora a maior homenagem esteja no abraço carinhoso e reconhecido – aquele que é e sempre será o “maior amigo” que se tem na vida (O GLOBO, 15/08/1953, p.1).

Conforme o excerto acima, um dos interesses ao se lançar a data comemorativa do Dia do Papai era o de movimentar as vendas no comércio, notadamente, de artigos masculinos. Além disso, o grande número de anúncios comerciais divulgados demonstra que também o jornal passou a lucrar com a venda de espaços publicitários em suas páginas. E a notícia arrematava uma certeza, a de que “a partir de amanhã estará inscrito no calendário das festas da cidade o ‘Dia do Papai’” (O GLOBO, 15/08/1953, p.1).

A matéria acaba por demonstrar também o trânsito e o apoio que *O Globo* tinha entre órgãos do governo municipal da Guanabara, no caso a Secretaria Municipal de Educação e Cultura, e de setores da Igreja Católica, representada pela Confederação Católica Diocesana.

O apoio do órgão municipal à inclusão do Dia do Papai no calendário de eventos da cidade do Rio de Janeiro foi reafirmado numa reportagem que discorria sobre a oficialização da comemoração ao Dia do Papai em todas as escolas. Tal evento passava a ser previsto na Instrução nº 13, assinada pelo Secretário de Educação e Cultura, o professor Roberto Accioly, a qual determinava que

Art. 1º - Os estabelecimentos de ensino da Secretaria Geral de Educação e Cultura, deverão participar das solenidades do “Dia do Papai”, que será comemorado no dia 16 de agosto.

Parágrafo 1ª. - Para este fim, deverão ser realizadas, nas Escolas, palestras sobre o papel do “Pai” na orientação e educação dos filhos; dramatizações e festividades destinadas a acentuar a sua importância como chefe do grupo familiar e a responsabilidade decorrente desta atribuição.

Parágrafo 2^a. - Nas escolas do Departamento de Educação Primária, o professor providenciará para que as aulas se desenvolvam em torno desta ideia central, fixando nos alunos a proporção do respeito devido ao chefe da família, como retribuição aos sacrifícios e trabalhos que, em proveito de sua formação, realiza (O GLOBO, 15/08/1953, p.7).

A data inicialmente escolhida para celebrar o Dia do Papai, 16 de agosto, coincidia com o “dia de São Joaquim, pai da Virgem Maria e considerado patriarca da família”. Esta coincidência nos remete para o caráter religioso presente no Dia do Papai. O apoio de grupos católicos em relação à comemoração se fez sentir através de uma série de eventos religiosos como a realização de uma “missa para as crianças” realizada pelo frei Leovigildo Blaestiere, de Ipanema. O religioso convidava “todas as crianças do seu bairro para comparecerem à missa votiva pelos papais que celebrará às 8.30 horas, domingo. Nesse mesmo dia, haverá uma missa especial para os papais, com comunhão geral, às 18 horas.” Anunciava-se também que em “todas as igrejas do Rio, amanhã, na missa dominical, haverá comunhão geral das crianças pelos pais e preces especiais” (O GLOBO, 15/08/1953, p.7).

Ao apoiar a celebração do “Dia do Papai”, o Rev. José Barbosa, presidente da Confederação Católica Arquidiocesana comentou que

a nova instituição do chamado “Dia do Papai” que, pondo em relevo a grandeza da paternidade, serve admiravelmente para, ao lado do “Dia das Mães”, acentuar aos olhos de pais e filhos o sentido genuíno da família, sentido este que tantos fatores concorreu, infelizmente, para tornar cada vez mais, diminuído e rarefeito (O GLOBO, 15/08/1953, p.7).

Essa ideia de que o Dia do Papai teria por finalidade resgatar a importância da família era recorrente nas matérias sobre a criação do Dia do Papai pelo *O Globo*. Além de setores da Igreja Católica, outras denominações religiosas, segundo o jornal, também apoiaram a criação da efeméride. Nesse sentido, considerando a homenagem aos pais como uma “idéia edificante”, a “Escola Dominical da Igreja Metodista de São João”, anunciava que iria “promover amanhã, das 11 às 12 horas, uma reunião comemorativa do ‘Dia do Papai’, devendo nessa ocasião fazer uma palestra o Rev. Messias Cesário dos Santos” (O GLOBO, 15/08/1953, p.7).

Para além da Secretária Municipal e de comunidades religiosas, *O Globo* registrava também congratulação encaminhada pela Associação Brasileira de Odontologia. Esta “na sua última reunião, fez inserir em ata um voto de louvor e de apoio à instituição do ‘Dia do Papai’”. Além disso, informava-se que uma festa em homenagem ao “Dia do Papai” aconteceria “no Cineac Trianon, com a participação de Grande Othelo, as Moreninhas, Miguel Gustavo, Zezé Gonzaga, que, com o Regional da RADIO GLOBO executarão com os garotos, a canção ‘É sempre o Papai’”.⁷ Uma conferência sobre a significação do “Dia do Papai”, intitulada “O papel do pai na família e na sociedade” seria proferida pelo “professor Joaquim da Costa Ribeiro, diretor científico do Conselho Nacional de Pesquisas e ilustre educador,” que fora “convidado pela Associação dos Pais de Família” (*O GLOBO*, 15/08/1953, p.7).

A agenda de eventos era grande. Além dos discursos de autoridades e acadêmicos, como o professor Joaquim da Costa Ribeiro, o jornal divulgou opiniões de diversas pessoas, que foram abordadas nas ruas, quanto à importância da comemoração do Dia do Papai. Ao ser abordado pelo jornal *O Globo*, o cirurgião-dentista Benjamin Gomes Pereira, por exemplo, teria comentado que:

Graças a Deus ainda se pensa, no Brasil, em fazer uma coisa assim tão útil e boa. Disso é que precisamos. Campanhas úteis, de fundo moral, como esta que visa no conagraçamento da família (*O GLOBO*, 15/08/1953, p.7).

Num artigo intitulado “Comemore também a 16 de Agosto o Dia do Papai”, o jornal *O Globo* buscava reforçar a importância da nova data comemorativa, exaltando a figura paterna como digna de homenagem. Veiculava-se também uma representação de paternidade na qual sobressai a imagem do pai enquanto provedor da família, amigo, companheiro nos momentos bons e ruins, protetor e “cabeça do casal”, conforme reportagem abaixo:

⁷ A canção “É sempre o papai” foi gravada por vários artistas nos anos 1950, entre elas/es Marlene e o Palhaço Carequinha. A letra diz: “Quem é que luta trabalhando como um louco,/ e o dinheiro é sempre pouco,/ porque sempre tem modista,/ tem jantares na cidade,/ tem festa de caridade/ onde a mamãe vai, ai,/ é o papai,/ é o papai, ai, ai,/ é sempre o papai.../ Quem é que agora tem um dia todo seu,/ todo seu completamente,/ pra ganhar presente,/ o papai está tão contente,/ e o dinheiro do presente.../ hi! O dinheiro do presente.../ dá onde é que sai, ai, ai,/ é do papai,/ é do papai,/ é sempre o papai (...)”. Fonte: ‘Dia do Papai’ chega ao Brasil nos anos 50 e inspira publicidade, escolas e músicas. *O GLOBO*, 07 ago. 2015. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/dia-do-papai-chega-ao-brasil-nos-anos-50-inspira-publicidade-escolas-musicas-17119631>. Acesso em 26 abr. 2022.

Ser pai não significa, simplesmente, prover. Além de provedor, o pai é o companheiro das alegrias e das dores, o protetor, o amigo, o conselheiro, o orientador, o responsável, o guardião. Por isso, merece a sua homenagem no dia destinado à exaltação daquele é considerado “cabeça do casal”, data escolhida por todas as entidades que colaboram com *O Globo* e Rádio Globo, nesta campanha de solidificação dos fundamentos da família (O GLOBO, 15/08/1953, p.7).

Retornando ao ano de 1970 e às reportagens que versavam sobre a iniciativa do jornal *O Globo* por ter criado o Dia do Papai, encontramos um texto intitulado “Amanhã ele é o rei” em que se afirma que

Há 17 anos *O Globo* lançava no Brasil o Dia do Papai, como contribuição ao fortalecimento dos laços da família e com o apoio de várias entidades cariocas, entre as quais a Associação dos Pais de Família e o Grupo dos Colaboradores do Turismo. Recebida com entusiasmo pelas famílias, já no ano seguinte a data se incorporava ao calendário nacional, celebrada em todo o Brasil das mais variadas formas, nos lares, nas escolas, nos templos, nas repartições, nas ruas. Passados 17 anos, *O Globo* tem a satisfação de ver que a sua promoção cumpriu completamente o objetivo: está aí reunindo as famílias, promovendo homenagens que emocionam os papais e tornam felizes os lares. Amanhã é um dia de amor. **O amor de família em que o pai será o centro. O rei** (O GLOBO, 08/08/1970, p. 5, grifos nossos).

Se nos anos anteriores o pai era o chefe da família (1953), o líder (1969), em 1970, ele foi alçado ao papel de “rei”. Possivelmente aqui se estivesse fazendo uma referência à cultura da época que tinha a prática de intitular personalidades dos esportes e da música como reis (Rei da Jovem Guarda, Rei do Futebol, etc.). Independente da maneira de identificar a figura paterna, chefe ou rei, ele continuava como o “centro” da família.

Em 1970, destacava-se que aquela era a décima sétima edição do Dia do Papai. A reportagem relembra a criação do Dia do Papai, o apoio recebido por parte de entidades cariocas, bem como reforça a justificava de que a data teria sua relevância “como contribuição ao fortalecimento dos laços da família”.

O jornal relembra de maneira recorrente sobre a contribuição das escolas, das Igrejas e repartições públicas na divulgação do Dia do Papai. Além disso, repete que cumpriu o seu

objetivo de promover a união das famílias, dessa maneira fortalecendo a representação de que o pai ocupa o centro da família.

Em uma matéria intitulada “No dia dos Pais, a alegria é da família inteira”, o articulista informava que

a família inteira já era festejada: mamãe, vovó, as crianças; só ele permanecia esquecido. Foi então que, há 17 anos, *O Globo*, com a colaboração e apoio de várias entidades, pensou em criar também um dia em que o Chefe da Família recebesse homenagens especiais: e o segundo domingo de agosto foi instituído o “Dia dos Pais”.

Planejaram a data *O Globo*, o Grupo de Colaboradores do Turismo, a Associação dos Pais de Família, e outras entidades; o objetivo era, como dizia a frase mestra da campanha, “o fortalecimento dos laços familiares”; e isso ocorre no Dia dos Pais, quando eles recebem o carinho da família que os homenageia e, movidos pela emoção que a data desperta, renovam os laços afetivos com os seus (O GLOBO, 08/08/1970, p. 7).

Conforme se depreende do texto acima, até 1953, vários membros da família tinham um dia no calendário anual para ser festejado/a, como a mamãe, a vovó e as crianças. O que faltava era homenagear o “Chefe da Família” e o objetivo da comemoração era “o fortalecimento dos laços familiares”. Por fim, na matéria “Uma idéia”, o jornal *O Globo* relembra a criação da data que passou a homenagear os papais, bem como reafirma os motivos que o levaram a modificar a data da comemoração. Nesse sentido, o trecho abaixo informa que

Em 1953, surgiu a idéia e os promotores acharam que o dia ideal para homenagear os Pais seria o de São Joaquim, o pai de Nossa Senhora, 16 de agosto. Mas, no ano seguinte, passaram a considerar que melhor seria num domingo, quando os pais teriam mais facilidade em estar com a família. Por ser o domingo próximo do dia de São Joaquim e por analogia com o “Dia das Mães”, escolheram o segundo de agosto. Em 1954, o “Dia dos Pais” já foi comemorado no domingo (O GLOBO, 08/08/1970, p. 7).

