

## Introdução

A imprensa feminina surge no Brasil no século XIX e logo ganha força como principal veículo de informação dedicado exclusivamente às mulheres. A medida que a sociedade brasileira se transforma, assim como o papel da mulher dentro dela, o segmento vai também se modificando, ganhando as características necessárias para continuar gerando interesse. O consumo cresce e as publicações cada vez mais ganham um significado mercadológico. Na década de 60, mudanças na moda, principal foco das revistas femininas, e no comportamento das gerações mais novas – a chamada “juventude” – modificam o discurso e transformam a estética que será veiculada e vendida dali para frente e que continua valendo até o princípio do século XXI. Nesse estudo procuramos analisar a imprensa feminina brasileira na década de 1960.

Para ilustrar nosso recorte, discutiremos a coluna *Em dia com a moda*, veiculada na revista *A Cigarra*, no período situado entre outubro de 1963 e junho de 1968. Importa-nos identificar como a coluna, assinada inicialmente pela jornalista Walda Menezes, retratou as transformações marcantes dessa década. Estas transformações podem ter contribuído para a disseminação pelos meios de comunicação de massa daquilo que chamamos hoje de “culto ao corpo”, fenômeno que se mantém como tema central em todas as esferas dos assuntos ditos femininos. Tentaremos ressaltar de que maneira, ainda que com certo atraso, os “novos” conceitos difundidos nos anos 60 chegaram até determinados segmentos da população feminina brasileira por intermédio da imprensa especializada, quando a influência das revistas voltadas para as mulheres se consolida no país.

Ao realizar a pesquisa empírica no material da revista, um aspecto da coluna ganhou maior destaque do que as imagens que tão fortemente pareciam exemplificar as transformações ocorridas nessa década. As mudanças que aconteceram no discurso da autora ao longo das cinquenta e sete edições da coluna acabaram assumindo importância maior que as fotos das modelos (ao longo desses dez anos elas foram visivelmente perdendo peso). Tornaram-se também ainda mais importantes que as mudanças na moda - que cada vez mais

deixava esse corpo magro à mostra. Presente em toda a imprensa feminina, ainda que de formas variadas segundo cada veículo, tal discurso viria influenciar diretamente a representação do ideal feminino. Como destacou Naomi Wolf, a criação da imprensa especializada dirigida à mulher, teve importante influência na representação da feminilidade:

Antes da invenção tecnológica da produção em massa, uma mulher comum era exposta a poucas imagens dessa natureza. Pela primeira vez, novas tecnologias tinham condições de reproduzir em figurinos, imagens de como deveria ser a aparência das mulheres (Wolf, 1992, p.17).

É importante ressaltar que exatamente nos anos 1960 esse ideal passaria por enormes transformações, principalmente com a difusão por esses meios de comunicação da chamada “liberação sexual da mulher” – não sem razão acompanhada na imprensa, por enorme multiplicação de imagens de corpos femininos. Esta liberação não se deu de forma isolada: representou uma das consequências de mudanças ocorridas na sociedade como um todo, quando jovens começaram a sinalizar o desejo de se rebelar, chamando atenção para seus problemas e necessidades. Foi uma época de enorme incerteza com relação ao futuro, em que muitos jovens não mais podiam se identificar com o estilo de vida imposto pelos pais. Até o final da década seriam responsáveis por importantes movimentos, que se desdobrariam e que seguiriam atuantes pela seguinte.

No entanto, apesar de todas as transformações no discurso ocorridas a partir de certo período durante a década, seria ele – agora renovado – capaz de representar a voz da “nova” mulher brasileira? “Não”, é a resposta de Dulcília Buitoni, importante pesquisadora da imprensa feminina no Brasil, para quem faltam “mulheres de verdade” nas publicações brasileiras (2009, p.12). Esta observação nos faz lembrar a coluna *Em dia com a moda*, na qual muitas vezes pudemos constatar claro descompasso entre imagem e texto: o ideal de feminilidade produzido por um discurso que em muito pouco traduz a realidade.

De fato, a partir de 1960 o estímulo à liberação sexual da mulher tornar-se-ia responsável por enormes aumentos no faturamento das revistas femininas e de seus anunciantes. Experts que são na capacidade de ajudar a mulher a se transformar no que Edgar Morin chamou de “boneca do amor – a mulher modelo

desenvolvida pela cultura de massa” (1987, p.141) –, essas publicações passaram a estar sempre prontas a oferecer cosméticos, dicas de beleza, moda e comportamento capazes de garantir, para a leitora fiel, uma vida pretensamente muito mais feliz.

Entretanto, pudemos perceber que em outro importante momento de transformações sociais na história, como o final do século XVIII (aceleração industrial, urbanização e mudanças significativas nas relações familiares), também o discurso da feminilidade apresentava enorme divergência relativamente aos anseios das mulheres. Naquela época as narrativas foram criadas com base em uma suposta “natureza feminina”, que mantinha a mulher na esfera doméstica. Esta era vista como “habitat natural” feminino, por meio de cuja organização ela garantiria que a família nuclear não se dissolvesse ou alterasse. Ao mesmo tempo, a mulher doméstica ofereceria ao “pai” de sua família a tranquilidade necessária para acumular capital de acordo com as novas diretrizes de produção.

Voltar no tempo nos possibilitou percorrer a luta travada por algumas mulheres expoentes de suas épocas, na tentativa de criar com suas próprias palavras um discurso que efetivamente as representasse. Dessa maneira, conseguimos traçar alguma conexão entre a literatura, principalmente a romanesca, e a imprensa feminina propriamente dita. Segundo Morin (1987, p.140), essa última nasceu, incorporando a si, ainda que os transformando, “a literatura sentimental barata e o jornalismo de moda e de figurinos-modelos”. São muitas as pesquisas e publicações revisadas, que nos informam ter sido essa a fórmula usada pelos primeiros periódicos dedicados às “Damas”. Mas, ainda que possamos acreditar na premissa de que grande parte dessas publicações tenha nascido como “gazetas literárias” (Buitoni, 1986, p.25), estas acabaram por abrir às mulheres uma possibilidade de expressão que lhes era negada através da literatura.

Virginia Woolf, em *Um teto todo seu*, discorre sobre a impossibilidade de uma mulher, ainda no século XIX, exercer sua criatividade artisticamente:

(...) a mulher não era incentivada a ser artista. Pelo contrário, era tratada com arrogância, esbofeteada, submetida a sermões e admoestada. Sua mente deve ter sofrido tensões, e sua vitalidade reduzida pela necessidade de opor-se a isto, de desmentir aquilo (1985, p.72).

Nesse sentido, a