Neste excerto, o jornal argumenta que a adoção de uma data móvel, representada pelo segundo domingo do mês de agosto, como sendo o dia ideal para comemorar o dia dos pais se devia à facilidade dos pais “em estar com a família”. A seguir, *O Globo* aponta quando a data

passou a ser comemorada em outros estados, além do Rio de Janeiro, tornando-se uma comemoração nacional:

A idéia teve enorme repercussão na Guanabara, apesar de algumas dúvidas quanto à vitória e perseverança da idéia. E já no ano seguinte outro Estado aderiu à promoção: São Paulo, através do jornal “Folha de São Paulo”, que passou a colaborar com *O Globo*. Depois vieram Minas e Espírito Santo e em 1957 todo o Brasil comemorava o “Dia do Papai” que, **para ficar mais simples, passou a ser conhecido como o “Dia dos Pais”**. Passados mais alguns anos, a data foi definitivamente incluída, no Calendário da Secretaria de Turismo e todas as Escolas primárias do País passaram a comemorá-la, da mesma forma que o “Dia das Mães” (O GLOBO, 08/08/1970, p. 7, grifos nossos).

Podemos observar no excerto acima o destaque que é dado ao papel das escolas “primárias do País” na divulgação do Dia do Papai e do Dia das Mães. A divulgação do Dia do Papai através dos espaços escolares vinha ocorrendo, como demonstram as notícias transcritas anteriormente, desde a primeira edição da efeméride, em 1953. A novidade na matéria acima, publicada em 1970, está relacionada com a informação de que “para ficar mais simples”, o Dia do Papai passou a ser conhecido como o “Dia dos Pais”.

Ao que tudo indica a “simplificação” não agradou ao jornal. Podemos depreender isso numa matéria publicada em 1972. Nela o jornal *O Globo* justificava porque havia escolhido a designação Dia do Papai e não Dia dos Pais: “com a palavra Papai, quisemos fixar que desta vez a homenagem era para o chefe da família e não para os pais em geral, pai e mãe, uma vez que esta já tinha a sua data” (O GLOBO, 10/08/1972, p. 5).

Naquele ano de 1972, como visto acima, *O Globo* buscava deixar nítido para os/as leitores/ras que, entre seus objetivos, ao empregar o termo papai, estava o desejo de homenagear o genitor, pois a mãe já tinha o seu dia. A estratégia de criar datas separadas para homenagear os genitores e as genitoras, possivelmente, estava relacionada com a busca por movimentar a venda de produtos voltados para o público masculino, no Dia do Papai, e para o público feminino, no Dia das Mães. E, de acordo como os registros que reunimos, *O Globo* continuou a utilizar o termo Dia do Papai.

Ainda em 1972, o jornal informava que receberia algumas homenagens por ter criado o Dia do Papai. Nesse sentido, num texto intitulado “Domingo que vem o dia é todo dele”, era informado que

a Secretaria de Educação de Guanabara informou ontem à tarde que diversas escolas vão prestar até sábado homenagens a *O Globo* por ter criado o Dia do Papai, ao ensejo de 18º aniversário da data. Entre elas, a Londres e o Rio Grande do Sul. Também o Rotary Clube da Tijuca, o Montanha e a Escola SOS comunicaram que estão programando festividades com o mesmo objetivo (O GLOBO, 10/08/1972, p. 5).

Ainda nesta edição, *O Globo* publicou uma reportagem que nos remete para a aprovação do governo militar em relação ao “Dia do Papai”. Num artigo intitulado “Governo diz que o Dia dos Pais não é só para comércio”, o Coronel Octávio Costa, Chefe da Assessoria de Relações Públicas da Presidência da República,

disse aos dirigentes do Clube dos Diretores Lojistas no Rio de Janeiro que o Governo Federal está interessado em que o Dia do Papai não sirva apenas para aumentar o volume de vendas, mas seja realmente um dia destinado a homenagear o pai, como chefe da família (O GLOBO, 10/08/1972, p. 19).

A notícia acima nos mostra que havia uma aprovação por parte do governo militar em relação à campanha do Dia do Papai e com a representação do pai como chefe de família. Na mesma matéria ficamos sabendo que “o Presidente do Clube dos Diretores Lojistas e o Sr. Oswaldo Tavares, da Casa Tavares, concordam com o Governo Federal”, e

também acham que embora, como homens de negócios, também visem a aumentar as vendas – disseram – eles não esquecem que um dos objetivos do Dia do Papai deve ser promover a família, fortalecendo os laços entre pais e filhos. O Sr. Oswaldo Tavares sugeriu que, nos próximos anos, o Clube dos Diretores Lojistas do Rio de Janeiro entre em contato com romancistas, cronistas, sociólogos, psicólogos e artistas para que eles se manifestem sobre a passagem do Dia do Papai (O GLOBO, 10/08/1972, p. 19).

Ainda em 1972, no 18º aniversário da criação do Dia do Papai, o jornal relembrou o momento de criação da data. Num texto intitulado “Faz 18 anos que *O Globo* criou o Dia do Papai”, informava-se que

No princípio houve quem não acreditasse que a idéia pegasse. Mas aí está: todo o Brasil em torno dos pais, prestando-lhes as homenagens que ajudam a fortalecer os alicerces da família. Quantas pazes se fazem hoje e amanhã por este Brasil a fora! Quantos velhinhos por aí recebem de repente a visita de filhos que há muitos anos não viam! Quantos lares se têm refeito sob a motivação destas datas! E era exatamente tudo isso que *O Globo* queria quando lançou no Brasil o Dia do Papai, em 1954, fixando a data no domingo mais próximo do dia de São Joaquim (16 de agosto), pai da Virgem Maria. Parabéns aos papais de todo o Brasil neste seu dia! (O GLOBO, 12/08/1972, p. 5).

Ao mencionar que houve quem “no princípio [...] não acreditasse que a idéia pegasse” o jornal buscava realçar o sucesso alcançado pela campanha do Dia do Papai. Possivelmente *O Globo* fizesse referência, ainda que velada, ao jornal Última Hora, que, havia conseguido continuar existindo após o golpe de 1964, e deixou de ser publicado em 21 de abril 1972 (HOHLFELDT; BUCKUP, 2002, p. 15). A revelação de quem teria duvidado do sucesso da campanha do Dia do Papai foi revelado em 1974. Naquele ano, em uma reportagem intitulada “Dia dos Pais, campanha vitoriosa”, se pode ler que “no início a campanha chegou a ser combatida pela Última Hora mas, dois anos depois, o jornal Folha, de São Paulo, solicitou ao *O Globo* sua utilização, que acabou por tornar-se nacional” (O GLOBO, 11/08/1974, p. 16).

Em 1974, o jornal *O Globo* rememorou os dez anos do golpe de 1964, que havia apoiado. Como mencionado por Marcos Napolitano, para comemorar aquela efeméride o jornal *O Globo* publicou um editorial de capa, intitulado “*Fidelidade às origens*”. No texto, o jornal carioca qualificava a intervenção militar, como já afirmamos anteriormente, como “expressão das camadas responsáveis da sociedade” (NAPOLITANO, 2017, p.358).

Foi naquele contexto de exaltação aos governos militares que o jornal *Globo* publicou a informação de que o jornal Última Hora, que apoiava políticos ligados ao Partido Trabalhista Brasileiro, de Vargas, Jango e Brizola, teria “combatido” a sua campanha para a criação do Dia do Papai. Como vimos anteriormente, o jornal *O Globo* fez forte oposição aos

governos trabalhistas, ao passo que o jornal Última Hora fora criado sob a inspiração de Getúlio Vargas. Possivelmente, com esta revelação o jornal buscava demonstrar que assim como a criação do Dia do Papai era um sucesso nacional, também o seu apoio à intervenção militar foi uma campanha vitoriosa.

Ao que tudo indica, em 1974, chegou ao fim a resistência demonstrada pelo jornal em relação à utilização da denominação Dia dos Pais. Nesse sentido, o jornal afirmava que:

Instituído como Dia do papai, (caracterizando o chefe da família), hoje é apenas Dia dos Pais. Com um nome ou outro, obteve grande apoio, especialmente na área de Turismo por parte de Eugênio de Magalhães Castro (já falecido) e também dos professores primários e Associação dos Pais de Família (O GLOBO, 11/08/1974, p. 16).

A campanha pelo Dia do Papai contribuiu, segundo o jornal de Roberto Marinho, para que se “fortalecesse os alicerces da família”. Nesse sentido, a representação de família divulgada e valorizada ao longo dos anos era aquela que possuía um chefe, provedor, defensor do lar, que seria o amigo nas horas boas e ruins, como veremos mais detalhadamente no próximo capítulo.

Visando rememorar a criação da efeméride que homenageava o chefe da família, *O Globo* publicou, em 1974, a reportagem “O Dia do Papai foi criado pelo *O Globo* em 1953” informando que, em 1953, deu início às comemorações do Dia do Papai. Nesta reportagem, *O Globo* afirmava ainda que

buscamos uma inspiração de acordo com os sentimentos cristãos do povo brasileiro e por isso fixamos a data no dia de São Joaquim, 16 de agosto, mas logo depois vimos que seria melhor que a festa caísse sempre num domingo, mais fácil para as famílias se reunirem e celebrarem (O GLOBO, 11/08/1974, p.8).

A fim de reforçar a lembrança da criação do Dia do Papai, *O Globo* incluía também no anúncio a reportagem “O Dia do Papai”, que fora publicada originalmente na véspera da primeira comemoração em 1953, a qual citamos anteriormente.

Figura 1: Reportagem do Jornal *O Globo*, “O Dia do Papai foi criado pelo *O Globo* em 1953”.



Fonte: O GLOBO, 11/08/1974, p.8.

Ao longo deste capítulo, buscamos descrever e analisar como o jornal *O Globo* foi narrando ao longo do tempo (1969 a 1974) a história da criação do Dia do Papai, assim como seus objetivos ao criar e divulgar uma data comemorativa relacionada à figura paterna. Como vimos, o “Dia do Papai” foi criado em 1953, pelo jornal *O Globo*, tendo sido comemorado inicialmente somente no Rio de Janeiro, tornando-se uma comemoração nacional nos anos seguintes. Conforme informado nas reportagens, em um primeiro momento, o Dia do Papai foi comemorado no dia 16 de agosto, justificando-se a escolha desta data, pois coincidia com o dia de São Joaquim, pai da Virgem Maria, fato que nos remete para o caráter religioso presente no Dia do Papai. A partir de 1954, contudo, *O Globo* decidiu modificar a data da festividade para um domingo, pois “os pais teriam mais facilidade em estar com a família”. Assim, optou-se pela adoção de uma data móvel, representada pelo segundo domingo do mês de agosto, por ser o domingo mais próximo ao dia de São Joaquim e em analogia ao Dia das Mães. Destaca-se também nas reportagens analisadas o fato de o jornal *O Globo* justificar a criação da efeméride devido à necessidade de promover o “fortalecimento dos laços familiares”, ideia que se repete com frequência nas matérias sobre a criação do Dia do Papai pelo *O Globo*.

Vimos também que a partir de 1969, o periódico passou a publicar anualmente reportagens relembrando a criação do Dia do Papai, nas quais se reiteravam informações sobre como foi instituído o “Dia do Papai”, com o intuito de fixar na memória da população tais informações, bem como valorando a iniciativa do jornal por haver criado a comemoração no Brasil. É possível perceber a partir destas matérias a ligação do jornal *O Globo* com entidades governamentais e religiosas, bem como a iniciativa privada, as quais expressavam seu apoio ao evento, seja manifestando seu elogio à iniciativa do jornal *O Globo*, seja promovendo eventos de comemoração ao “Dia do Papai”, destacando-se a realização de eventos religiosos e nas escolas primárias. Também foi possível verificar nas reportagens que havia uma aprovação por parte do governo militar em relação à campanha do Dia do Papai e com a representação do pai como chefe de família.

Outro ponto interessante diz respeito à variação na denominação da efeméride. Inicialmente denominada “Dia do Papai”, em reportagem de 1970, o jornal indicava que a partir de 1957 o “Dia do Papai” “para ficar mais simples, passou a ser conhecido como o “Dia dos Pais”. Em outra reportagem, o jornal justificava porque se havia elegido a denominação Dia do Papai e não Dia dos Pais, pois “com a palavra Papai, quisemos fixar que desta vez a homenagem era para o chefe da família e não para os pais em geral, pai e mãe, uma vez que esta já tinha a sua data”, evidenciando que ao utilizar o termo papai, seu objetivo era homenagear a figura paterna, pois a mãe já tinha o seu dia e, aparentemente, *O Globo* continuou a utilizar o termo Dia do Papai. Em 1974, contudo, parece ter findado a resistência do jornal referente ao uso da denominação Dia dos Pais.

Ademais, é possível perceber também variações na maneira como a figura do pai era identificada nas reportagens ao longo dos anos: como chefe da família (1953), o líder (1969), o “rei” (1970), contudo, o pai sempre era representado como o “centro” da família. Por fim, conforme evidenciado nas reportagens, o jornal *O Globo* também veiculava representações de família, em que se destaca a imagem do pai como chefe da família, líder, provedor da família, protetor, amigo e “cabeça do casal”. Estas representações de paternidade, como vimos, podem ser compreendidas a partir do conceito de masculinidade hegemônica. Este modelo ideal de masculinidade é socialmente construído e refere-se a um conjunto de “atributos morais de

comportamento, socialmente sancionados e constantemente reavaliados, negociados, relembrados” (ALMEIDA, 2000, p. 128 *apud* MACHADO, 2012, p.9-10).

Segundo Machado, na primeira metade do século XX, a representação de masculinidade hegemônica valorizada socialmente estava relacionada ao homem branco, heterossexual, trabalhador, chefe e provedor da família (MACHADO, 2007b; MACHADO, 2012). Além disso, as representações de gênero buscavam instruir esferas de atuação diferenciadas para homens e mulheres. Para os homens, a esfera pública era o seu espaço natural “enquanto que as mulheres deveriam ser constrangidas ao espaço privado, do lar”, encarregando-se dos afazeres domésticos, do cuidado com os filhos e do marido (MACHADO, 2012, p.10). Ao longo do período analisado neste trabalho, essas hierarquias de gênero ainda eram valorizadas e/ou reforçadas, notadamente, nas páginas de *O Globo*. Porém, ao longo dos anos 1970, em várias partes do mundo, essas diferenças de gênero passaram a ser questionadas, notadamente, pelo movimento feminista.

CAPÍTULO 2: REPRESENTAÇÕES DE PATERNIDADE NAS PÁGINAS DO JORNAL *O GLOBO* (1964-1974)

No presente capítulo, busca-se perceber a construção e divulgação de um modelo de paternidade hegemônico através da descrição e análise de anúncios publicitários e reportagens sobre a temática do Dia do Papai publicados no jornal *O Globo*, entre os anos de 1964 a 1974. Optamos por concentrar nossa análise nas duas primeiras semanas de agosto, período em que os anúncios publicitários e reportagens sobre o Dia do Papai eram mais numerosos.

Nas peças publicitárias, além de anunciar produtos, veiculavam-se representações acerca da paternidade que continham ideias e valores sobre como o pai ideal deveria ser. Estas representações presentes no jornal *O Globo*, como se buscará perceber, apresentavam-se como um modelo ideal que acabava instruindo os homens sobre o exercício da paternidade.

As reportagens e anúncios estudadas nesta pesquisa circularam no período compreendido entre 1964 a 1974. Nesse sentido, faz-se necessário uma breve contextualização sobre este contexto histórico em que o Brasil conheceu intensas transformações. Desde 1945, o Brasil passava por um processo de industrialização e urbanização crescentes, que levaram a transformações tecnológicas e socioculturais, aproximando os padrões nacionais de produção e consumo aos dos países desenvolvidos. Para expressar esse ritmo acelerado de transformações, João Mello e Fernando Novais (1998, p. 581) afirmam que se tratava de uma “sociedade em movimento”. Assim, as migrações internas se intensificaram, chegando ao total de 39 milhões de pessoas que migraram do campo para as cidades entre 1950 e 1970.

Os anos 1960 conheceram um desenvolvimento econômico que havia iniciado na década de 1950, especialmente no período do governo Juscelino Kubitschek (1956-60). O Plano de Metas de Juscelino, como nos lembram Mello e Novais, tinha como lema “50 anos em 5”, e objetivava implantar no Brasil os setores industriais mais avançados, como a elétrica pesada, a química, a farmacêutica, a de máquinas e equipamentos, a automobilística, a indústria naval. Buscava-se ainda dar continuidade aos setores industriais considerados estratégicos, como o do aço, do petróleo e a da energia elétrica. O desenvolvimento dessas indústrias exigia um grande volume de capital e o domínio de uma tecnologia extremamente

complexa, que só estava ao alcance da grande empresa multinacional ou das empresas estatais de grande porte (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 589-590).

O desenvolvimento crescente da urbanização e da industrialização foi acompanhado de um crescimento do consumo de eletrodomésticos. Estes invadiram os lares brasileiros da nova classe média, com produtos como o ferro elétrico, o fogão a gás, liquidificador, chuveiro elétrico, a geladeira, a máquina de barbear, o rádio a pilha, a televisão e o telefone. O vestuário, a alimentação e os hábitos de higiene e limpeza também passaram por mudanças nos padrões de consumo, com o aumento do uso de tecidos sintéticos, o uso de produtos específicos para higiene como shampoo, desodorantes, loções, o creme de barbear, bem como o aumento do consumo de alimentos industrializados (MELLO; NOVAIS, 1998). Muitos desses produtos, passariam a compor as sugestões de presentes para o Dia do Papai divulgados através de anúncios publicitários estampados nas páginas de *O Globo*.

Nos anos 1950, de acordo com Carla Bassanezi Pinsky, uma das novidades era o *american way of life*. O “estilo de vida americano” foi um modelo de comportamento que surgiu nos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial. Segundo esse modelo, o papai trabalha fora, a mamãe cuida do lar com a ajuda de eletrodomésticos, a família toda passeia de carro e tem acesso a bens de consumo “indispensáveis à vida moderna”. Este modelo era, segundo Pinsky, “muito atraente para a classe média brasileira”. (PINSKY, 2012, p. 488).

A Igreja Católica, segundo Pinsky, também buscava orientar as condutas de homens e mulheres e instituir modelos de comportamentos diferenciados de gênero,

mas suas mensagens concorriam com as dos meios de comunicação, da educação laica e dos ecos sutis de vozes estrangeiras favoráveis à emancipação feminina. No Brasil de então, o prestígio cultural norte-americano ultrapassava de vez a influência europeia e ajudava a superar antigos formalismos no tratamento pessoal. Agora, mais do que antes, os personagens de Hollywood eram referência para modas e comportamentos, principalmente entre os jovens que “aprendiam a beijar” e porta-se mais informalmente com os filmes americanos. O cinema nacional também tinha algum peso nisso, com suas narrativas românticas, mas bem-comportadas, ou suas chanchadas marotas, mas incapazes de comprometer os “valores da família brasileira” (PINSKY, 2012, p. 481).

A expressão “sociedade em movimento” além de dar conta das intensas migrações ocorridas nesse período, refere-se também à mobilidade social que passa a ocorrer em variados graus em decorrência do desenvolvimento econômico. Expressando, portanto, “movimento, também, de um emprego para outro, de uma classe para outra, de uma fração de classe para outra, de uma camada social para outra. Movimento de ascensão social, maior ou menor, para quase todos”. (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 586). Com a industrialização, surgiram trabalhadores especializados que passavam a atuar nos mais diversos ramos industriais (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 597). Mello e Novais afirmam que o nível de renda do trabalhador especializado superava em muito ao do trabalhador comum, aproximando-se do padrão de vida da classe média.

Moradores da cidade de São Paulo foram convidados a classificar as profissões mais importantes no final dos anos 1950. Segundo Mello e Novais (1998, p.587) foram elencadas entre as seis primeiras profissões: “1. médico; 2. advogado; 3. diretor superintendente; 4. padre; 5. fazendeiro; 6. jornalista.”. De acordo com os autores, tal julgamento teria sido realizado tendo em vista os rendimentos de cada profissão, bem como sua importância para a vida coletiva.

Os autores acrescentam ainda que com a industrialização e a urbanização firmava-se cada vez mais a valorização do engenheiro na sociedade, “em oposição ao bacharel”. Nesse contexto, surgem também

as figuras do administrador de empresas – especializado em produção, em marketing, em finanças, em organização & métodos etc. -, do economista, do atuário. [...] E vai aparecendo o profissional da publicidade, também no mais puro molde americano, junto com a escola de propaganda (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 593).

Em 1964, teve início a ditadura militar que se instalou no país após o golpe que derrubou o então presidente eleito João Goulart. Entre os apoiadores do regime militar e antijanguistas encontravam-se os setores conservadores da sociedade, entre eles uma parcela da Igreja Católica, membros das camadas médias, grandes empresários e latifundiários, além de jornais da grande imprensa tradicional, destacando-se o jornal *O Globo*. Esses grupos

sociais se organizaram em campanhas favoráveis à deposição de Jango e pró-militares, como as “Marchas da Família com Deus pela Liberdade”, destacando-se a Marcha realizada em São Paulo que levou às ruas cerca de 500 mil pessoas, em março de 1964 (FIGUEIREDO, 1998; RODEGHERO, et. al., 2013).

Segundo Figueiredo (1998, p.16-17), na Marcha estiveram “presentes, sobretudo, donas-de-casa das camadas médias que, reagindo ao comício realizado por Jango apenas alguns dias antes, na Central, carregavam faixas e cartazes denunciando a ‘comunização’ do país e exigindo que ele fosse reconduzido aos “trilhos da democracia”. A autora destaca também que a Marcha não teve a participação das camadas populares e foi patrocinada pelos Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais (Ipes) e o Instituto Brasileiro de Ação Democrática (Ibad), os quais foram “criados com a finalidade de unificar as classes capitalistas em torno de seus interesses comuns e de articular a campanha difamatória do governo de João Goulart” (FIGUEIREDO, 1998, p. 17). Cabe destacar também, conforme apontado por Figueiredo, que os militares articularam em seu discurso valores muito caros aos setores médios e conservadores, como “tradição cristã, ordem, família, propriedade” (FIGUEIREDO, 1998, p. 138).

Entre 1962 e 1964, vários grupos femininos afirmavam atuar a favor da democracia e contra o comunismo. Em 02 de abril de 1964, segundo Janaína Martins Cordeiro, a Campanha da mulher pela democracia, Camde, realizou uma marcha no Rio de Janeiro para comemorar a intervenção militar, salvadora da pátria, da família e da religião. Era a marcha da vitória que “reuniu nas ruas do centro do Rio de Janeiro cerca de um milhão de pessoas”. Esta marcha foi saudada por *O Globo* que a descreveu como sendo uma “marcha cívica” como jamais se tinha visto anteriormente (CORDEIRO, 2009, p. 65-66).

No período pós-64, foram interrompidas as medidas de reformas populares, como a reforma agrária e o controle de remessa de lucros para o exterior, dentre outras. Segundo o historiador Carlos Fico, começou a ser gestado um projeto que se pode chamar de “utopia autoritária”, ou seja, a crença de que seria possível eliminar quaisquer formas de dissenso, entre as quais o comunismo, a subversão e a corrupção tendo em vista a inserção do Brasil no campo da “democracia ocidental e cristã” (FICO, 2004, p. 33).

Entre os anos de 1968 e 1973, houve um período de crescimento econômico, o qual se convencionou denominar de milagre econômico, caracterizado pela elevação do PIB e da produção industrial. Esse ciclo expansivo foi proporcionado pelo grande crescimento do comércio mundial, visto que o capitalismo mundial vivia os seus “Trinta Anos Gloriosos” (1945-1975), bem como pelo acesso ao capital estrangeiro através do endividamento externo e na forma de investimentos diretos. Houve o predomínio, neste período, dos setores produtivos de bens duráveis e de bens de capital, dando continuidade ao modelo de desenvolvimento e estrutura industrial implantada ainda no Plano de Metas, de Juscelino Kubitschek, com aumento na abertura da economia para o exterior (LACERDA, 2010; NAPOLITANO, 2014).

Segundo Antonio Lacerda, “o crescimento médio do PIB no período de 1967-1973 atingiu 11,2% ao ano, enquanto a indústria manufatureira cresceu à taxa de 12,6%”, ao passo que o “crescimento da produção de bens duráveis alcançou, em média, 23,6%, e o de bens de capital, 18,1%” (LACERDA, 2010, p. 175-176). Este expressivo crescimento econômico, contudo, se visto desde uma perspectiva histórica mais longa, segundo Marcos Napolitano, acaba por se diluir, pois

Entre 1948 e 1963, o crescimento médio do PIB foi de 6,3%. Entre 1964 e 1985, foi de 6,7%. A exuberância de crescimento do “milagre” dos governos Costa e Silva e Médici (1968-1973) e do crescimento induzido pela política do governo Geisel (1974-1979) foi, em grande parte, anulada pela política recessiva do primeiro governo militar e pela profunda crise econômica pós-1980. Portanto, no jogo dos índices de crescimento entre a democracia e a ditadura, quase dá empate (NAPOLITANO, 2014, p. 148).

Além do crescimento do PIB, nesse período, o Estado investia em grandes obras, estimulando a construção civil, as quais eram divulgadas pela mídia e pela propaganda oficial como a realização de grandes obras “faraônicas”, a exemplo da “Ponte Rio-Niterói, a Usina de Itaipu e a Rodovia Transamazônica” (NAPOLITANO, 2014, p. 161).

Não obstante, apesar do crescimento econômico ocorreu o agravamento da desigualdade social, com aumento da concentração de renda, arrocho salarial e intensificação da dependência do capital internacional (NAPOLITANO, 2014; LACERDA, 2010). Segundo Marcos Napolitano, “o salário mínimo teve uma perda real de 25% entre 1964 e 1966 e 15%

entre 1967 e 1973”(NAPOLITANO, 2014, p. 149). Por outro lado, a apropriação da renda “pelos 10% mais ricos aumentou de 39,7% da renda total em 1969 para 47,8% em 1970” (LACERDA, 2010, p. 179). Outra consequência dessa política de exclusão social se refletiu “no agravamento das condições de saúde da maioria da população, que se deteriorou a ponto de ocorrerem epidemias como a de meningite, e no fato de voltarem a crescer as taxas de mortalidade infantil em todo o país” (LACERDA, 2010, p. 180).

Nesse sentido, conforme afirmam Mello e Novais

o autoritarismo plutocrático, a pretexto de combater a inflação, pôs em prática uma política deliberada de rebaixamento do salário mínimo. Não bastasse isso, a ditadura calou os sindicatos. E facilitou a dispensa e a rotatividade da mão-de-obra (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 620).

Este modelo de crescimento colapsou com a conjuntura de crise internacional, após o aumento de preços do petróleo em 1973. Além da crise internacional do petróleo, o endividamento externo brasileiro intensificaria esta crise, de modo que “os anos finais do regime foram marcados pela recessão, pelo desemprego e pela inflação altíssima” (NAPOLITANO, 2014, p. 151).

A epidemia de meningite, o desemprego, a recessão e a pobreza não ganhavam destaque na imprensa alinhada com o governo militar, nem nos artigos e peças publicitárias sobre o Dia do Papai. Além disso, o governo fazia uso da censura para que tais fatos não fossem divulgados. Pelo menos dois tipos de censura foram empregados durante a ditadura. A censura à imprensa, que objetivava cercear temas políticos, e a censura de diversões públicas (teatro, cinema, etc), que se amparava na defesa da moral e dos bons costumes, em um contexto em que entravam em choque os ideais dos setores mais conservadores e as mudanças comportamentais do final dos anos 1960, como o movimento *hippie*, o movimento feminista, bem como a defesa de maior liberdade sexual, com a defesa do amor livre, críticas ao casamento e ao papel tradicional atribuído à mulher na sociedade. (FICO, 2004; PINSKY, 2012). Dessa forma, conforme apontam Almeida e Weis (1998),

os assuntos que ouriçavam os militares nem sempre eram políticos em sentido estrito. A revista *Realidade*, por exemplo, teve apreendida uma edição especial sobre a mulher. Sua pauta costumeira era definitivamente indigesta para a pudicícia oficial: comportamento sexual, drogas, rebelião juvenil, conflito de gerações, fidelidade conjugal, divórcio, aborto, etc. Depois do AI-5, a revista foi se descaracterizando até morrer em surdina (ALMEIDA; WEIS, 1998, p.352-353).

Possivelmente, temas como liberdade sexual, o uso de anticoncepcionais, conflitos de gerações, homossexualidade, fidelidade conjugal, divórcio e aborto estavam contidos na denominada “crise da família”, termo bastante citado, porém indefinido, por *O Globo* ao longo do período em análise. É nesse longo período, compreendido entre os anos 1964 a 1974, num contexto de repressão e conservadorismo, mas também de crescentes mudanças e questionamentos morais, que centraremos o nosso foco de análise.

Como vimos no primeiro capítulo, o Dia do Papai começou a ser comemorado no Brasil em 1953, inicialmente somente no Rio Janeiro, tornando-se uma comemoração nacional nos anos seguintes. A partir de 1954, passou a ser comemorado no segundo domingo de agosto, por ser a data mais próxima ao dia de São Joaquim e em analogia ao Dia das Mães. Nos dias que antecediam a efeméride, as páginas do jornal *O Globo* apresentavam diversas reportagens e anúncios comerciais destinados a homenagear e sugerir presentes aos papais. De maneira que, além de sugerir presentes os anúncios veiculavam representações de como deveria ser o exercício da paternidade.

Estes anúncios, como afirmou Anna Cristina Figueiredo, não portavam imagens, ideias e visões de mundo alheias à sociedade que as produziu. As representações de paternidade divulgadas nas propagandas de produtos masculinos portavam “imagens e valores já presentes na cultura”. Nesse sentido, “o que a publicidade faz é apropriar-se dessas imagens e valores, e adaptá-los às suas necessidades comerciais, reforçando-os ou atribuindo-lhes novo significado” (FIGUEIREDO, 1998, p. 19)

2.1 O pai trabalhador, provedor, chefe de família, exemplo e amigo dos filhos

Conforme apontado por Figueiredo (1998), os anúncios publicitários tinham como público-alvo principalmente as camadas médias urbanas. Esses anúncios divulgaram representações acerca de como deveria agir o homem que era pai e buscavam instruir o exercício da paternidade.

Um dos principais atributos vinculados à figura paterna é o de trabalhador. Nesse sentido, em 03 de agosto de 1964, um anúncio publicitário de barbeador elétrico da Philishave da Philips intitulado “Philishave procura o Papai mais legal” anunciava:

Você já pensou na alegria do papai? Depois de um ano todo de trabalho e preocupações, chega o dia dele! Só dele! O DIA DO PAPAÍ! Que beleza, hein? Como retribuir o carinho, a dedicação e o amor que ele dá a você?

- Com um presente, é claro!

(O GLOBO, 03/08/1964, p. 5).

A representação do pai como trabalhador é uma informação que será reiterada nas reportagens sobre o Dia do Papai ao longo de todo o período em análise. Além de trabalhador o pai deveria ser também pontual. Nesse sentido, os relógios de pulso e de despertadores foram sugestões de presentes bastante recorrentes. Assim, na reportagem “Para o melhor pai do mundo”, afirmava-se que “acordar cedo é o maior suplício para o papai dorminhoco. Mas é também obrigação. Para que não haja mais atrasos, um despertador bonito” (O GLOBO, 07/08/64, p.7, Segunda Seção).

Acordar cedo para ir trabalhar era descrito como uma obrigação, um dever do papai, que aparece também na reportagem “Cá entre nós... SALVE O PAPAÍ!”, na qual *O Globo* iniciava afirmando que a expressão séria e os vincos visíveis na testa do papai faz “transparecer muito cansaço ou graves preocupações”, pois ele “sai, manhã cedinho, para o trabalho e quando volta à noite mal há tempo para uma carícia ou conversa gostosa” (O GLOBO, 03/08/0965, p.07, Segunda Seção). Ou seja, o papai é um homem sério, com muitas preocupações, que dedica a maior parte do tempo para o trabalho e com pouco tempo “para

uma carícia ou conversa gostosa”. Ou seja, era o tempo do trabalho que era valorizado e não aquele investido em afetos com os filhos e a esposa.

Ainda a respeito da dedicação do papai ao trabalho e a sua conseqüente falta de afeto e ausência do lar durante a semana, *O Globo* acrescentava:

Mas Deus fez também os sábados, domingos e feriados. Ah, que festa, que alegria indescritível o dia em que ÊLE, o PAPAÍ, não trabalha!
 - Hoje é domingo, Papai? V. não vai trabalhar, fica conosco o dia inteirinho?
 Se a boca não sorri, os olhos deixam transparecer profunda ternura. Desaparece o vinco na testa, desanuvia o semblante. ÊLE, o PAPAÍ querido sente a vibração do amor em todo o seu ser, agradece à Deus numa prece muda, afaga os filhos à sua moda, demonstra o quanto lhe são queridos. O chefe da casa, o esteio do lar (O GLOBO, 03/08/0965, p.07, Segunda Seção).

Como se depreende do excerto acima, buscava-se uma explicação religiosa para a ausência paterna na maior parte dos dias da semana. Segundo o texto, foi Deus quem dividiu a semana em sete dias e criou o sábado, o domingo e os feriados possibilitando que nessas datas os pais se dedicassem aos filhos, afagando-os à sua moda, demonstrando o quanto esses “lhe são queridos.” Ou seja, existe o tempo do trabalho, onde o pai é sério e ausente, e o tempo dos afetos. Este afeto, contudo, é muito contido, pois segundo a reportagem acima, “a boca não sorri” e o afago paterno é feito “à sua moda”.

Em uma reportagem publicada em 05 de agosto de 1965, ao proclamar o “Papai Lojista” e o “Papai do Ano” de 1965, o Clube dos Diretores Lojistas além de elogiar a iniciativa do jornal *O Globo* quanto à criação do Dia do Papai e o conseqüente impulso comercial da comemoração, “surgindo daí a ideia das promoções consagradas pelo público brasileiro”, ressalta as qualidades do pai homenageado do ano, Francisco da Gama Lima Filho, como sendo um “trabalhador incansável”, “um democrata convicto, inimigo número 1 dos comunistas” (O GLOBO, 05/08/65, p.17). Ou seja, naquele segundo Dia do Papai após o golpe de 1964, aquela entidade patronal, lembrava que o pai não deveria ser comunista.

Nesse sentido, o jornal além de associar à figura paterna a ideia de trabalhador, expõe seu apoio aos militares e ao anticomunismo ao declarar que Francisco Filho é o “inimigo número 1 dos comunistas”. Ao publicar a fala do dirigente, *O Globo* demonstra o seu alinhamento à defesa da chamada “utopia autoritária”, que, segundo Carlos Fico (2004),

pautava-se principalmente pelo combate interno ao comunismo, à representação ideal de paternidade divulgada nas páginas do jornal.

Na edição de 06 de agosto de 1965, o jornal *O Globo* entrevistou personalidades sobre a relevância do Dia do Papai, as quais teceram considerações a respeito de seus próprios pais. Assim, na reportagem de título “Personalidades falam sobre a importância do “Dia do Papai”, o Juiz Atiê Cúri, da Justiça do Trabalho, afirma que seu pai era o “exemplo-padrão de pai”, pois “nunca fez outra coisa senão trabalhar”, era “operário, embora inteligente e de enorme curiosidade”. O arquiteto Bina Fonyat, por sua vez, declarou ao jornal que seu pai “tinha como norma que o trabalho era a riqueza do homem” (O GLOBO, 06/08/65, p.15).

Podemos compreender estas declarações sobre a paternidade à luz das considerações da pesquisadora Ana Paula Sefton, a qual afirma que

los discursos sobre el padre frecuentemente están relacionados con ideas de proveedor financiero, héroe, fuerza, inteligencia, protección. Entre las varias formas de poder a que el hombre es sometido, como la conquista del estatus social y de la constitución de una familia, está la mayor prueba de virilidad: la perpetuación de la especie (SEFTON, 2006, p.47).

Ser trabalhador oportunizava ao homem cumprir a função de prover a família em suas necessidades materiais, função que lhe era socialmente atribuída. De acordo com o jornal *O Globo*, “ser pai é trabalhar o dia inteiro” e não ter tempo de ficar com o filho “porque tem de trabalhar”. Além disso, “a única coisa chata de ser pai é ganhar um monte de gravatas no “Dia do Papai” (O GLOBO, 09/08/69, p.2, Segunda Seção). Novamente é possível perceber que a associação do pai ao trabalho se faz de maneira tão reiterada que inclusive os presentes que o papai mais recebe estão vinculados ao ambiente de trabalho, de modo que se ganha “um monte de gravatas no Dia do Papai”. Ou seja, a representação de trabalhador divulgada e valorizada nos anúncios de presentes para o Dia do Papai estava relacionada com as profissões liberais de classe média em ascensão naquele contexto de desenvolvimento urbano.

As reportagens e anúncios publicitários valorizavam a figura do pai trabalhador, que atuava fora de casa. Mesmo que centrando o foco no homenageado, o papai, muitas notícias portavam representações sobre a maternidade. Nesta divisão de gênero, cabia à mãe o papel central na educação dos filhos. Isto foi possível perceber, por exemplo, numa reportagem intitulada “Ela abre mão: amanhã é dia dele”, na qual, ao referir-se ao pai, *O Globo* nos informa que “nem sempre sua figura é lembrada”, pois em se tratando dos cuidados com os filhos a mãe é a protagonista. A seguir, o jornal acrescenta:

Mas o pai, escondido em seus bastidores, colarinho aberto, pasta na mão, jornal caído ao lado da poltrona da sala, por trás da fumaça de seu cigarro, rege a grande comédia familiar. No cenário do cotidiano, não lhe atribuem o papel principal, nem muito menos o primeiro plano no palco. **Mas, na hora da verdade, da luta suada, do trabalho pela sobrevivência**, do dissabor, do conselho vivido e do apoio maior, **ele está sempre presente** (O GLOBO, 12/08/1972, p. 1, Segunda Seção, grifos nossos).

No cotidiano familiar, o pai não tem papel central. No espaço privado, o pai atuava nos “bastidores”, pois seu espaço “natural” seria o espaço público, o mundo do trabalho. Nessa divisão de gênero, o lar seria o reduto feminino. Apesar de não ter o “papel principal”, o pai é quem “rege” a família.

É possível perceber em diversas matérias do jornal *O Globo* que a representação de paternidade vinculada ao trabalho, aparece atrelada às ideias de provedor e chefe de família. Assim, em reportagem de 03 de agosto de 1964, *O Globo* informa que “Dia 9 é o Dia do Grande Homem, o chefe da família. Todos por êle, êle é sempre por todos!” (O GLOBO, 03/08/1964, p. 31). Igualmente, a reportagem de título “Assim também, não!”, ao referir-se à comemoração do Dia do Papai, afirma que a data “é uma justa homenagem que se presta à figura do chefe da família [...] a quem tanto se sacrifica pelo bem-estar de todos” (O GLOBO, 04/08/64, p. 7).

Considerado o “chefe da casa”, “o esteio do lar”, o pai, segundo as reportagens do jornal *O Globo*, deveria ser o provedor material da família e para isso ele “sai, manhã cedinho, para o trabalho” (O GLOBO, 03/08/0965, p.07, Segunda Seção). Estas representações de paternidade e de relações familiares contidas nas reportagens do jornal *O*

Globo encontram-se em consonância com os valores e ideais da sociedade deste período, pois conforme nos indica Carla Bassanezi,

Na família-modelo dessa época, os homens tinham autoridade e poder sobre as mulheres e eram os responsáveis pelo sustento da esposa e dos filhos. A mulher ideal era definida a partir dos papéis femininos tradicionais – ocupações domésticas e o cuidado dos filhos e do marido – e das características próprias da *feminilidade*, como instinto materno, pureza, resignação e doçura (BASSANEZI, 2004, p. 608-609).

Assim, “ser mãe, esposa e dona de casa era considerado o destino natural das mulheres”, de maneira que a vocação prioritária para a maternidade e a vida doméstica seriam marcas de feminilidade, enquanto a iniciativa, a participação no mercado de trabalho, a força e o espírito de aventura definiriam a masculinidade (BASSANEZI, 2004, p. 609).

As frequentes associações do pai como o chefe da família podem ser compreendidas de acordo com as considerações de Carla Bassanezi, a respeito do modelo de casamento da sociedade do período em análise, de modo que

A sociedade conjugal pressupunha uma hierarquia, respaldada pela legislação, em que *o marido era o chefe*, detentor de poder sobre a esposa e os filhos, *a quem cabiam as decisões supremas, a última palavra. Logo abaixo vinha a autoridade da esposa*. Era considerado importante que o casal conversasse e trocasse ideias, mas pertencia ao homem – *de acordo com a natureza, Deus e o Estado – a direção da família* (BASSANEZI, 2004, p.626).

Os anúncios e reportagens, como vimos, divulgam representações presentes na cultura, de maneira que a recorrência das representações paternas associadas à imagem de pai como trabalhador, provedor e chefe de família encontra amparo no pensamento vigente na sociedade deste período. No período analisado nesta pesquisa (1964-1974), ainda estava em vigor o Código Civil de 1916, que estabelecia papéis sociais bem delimitados para o homem e a mulher no matrimônio, a fim de assegurar a ordem familiar, tendo em vista, segundo Sílvia Arend, o “ideal da norma familiar burguesa” (ARENDA, 2018, p.227). Assim, “ao homem, chefe da sociedade conjugal, cabia a representação legal da família, a administração dos bens comuns do casal e dos particulares da esposa segundo o regime matrimonial adotado” (MALUF & MOTT, 1998, p.375).

Em 1962, o Estatuto Civil da Mulher Casada passou a reconhecer a esposa como companheira e colaboradora nos encargos familiares do casamento, “sem dúvida um avanço em relação ao Código Civil de 1916, que as considerava simplesmente ‘incapazes’” (SCOTT, 2012, p. 23; PEDRO, 2012; PINSKY, 2012).

Apesar dessa conquista presente no Estatuto da Mulher Casada em relação ao Código Civil de 1916, ainda persistia, nos documentos aqui analisados, uma representação de gênero segundo a qual ao homem estava destinado o espaço público, o mundo do trabalho. Cabia ao chefe da família prover a esposa e os filhos e ser o mediador com o mundo externo. A mulher, por sua vez, deveria estar restrita ao espaço privado, no âmbito doméstico, onde tinha o papel social de esposa e mãe, a “rainha do lar” (MALUF; MOTT, 1998, p.379-80).

Cabe ressaltar, contudo, que é justamente nesse período em que está ocorrendo uma quebra significativa dessa noção de papéis de gênero, por conta dos questionamentos do movimento feminista. A partir das décadas de 1960 e 1970, aumenta a participação das mulheres no mercado de trabalho, bem como seu acesso à educação formal (SCOTT, 2012). Segundo Cristina Wolff e Vanderlei Machado (2014, p. 176), “em 1975, em nível nacional, as mulheres representavam 40% do conjunto de estudantes universitários”. Apesar disso, o jornal *O Globo* optou por manter e divulgar esse modelo de família que valorizava as hierarquias de gênero nas reportagens e anúncios analisados.

Além de trabalhador, provedor e chefe de família, segundo o jornal *O Globo* e as peças publicitárias nele divulgadas, o pai deveria ser um exemplo a ser seguido pelos filhos. Nesse sentido, na matéria intitulada “Personalidades falam sobre a importância do Dia do Papai”, o jornal *O Globo* afirmava que “o pai é a figura sempre presente, o exemplo edificante, a renúncia e o trabalho para o bem do filho” (O GLOBO, 06/08/65, p.15). Nessa frase encontramos alguns termos paradoxais, visto que ao mesmo tempo que o pai é ausente, pois deve trabalhar, ele estava presente pois representava “um exemplo edificante”. Da mesma forma, em outra reportagem intitulada “Você é grande, Papai!...”, *O Globo* nos informava:

Em cada gesto, em cada atitude, em cada palavra, em todos os momentos você é grande, Papai!
 Você é o grande homem, Papai.
 Você é meu exemplo, meu guia, o chefe de nossa bonita família, você é meu Pai!
 (O GLOBO, 04/08/1964, p. 20).

No excerto acima restou reforçada a imagem do pai como um homem que é física e moralmente grande, superior, um exemplo que serve como guia para a criança que vai crescer e um dia tornar-se também um chefe de família.

Visando reafirmar essa representação do pai enquanto modelo a ser seguido pelo filho, *O Globo* publicava a opinião de outros profissionais sobre o tema. Numa reportagem intitulada “O pai em quatro dimensões - Primeiro Modelo para o Filho”, o jornal entrevistou uma psicóloga educacional. Segundo a entrevistada, Gida Menescal Fiúsa, o pai exercia influência “nos filhos através do relacionamento mantido com a esposa. Este relacionamento é que possibilita estabelecer a segurança no lar.” A entrevistada seguia informando que “a figura do pai representa um modelo para o filho”, e acrescentava que “o único legado que os pais conseguem transmitir aos filhos são os valores atuantes”, e que os pais devem agir conforme os valores que ensinam aos filhos, pois “o filho te guiará não pelo que o pai diz verbalmente, mas pelo modo como ele age” (O GLOBO, 04/08/1964, p. 11, Segunda Seção). Em matérias como essa, *O Globo* trazia informações acerca do comportamento esperado do pai, qual seja, este deveria ser um exemplo moral e guia para a família, um modelo para os filhos, para os quais transmitia valores que ele próprio exercitava. A matéria traz uma ideia de que o marido exerce uma influência moral sobre a esposa. Essa influência se fará sentir na forma como, mesmo na ausência do pai, a mãe educa e cuida dos filhos.

Esta ideia aparece também na entrevista realizada com um pediatra. Segundo o médico pediatra entrevistado, Dr. Rinaldo de Lamare, que fora eleito o Pai do Ano de 1963, a maneira de um pai, na primeira infância, ser útil a seu filho era sendo um bom marido. Ao se esforçar para ser um bom marido o pai deixava a “mãe, tranqüila e segura do afeto do pai de seu filho”, possibilitando que a mesma dedique “todo o carinho e amor à criança. Os cuidados com o bebê ficam por conta da mãe” (O GLOBO, 03/08/1964, p. 11, Segunda Seção).

O pai, além de servir como modelo, deveria atuar também como um conselheiro dos filhos, agir com compreensão e justiça. Esses atributos aparecem na reportagem “Os vencedores do concurso sobre o Dia do Papai vão ganhar bolsas de estudos”, na qual o jornal informava que “a diretoria da Divisão de Educação e Cultura da V Região Administrativa de Copacabana, D. Maria Elisa Rodrigues Campos, declarou a *O Globo* que “a criança deve ter no pai um estímulo permanente, um ouvinte e conselheiro, a fonte inesgotável de compreensão, justiça e entusiasmo” (O GLOBO, 07/08/64, p.7).

Outro entrevistado, nesta reportagem, o Prof. Cláudio Campos, acrescenta que “numa época em que a vida em família se está esvaindo, o ‘Dia do Papai’ tem o poder de lançar os filhos sobre os pais, no sentido de forçar o diálogo tão necessário entre os mesmos” (O GLOBO, 07/08/64, p.7). Novamente se faz menção a uma suposta crise ou perda de poder da família. Ao que tudo indica, a solução para a suposta dissipação da família estava na capacidade do chefe de família em dialogar com os filhos, aconselhando, estimulando e servindo de exemplo para os mesmos. Ainda segundo o Prof. Cláudio Campos, o Dia do Papai poderia contribuir no sentido de aproximar os pais dos filhos.

Essa representação do pai como exemplo a ser seguido pelos filhos esteve presente nas páginas de *O Globo* durante todo o período em análise. Numa reportagem de 1972, o entrevistado Hugo Rodrigo Octávio afirmou ao jornal que ser pai “é agir sempre com sinceridade e honestidade para que o exemplo seja útil aos filhos”. O pai, nesse sentido, atuaria como um exemplo e guia moral para os filhos, bem como para a família (O GLOBO, 12/08/1972, p. 2, Segunda Seção).

Na reportagem intitulada “Confiança mútua é o mais importante entre pai e filho”, o jornal *O Globo* aborda como seria o pai ideal. Nesta matéria foi entrevistado um jovem de 18 anos. Conforme o entrevistado, na sua visão de filho, “a maior qualidade que [...] vê em seu pai é a honestidade. Um exemplo que sigo”. A seguir o jovem complementa que

são as suas atitudes que guardo como modelo. É compreensivo e dá estímulo aos filhos pela própria vida que leva. Imprimiu em todos nós um sentido de responsabilidade – inteira liberdade nos estudos – e nos oferece uma noção de confiança à qual precisamos corresponder (O GLOBO, 07/08/64, p.7, Segunda Seção).

Segundo o jovem, o pai deve ser compreensivo e “estimular” os filhos pela maneira como vive, servindo de exemplo de honestidade. As palavras do jovem, segundo concluía o articulista de *O Globo*, retratam o “bem proceder de um pai moderno” (O GLOBO, 07/08/64, p.7, Segunda Seção).

Na reportagem intitulada “Personalidades falam sobre a importância do “Dia do Papai”, o jornal *O Globo* entrevistou o professor Celso Kelly, presidente da Associação Brasileira de Imprensa. Segundo a matéria, o professor afirmava que cresceu “tendo como exemplo e inspiração o meu pai, o magistrado, homem de letras, consciência cívica e democrática, que compreendeu os meus anseios e inclinações e me propiciou os meios de satisfazê-los”. Ainda nesta reportagem, o arquiteto Bina Fonyat informa ao jornal que seu pai seria responsável por dar o exemplo, pois ele “só almejava que compreendêssemos seu empenho em nos orientar na vida, honrando a família, pensando na Pátria e nos semelhantes” (O GLOBO, 06/08/65, p.15).

As afirmações relativas à moral, à família, bem como à pátria e a consciência cívica citadas na reportagem acima, estão de acordo com as considerações de Figueiredo, que tendo em vista os estudos de J. Fiorim (1988), afirma que

os responsáveis pelo golpe militar de 1964 articularam em seu discurso valores e representações muito caros aos setores médios [...]. Tradição cristã, ordem, família, propriedade, eram elementos do imaginário desses setores que quando evocados no discurso político sempre foram capazes de sensibilizar amplos segmentos da sociedade (FIGUEIREDO, 1998, p. 138)

Na reportagem intitulada “Um domingo só para eles”, *O Globo* apresenta uma entrevista com várias personalidades, as quais foram abordadas pelo jornal para emitir suas opiniões a respeito do Dia do Papai. Ao ser questionado sobre a figura paterna, o entrevistado Austregésilo de Athayde, presidente da Academia Brasileira de Letras, comentou que o pai tem “a maior responsabilidade dentro da família” acrescentando que considera “muito auspicioso em nossos tempos, que se ponha em relevo o papel do pai, de grande responsabilidade na condução da família” (*O Globo*, 08/08/1970, p. 7). Para o ator Grande Otelo, que havia ganhado o prêmio de “Pai Artista do Ano”, afirmou que com o passar do tempo se sente mais pai e, por isso, “com maior responsabilidade para com o futuro dos

filhos”. Por sua vez, o compositor Billy Blanco, disse que considerava “a figura do pai muito importante porque é o esteio da família”, e que procurava ensinar aos filhos “o melhor para eles” (O GLOBO, 08/08/1970, p. 7).

As matérias acima reafirmam as representações do pai enquanto chefe da família, seu exemplo e guia moral. Ao divulgar essa representação se buscava instruir e fortalecer um modelo de família defendido por setores mais conservadores da população. Para esses a família estaria se esfacelando face às intensas transformações socioculturais pelas quais o Brasil vinha passando a partir de década de 1950, sobretudo nos anos 1960 e 1970. Conforme Maria Almeida e Luiz Weis, para o grupo que tomou o poder pela força, em 1964, estaria ocorrendo uma “dissolução dos costumes” que era parte da insidiosa subversão comandada pelo movimento comunista internacional (ALMEIDA; WEIS, 1998, p. 399). É interessante observar que as matérias e anúncios aqui analisados não definiam o que entendiam como sendo os motivos da dissolução da família. Nelas o que observamos é a repetição de um modelo de família burguesa, cis-heteronormativa, branca, que tinha acesso aos bens de consumo e que era composta por pai, mãe e filhos. Nesse modelo ideal de família cabia ao pai servir como exemplo, orientar os filhos, ser trabalhador, prover o lar e ser honesto.

Além disso, cabia ao pai ser amigo dos filhos. Nesse sentido, na reportagem intitulada “O Pai em quatro dimensões - Porta da Camaradagem se Abre Assim”, *O Globo* publicou uma entrevista com o médico pediatra Dr. Rinaldo de Lamare, eleito Pai do Ano de 1963, abordando sua experiência de pai. Segundo o médico “o que deve haver entre pai e filho é o sentimento de respeito, baseado sobretudo na admiração e na amizade” (O GLOBO, 03/08/1964, p. 11, Segunda Seção).

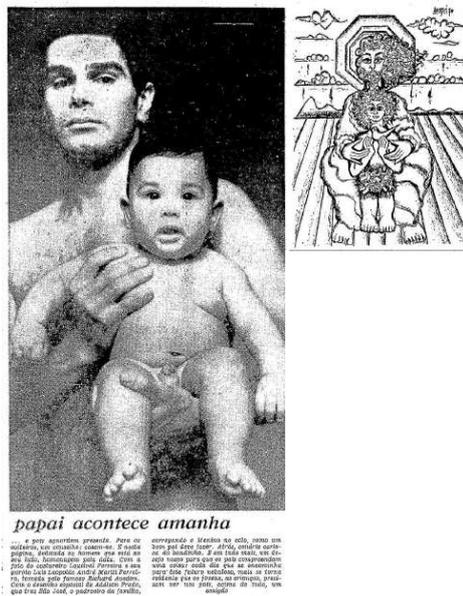
Além de orientações de como o homem que deseja ser um bom pai deveria se portar, a matéria acima apresenta também representações de família e papéis sociais de pais e mães, sendo desejado que o homem se esforce para ser um bom marido, para que a mãe possa, assim, dedicar-se afetosamente à criança, encarregando-se dos cuidados com o bebê. Ser um bom marido, conforme *O Globo*, possivelmente está relacionado às representações de paternidade que vimos nas reportagens anteriormente, que associam ao pai às ideias de trabalhador, chefe de família e provedor. Por fim, do pai se espera que seja uma figura de respeito, admiração e amizade para o filho.

Em 1970, o jornal *O Globo* declara na reportagem “Papai acontece amanhã”:

E em tudo mais, um desejo nosso para que os pais compreendam uma coisa: cada dia que se encaminha para êste futuro nebuloso, mais se torna evidente que os jovens, as crianças, precisam ver nos pais, acima de tudo, um amigão (O GLOBO, 08/08/1970, p. 2, Segunda Seção).

Cabe salientar nesta reportagem, cujo texto é acompanhado da fotografia do costureiro Loutival Ferreira e seu filho Luis Leopoldo André Mariti Ferreira, que além de mostrar o pai mais próximo ao filho, pela primeira vez, o pai aparece com o torso nu no jornal, segurando no colo um bebê também nu. É interessante também observar que a fotografia está ao lado de uma ilustração religiosa, “que traz São José, o padroeiro da família, carregando o Menino no colo, como um bom pai deve fazer”, indicando qual o comportamento ideal esperado por um pai (O GLOBO, 08/08/1970, p. 2, Segunda Seção).

Figura 2: Reportagem do Jornal *O Globo* – “Papai acontece Amanhã”.



Fonte: O GLOBO, 08/08/1970, p. 2, Segunda Seção.

Outro ponto a observar é a afirmação do jornal *O Globo* de que “cada dia que se encaminha para este futuro nebuloso, mais se torna evidente que os jovens, as crianças, precisam ver nos pais, acima de tudo, um amigão”, reafirmando uma preocupação já

observada nas publicações anteriores do periódico *O Globo* com a necessidade de fortalecer os laços familiares, que estariam se esvaindo, neste “futuro nebuloso”, preocupação que nos parece estar relacionada às mudanças e questionamentos aos valores tradicionais que vinham ocorrendo neste período.

Por outro lado, outros meios de comunicação, acompanhando o clima de mudanças socioculturais, ao contrário da postura adotada pelo jornal *O Globo*, traziam temas ainda tabus na sociedade desse período. Pode-se citar, por exemplo,

o número 10 da revista *Realidade*, de janeiro de 1967 – edição especial sobre “mulher brasileira” que trazia uma reportagem ilustrada por fotos sobre parto, os resultados de uma pesquisa sobre sexo sem casamento, infidelidade, prostituição e aborto, além de entrevistas com uma atriz de “posições liberais” e com uma mãe solteira – foi proibido de circular por dois magistrados sob a acusação de promover a “obscenidade”, a “pornografia” e ofender a “honra da mulher” (PINSKY, 2012, p. 520).

No dia 04 de agosto de 1970, em anúncio publicitário da Seiko, contendo sugestão de presente, bem como mensagem de homenagem ao Dia do Papai afirma-se:

Ame seu pai. Seja compreensivo com êle. Da mesma forma que êle é compreensivo com você. Ame seu pai. E demonstre isso. Em todos os momentos que você puder. No dia dêle, por exemplo, um presente Seiko é o melhor caminho para um bom entendimento. Ame seu pai. Êle nunca vai esquecer isso. Afinal, demonstrar amor não é vergonha para ninguém.
Não tenha vergonha de amar seu pai (O GLOBO, 04/08/70, p.15).

Esta reportagem chama atenção ao afirmar “não tenha vergonha de amar seu pai”, “afinal demonstrar amor não é vergonha para ninguém”. Pode-se compreender a necessidade dessas afirmações, tendo em vista o ideal tradicional de masculinidade e paternidade vigentes neste período, que associa ao masculino características como força, agressividade, virilidade e poder, distanciando-se da dimensão afetiva das relações. O afetivo e o sentimental, por sua vez, estão tradicionalmente associados ao feminino, atribuindo às mulheres “capacidades sentimentais, emotivas, compreensivas, docilidade, dependência e submissão, além de estarem orientadas para a maternidade” (OLIVEIRA, 1998, p. 103).

No ano de 1972, a reportagem “É justo, orgulhe-se dele” ao homenagear os papais tendo em vista O Dia do Papai reforça a representação de pai como amigo, afirmando que “ele só deseja mesmo ser pai e cada vez mais amigo. O segundo domingo de agosto, dia 13, é o seu dia” (O GLOBO, 02/08/1972, p. 6) . Neste ano, em outra reportagem, o jornal *O Globo* entrevistou diversos pais famosos a respeito de sua visão sobre ser pai. Segundo Vinícius de Moraes, “ser pai é procurar, sempre, ser o melhor amigo de seus filhos.”

Em reportagem especial sobre o Dia dos Pais no caderno feminino “Ela”, o jornal *O Globo* inicia a matéria informando que “ELA, hoje, é uma carinhosa homenagem aos papais, comemorando, em especial première, o dia de amanhã”. A seguir, o jornal afirma que

Nossa moda, endereçada ao sexo forte, é alegre e sabe das coisas. Tal qual o papai de nossos dias. O amigo, de coração e sorriso sempre abertos.
 Hoje, a moda é para ele.
 Pois amanhã é seu dia.
 Viva o papai, um amigo legal.
 (O GLOBO, 10/08/1974, p. 25, Segunda Seção)

Segundo a reportagem acima, o pai é representado como “um amigo legal”, “o amigo, de coração e sorriso sempre abertos”. Além disso, a reportagem refere-se ao pai como o “sexo forte”. Pode-se compreender o uso deste adjetivo como estando relacionado à construção de “uma imagem masculina associada à autonomia, autoconfiança, liderança, agressividade, força, aventura, arrogância, poder de decisão, capacidade de domínio, assertividade, rusticidade, orientação para realização” (OLIVEIRA, 1998, p. 103). De acordo com essa concepção tradicional de masculinidade, segundo Carla Bassanezi, “a iniciativa, a participação no mercado de trabalho, a força e o espírito de aventura definiriam a masculinidade” (BASSANEZI, 2004, p. 609).

Esta concepção tradicional de masculinidade pode ser relacionada, por sua vez, ao conceito de masculinidade hegemônica, que se refere ao homem “branco, jovem, forte, saudável e heterossexual” (MACHADO, 2007b, p.42), o qual pressupõe um ideal de masculinidade vinculado “indicadores de virilidade, poder e prestígio” (PAMPLONA; BARROS, 2021, p. 11). O conceito de masculinidade hegemônica deriva do conceito de *self-*

made man, que se origina no início do século XIX, nos Estados Unidos. Conforme nos explica Erving Goffman,

há apenas um homem completo e sem rubores na América do Norte: um jovem, casado, branco, urbano, do norte, heterossexual, protestante, pai, com educação superior, bem empregado, bem apessoado, de bom peso e boa estatura, e com algum recorde esportivo recente... Qualquer homem que não se qualifica em alguma dessas categorias provavelmente irá ter uma imagem de si mesmo – pelo menos durante alguns momentos – como sem valor, incompleto e inferior (GOFFMAN, 1963, p. 128 *apud* KIMMEL, 1998, p. 106-107).

Segundo Robert Connell e James Messerschmidt (2013, p. 253), “as masculinidades hegemônicas podem ser construídas de forma que não correspondam verdadeiramente à vida de nenhum homem real. Mesmo assim, esses modelos expressam, em vários sentidos, ideais, fantasias e desejos muito difundidos.”

Considerando que o conceito de gênero é uma categoria de análise sempre relacional (SCOTT, 1995), o conceito de masculinidade hegemônica é definido e construído em oposição às demais masculinidades, consideradas subalternas e desvalorizadas, bem como em oposição às mulheres, as quais constituem-se no “outro”, “representando o lar, a vida doméstica, a obrigação familiar” (KIMMEL, 1998, p.116).

Em reportagem de homenagem ao Dia dos Pais, publicada em 1974, o jornal *O Globo* informa que “os tempos mudaram e destruíram a barreira que o concreto da autoridade patriarcal havia colocado entre as gerações”. Ao se referir ao pai, “o chefe da família”, *O Globo* afirma que: “ontem, o ar austero, a voz de barítono, [...] o **pater famílias** inabalável. Hoje, o pai boa praça, o cara legal, [...] o parceiro na pelada na rua, o bom de papo, de riso, de chope e de samba” (O GLOBO, 10/08/1974, p. 25, Segunda Seção).

Estas mudanças, de acordo com o jornal, são visíveis “por dentro e por fora”, associando a mudança de comportamento à mudança na forma de vestir do papai, agora mais jovem e descontraída, pois “a moda atendeu aos apelos dos jovens, em sua tentativa de igualar idades e idéias”. De acordo com a reportagem, o papai deveria se vestir agora com “jeans e

malhas descontraídos”, uma moda “sempre disposta a brincar entre os filhos, numa identidade onde apenas as primeiras rugas evidenciam os anos de intervalo entre um e outro”, “no todo, pai e filho, um só amor” (O GLOBO, 10/08/1974, p. 25, Segunda Seção).

Podemos depreender que a reportagem acima faz alusão às já referidas mudanças em curso nesse período, o que parece influenciar, por seu turno, nas representações de paternidade apresentadas. Nesse sentido, na reportagem são citados dois modelos de pai, o “*pater familias* inabalável” e o “o pai boa praça, o cara legal”. O termo “*pater familias*” está relacionado, segundo Ana Scott, aos “valores patriarcais que remontam ao período colonial” e “foram referência quando o assunto é família: pressupunham a ideia de submissão de todos (parentes e/ou dependentes) que estivessem sob o poder do *pater familias*” (SCOTT, 2012, p.15-16). Ainda segundo Ana Scott,

a palavra família deriva de *famulus*. Em seu sentido primitivo designava o conjunto dos escravos/servidores pertencentes ao *pater familias*, que tinha poder de vida e de morte sobre todos que estavam sob sua autoridade: a mulher, os filhos, os agregados, os escravos (SCOTT, 2012, p.39).

Ainda de acordo com o jornal *O Globo*, referindo-se às transformações socioculturais desse período, “os tempos mudaram e destruíram a barreira que o concreto da autoridade patriarcal havia colocado entre as gerações. A coisa mudou. Por dentro e por fora. E, a moda atendeu aos apelos dos jovens, em sua tentativa de igualar idades e idéias” (O GLOBO, 10/08/1974, p. 25, Segunda Seção). Com relação a estas mudanças socioculturais, Carla Bassanezi Pinsky afirma que

A *autoridade* – fosse pai, marido, professor, padre ou governador – não estava mais tão firme em seu pedestal. Os conflitos, as diferenças de opinião e comportamento ficariam evidentes. Distintas visões de mundo, marcadas por geração, conviviam nessa época. Em poucos anos, a palavra *diálogo* entraria no vocabulário de pais e filhos e *juventude* viria a ser um ideal unânime, mas, nos anos 1960 e 1970, os jovens surpreenderiam ao desafiar os padrões morais e familiares que haviam conduzido a vida de seus pais até então (PINSKY, 2012, p. 515).

Na reportagem intitulada “As crianças dizem que um pai ideal deve ser assim”, o jornal *O Globo* apresenta as impressões das crianças em relação aos seus pais, bem como sua

visão de como seria o pai ideal. Antes de passar às falas das crianças, na introdução da reportagem, o jornal afirma que o pai

É uma figura múltipla, difícil de imaginar. Precisa satisfazer a tantas exigências: comprar sapatos, móveis, trocar aquela TV usada, dar balas e brinquedos. Sempre coisas que simbolizam segurança. Mas talvez quem toque no centro do problema é o pequenino psicólogo que não hesita em responder: “Dando amor já é suficiente” (O GLOBO, 11/08/1974, p. 5).

Ainda nesta reportagem, o periódico *O Globo* afirma que a imagem do pai ideal se modifica conforme a idade das crianças. Assim, para as crianças menores, segundo o jornal *O Globo*,

a imagem do pai ideal é formada pela segurança material que ele oferece à casa. Assim, Edna (cinco anos) diz que é o que “compra comida”; Michel (cinco anos) acha que ele “compra sapatos, móveis para a casa”; outras dizem: “troca a TV velha por uma nova, o ar condicionado também”. Enfim, a noção de que o pai é o responsável pela manutenção financeira da família se estende aos pequenos gastos, “dá chicletes, balas e sorvetes”, afirmam Patrícia Maria e Ana Paula (cinco anos) e André (seis anos); ou ainda, segundo Patrícia (cinco anos), “leva dinheiro e compra brinquedos para a gente” (O GLOBO, 11/08/1974, p. 5).

As representações apresentadas no trecho acima reiteram as representações anteriores, que atribuem à figura paterna os papéis de trabalhador, chefe da família e provedor. A seguir, ao abordar a imagem de pai ideal segundo a opinião das crianças maiores, o jornal *O Globo* acrescenta que “entre os sete e nove anos o relacionamento entre pai e filhos começa a ser mais afetivo e menos ligado com a necessidade de sustento”. Nesse sentido, Rodolfo Gustavo diz: “para ser um bom pai não precisa de ter dinheiro. Dando o amor já é o suficiente”. Por sua vez, Rodolfo Luiz afirma que “o pai ideal ‘mostra ao filho o que a vida é’”, conforme a representação de pai como exemplo e guia para os filhos. *O Globo* conclui afirmando que “o importante é que para cada criança o melhor pai é sempre o seu, dos sábados e domingos, do escritório e bom para sua mãe também (a mãe é sempre lembrada)” (O GLOBO, 11/08/1974, p. 5).

Por fim, nesta reportagem do jornal *O Globo*, são incluídas as opiniões de algumas crianças a respeito do que consideram ser um bom pai, conforme trecho abaixo:

Luiz José Veríssimo (12 anos): Um bom pai para mim é aquele que abre a luz da vida para os filhos. Que conduz seus filhos ao difícil e paciente caminho da sabedoria, cultura e educação. Que transforma a realidade em uma coisa suave. [...] E, finalmente, um bom pai é aquele que consegue mostrar o verdadeiro caminho dos filhos.

[...]

Patrícia, de dez anos, é positiva: “Um pai não é bom só dando presentes, ele precisa dar seu amor e sua confiança a sua família. Todo pai que quer ser bom é bom, não precisa de conselhos de ninguém.”

[...]

Para **Fabienne**, de sete anos, o pai tem algumas definições: “O pai é legal – ele é bom – ele trabalha – alguns são médicos, outros são engenheiros – Ele dá amor para a gente – Ele brinca com a gente, ele sustenta a gente”.

(O GLOBO, 11/08/1974, p. 5).

Como salientamos, nesta reportagem, são reafirmadas as representações de paternidade tradicionais, relacionando o pai ao mundo do trabalho. Assim, o pai é visto como o provedor familiar, responsável pelo sustento da família, sendo citado pelas crianças como o pai que “compra comida”, “compra sapatos, móveis para a casa”, bem como aquele que conserta coisas em casa - “troca a TV velha por uma nova, o ar condicionado também”. Tarefas, por sua vez, relacionadas tradicionalmente ao papel masculino, paterno, tendo em vista a divisão de tarefas no casamento-modelo deste período, o qual atribuía tarefas domésticas como deveres femininos, ao passo que, “dentro de casa, os homens deveriam ser solicitados apenas a fazer pequenos reparos” (BASSANEZI, 2004, p.626).

Outra representação de paternidade reiterada nesta reportagem é a que associa à figura paterna a de exemplo moral, pois o pai é aquele que “mostra ao filho o que a vida é”, “que conduz seus filhos ao difícil e paciente caminho da sabedoria, cultura e educação”, ou conforme as palavras do entrevistado Luiz José Veríssimo (12 anos), “um bom pai é aquele que consegue mostrar o verdadeiro caminho dos filhos”. A dimensão afetiva da paternidade também é citada pelas crianças, assim, conforme Rodolfo Gustavo, “para ser um bom pai não precisa de ter dinheiro. Dando o amor já é o suficiente”.

Como procuramos demonstrar, as reportagens e anúncios aqui analisadas além de homenagear os pais e incentivar o consumo de produtos fizeram “circulavam visões de mundo e representações de gênero” (MACHADO, 2007b, p. 54). Assim, neste capítulo, buscamos

identificar e compreender as representações de paternidades divulgadas pelo jornal *O Globo* entre os anos de 1964 a 1974. A partir da análise das reportagens e anúncios veiculados durante as semanas que antecediam a comemoração do Dia dos Papai foi possível perceber a recorrência de representações de paternidade que associam a figura paterna às ideias de trabalhador, chefe de família e provedor material, bem como do pai como uma figura de exemplo moral e amigo dos filhos. Estas representações de paternidade são reafirmadas nas reportagens ao longo de todo o período analisado. Menciona-se ainda as noções de proteção, segurança, responsabilidade e respeito como vinculadas à paternidade. Desta maneira, verifica-se que as representações de paternidade veiculadas pelo jornal *O Globo* estavam em consonância com as representações de paternidade e de gênero presentes na sociedade deste período, as quais atribuíam ao homem a função de provedor e chefe de família.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esta pesquisa, buscamos analisar as representações de paternidade divulgadas pelo jornal *O Globo*, entre os anos 1964 e 1974, por meio de anúncios publicitários e reportagens alusivas ao “Dia do Papai”.

Compreendemos, segundo Hennigen e Guareschi (2002), que a mídia apresenta um caráter pedagógico, produz conceitos sobre o social, indica formas de agir, pensar e perceber o mundo. Logo, a mídia exerce influência sobre a construção da identidade paterna. A imprensa, no caso do presente estudo o jornal *O Globo*, fez circular uma série de representações sobre a paternidade no período em tela, que visavam instruir os comportamentos paternos.

Tendo em vista que a publicidade e o jornal *O Globo* fazem uso de ideias e valores já presentes na sociedade, as representações que eles apresentam reforçam representações de paternidade e papéis masculinos sancionados socialmente. As mensagens publicitárias do período analisado eram direcionadas para um público urbano, oriundo “das camadas médias” da sociedade, de modo que os reclames e reportagens veiculados pelo jornal *O Globo* dialogavam com as representações destas camadas. Conforme abordamos, de acordo com o modelo de paternidade tradicional, ao pai é atribuído o papel de chefe e provedor da família, ao passo que à mãe associa-se o papel de cuidar dos filhos e do lar.

O jornal *O Globo*, como vimos, foi o idealizador da data comemorativa do Dia do Papai no Brasil, justificando-a como uma contribuição para o fortalecimento dos laços familiares, ideia que se repete com frequência nas matérias sobre a criação do Dia do Papai publicadas pelo jornal *O Globo*. Nestas reportagens foi possível perceber o caráter religioso presente no Dia do Papai, pois inicialmente a efeméride fora idealizada para coincidir com o dia de São Joaquim, pai da Virgem Maria. Também se evidenciou a ligação do jornal *O Globo* com entidades governamentais e religiosas, bem como a iniciativa privada, as quais expressavam seu apoio à comemoração, elogiando o jornal *O Globo* por ter idealizado a festividade. Cabe destacar também que é possível perceber nas reportagens que havia uma

aprovação por parte do governo militar em relação à campanha do Dia do Papai, assim como com a representação do pai como chefe de família.

Como a historiografia tem demonstrado⁸, o jornal *O Globo* apoiou abertamente o golpe de 1964 e os governos militares que se seguiram até 1985. Assim, buscamos ao longo da pesquisa perceber se as representações de paternidade veiculadas por *O Globo*, além de buscar instruir o exercício da paternidade, apresentavam relação com os valores políticos e ideológicos defendidos pelo regime.

Nas reportagens analisadas são frequentemente reafirmadas a importância da religião, da moral e da família, bem como uma preocupação recorrente com o fato de que a instituição familiar estaria se esvaindo, justificando-se inclusive a criação da efeméride com o objetivo de fortalecer os laços familiares. Evidenciou-se também referências à pátria e à consciência cívica, podendo-se citar, por exemplo, o elogio do jornal *O Globo* ao “Pai do Ano” de 1965, como “um democrata convicto, inimigo número 1 dos comunistas.” Conforme nos aponta Figueiredo (1998, p. 138), “tradição cristã, ordem, família, propriedade” eram elementos muito caros às camadas médias urbanas da sociedade, os quais foram, por sua vez, articulados no discurso político dos militares. Além disso, estes setores conservadores pressupunham que estaria em curso, nesse período, a “dissolução dos costumes”, como resultado de uma “insidiosa subversão comandada pelo movimento comunista internacional”(ALMEIDA; WEIS, 1998, p. 399). Por outro lado, assistia-se nesta época a crescentes transformações socioculturais e questionamentos da moral tradicional vigente na época, que confrontavam os valores da “tradicional família brasileira”.

Considerado o chefe da família, o líder, o “rei”, o pai sempre era representado nas reportagens do jornal *O Globo* como o “centro” da família, aquele quem “regia” e conduzia a família, em consonância com o modelo de casamento tradicional dessa época, segundo o qual aos homens se atribuía o papel de provedor e chefe familiar, ao passo que às mulheres lhes atribuía o reduto doméstico, tornando-as responsáveis por se dedicar ao lar, aos filhos e ao marido.

⁸ MOTTA, Rodrigo, *op.cit.*; NAPOLITANO, Marcos. *opus cit.*

Nesse sentido, pode-se depreender a partir das reportagens analisadas que as representações de paternidade divulgadas e valorizadas ao longo dos anos pelo jornal *O Globo* estavam ligados a um modelo hegemônico de paternidade, segundo o qual ao pai se atribuía o papel de trabalhador, provedor, chefe de família, bem como o pai como sendo uma figura de exemplo moral e amigo dos filhos. Este modelo hegemônico de paternidade, por sua vez, estava de acordo com os valores tradicionais da sociedade deste período, que eram defendidos pelos governos militares e seus apoiadores civis, os quais consistiam em uma visão tradicional de família e de gênero na qual o pai é o chefe da família, o provedor e exemplo moral, responsável por sua manutenção, proteção e condução.

FONTES

1. Jornais O Globo - Acervo O Globo (<https://acervo.oglobo.globo.com/>)

O Globo, 15 agosto de 1953

O Globo, agosto de 1964

O Globo, agosto de 1965

O Globo, agosto de 1968

O Globo, agosto de 1969

O Globo, agosto de 1970

O Globo, agosto de 1971

O Globo, agosto de 1972

O Globo, agosto de 1974

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria H. T.; WEIS, Luiz. Carro – zero e Pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.) *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Cia das Letras, 1998.
- ALVES, Maria Helena Moreira. *Estado e Oposição no Brasil (1964-1984)* Bauru, SP: Edusc, 2005.
- AREND, Silvia M. F. Sobre padres e hijos en la ley brasileña: una mirada histórica (1916-2009) In: Lucía Lionetti; Isabella Cosse; María Carolina Zapiola. (Org.). *La historia de las infancias en América Latina*. 1ed. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, 2018, v. 1, p. 225-239.
- APOIO editorial ao golpe de 64 foi um erro. *O Globo*, 31 ago. 2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>. Acesso em: 22 jan. 2022.
- BADINTER, Elisabeth. *Um Amor Conquistado: o Mito do Amor Materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, Mary Del (org.). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2004.
- BITTENCOURT, Isabella Goulart et. al. Envolvimento paterno na mídia: publicações em revistas para pais e mães. *Estud. pesquis. psicol.*, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 688-707, 2015.
- BOTTON et. al. Os papéis parentais nas famílias: analisando aspectos transgeracionais e de genero. *Pensando Famílias*, 19(2), dez. 2015, (43-56)
- BUSTAMANTE, Vania; TRAD Leny A.B. Participação paterna no cuidado de crianças pequenas. Um estudo etnográfico com famílias de camadas populares. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, 21(6):1865-1874, nov-dez, 2005
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural: Entre Práticas e Representações*. Rio de Janeiro: Difel, 1990
- CONNELL, Robert W. & MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 21 (1): 241-282, janeiro/abril-2013.
- CORDEIRO, Janaína Martins. *Direitas em movimento: A Campanha da Mulher pela Democracia e a ditadura no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

COSTA, Edwaldo. *A ditadura brasileira no tempo: um estudo dos discursos do Jornal O Globo em 1964/1985 e 2014*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

COSTA, Rosely Gomes. Reprodução e gênero: paternidades, masculinidades e teorias das concepção. *Estudos Feministas*, 2/2002.

DRAGO; MENANDRO. A paternidade e a maternidade sob o olhar de jovens de classe média e baixa: um estudo em representações sociais. *Revista colombiana de psicología*, vol. 23 n.º 2 julio-diciembre 2014 bogotá colombia pp. 311-324

FICO, Carlos. Espionagem, polícia política, censura e propaganda: os pilares básicos da repressão. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia A.N (Org.). *O Brasil Republicano: o tempo da Ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX*. Livro 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FICO, Carlos. Versões e controvérsias sobre 1964 e a ditadura militar. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 24, nº 47, p.29-60 – 2004

FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada: Publicidade, cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo: Hucitec, 1998.

FREIRE, Maria Martha de Luna. *Mulheres, mães e médicos: discurso maternalista no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

HENNIGEN, Inês & GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima. A paternidade na contemporaneidade: um estudo de mídia sob a perspectiva dos Estudos Culturais. *Psicologia & Sociedade*, Porto Alegre, v. 14, n. 1, 2002. p. 44-68.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (Org.). *A invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOHLFELDT, Antonio; BUCKUP, Carolina. *Última Hora: populismo nacionalista nas páginas de um jornal*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

KIMMEL, Michael S. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. *Horizontes Antropológicos*. 1998, v. 4, n. 9 , pp. 103-117.

LACERDA, Antonio C. et. al. *Economia Brasileira*. São Paulo: Saraiva, 2010.

LHULIER. VISENTIN. Representações sociais da paternidade: um estudo comparativo. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 31, n. 3, p. 305-312, set-dez. 2019

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSK, Carla Bassanezi (Org.) *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2005.

MACHADO, Vanderlei. A saúde da mulher e a virilidade masculina: imagens de corpo e gênero em anúncios de medicamentos - Florianópolis (1900-1930). *Nuevo Mundo-Mundos Nuevos*, v. 7, p. S/N-S/N, 2007.

MACHADO, Vanderlei. *Entre Apolo e Dionísio: A imprensa e a divulgação de um modelo de masculinidade urbana em Florianópolis (1889-1930)*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007b.

MACHADO, Vanderlei. Lembranças do pai: por uma história da paternidade nas memórias dos que lutaram contra a ditadura civil militar brasileira. In: *Encontro Nacional de História Oral: Memória, democracia e justiça*, XI, Rio de Janeiro, Anais...Rio de Janeiro, IFCS-IH. 2012.

MACHADO, Vanderlei. Paternidade, maternidade e ditadura: a atuação de pais e mães de presos, mortos e desaparecidos políticos no Brasil. *História Unisinos* 17(2): 179-188, Maio/Agosto 2013.

MAGNOLO, T. S.; PEREIRA, Aline Andrade. O papel desempenhado pelo jornal *O Globo* ao golpe de 64. In: Intercom Sudeste, 2016, Salto. Intercom Sudeste, 2016.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: SEVCENKO, Nicolau (Org.) *História da vida privada no Brasil República: da Belle Époque à Era do Rádio*. São Paulo: Cia das Letras, 1998. p.367-421

MELLO, João M.C.; NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.) *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. A Ditadura nas representações verbais e visuais da grande imprensa (1964-69). *Topoi*, v. 14, p. 62-85, 2013.

NAPOLITANO, Marcos. *1964: História do Regime Militar Brasileiro*. São Paulo: Contexto, 2014.

NAPOLITANO, Marcos. A imprensa e a construção da memória do regime militar brasileiro (1965-1985). *Estudos Ibero-Americanos*, v. 43, p. 346-366, 2017.

O Globo é lançado. Memória *O Globo*. Disponível em:[http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-e-lançado-9196292](http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-e-lançado) .Acesso em: 22 jan. 2022.

OLIVEIRA, Pedro Paulo Martins de. Discursos sobre a masculinidade. *Revista Estudos Feministas*, Rio de Janeiro, v. 6, n.1, p. 91-112, 1998.

PAMPLONA, Roberta Silveira; BARROS, Betina Warmling. As masculinidades à brasileira: um balanço das produções sobre o tema nos periódicos científicos. *BIB*, São Paulo, n. 95, 2021, pp. 1-20.

PEDRO, Joana Maria. Corpo, prazer e trabalho. In: PINSKY, Carla B.; PEDRO, Joana M. (Org.) *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

PESAVENTO, Sandra Jathay. *História e História cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

PINSKY, Carla Bassanezi. A Era dos Modelos Rígidos. In: PINSKY, Carla B.; PEDRO, Joana M. (Org.) *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

ROBERTO marinho na direção. Disponível em:

<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/roberto-marinho-na-direccedilatildeo-9519686>. Acesso em: 22 jan. 2022.

RODEGHERO, Carla S.; GUAZZELLI, Dante G.; DIENSTMANN, Gabriel. *Não calo, grito: memória visual da ditadura civil-militar no rio grande do sul*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2013.

SARTI, Cynthia Andersen. A família como autoridade moral. *Cad. Pesq.*, São Paulo, n.91, p. 46-53, nov. 1994.

SCOTT, Ana Sílvia. O Caleidoscópio dos Arranjos Familiares. In: PINSKY, Carla B.; PEDRO, Joana M. (Org.) *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, 20(2):71-99, 1995.

SEFTON, Ana Paula. Paternidades en las culturas contemporáneas. *La Ventana*, Guadalajara, v. 3, n. 23, p. 37-69, 2006.

WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

WOLFF, Cristina Scheibe ; MACHADO, Vanderlei. . Gênero e Militância de Esquerda. In: Ana Lize Brancher; Reinaldo Lindolfo Lonh. (Org.). *Histórias na ditadura - Santa Catarina (1964-1985)*. 1ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2014.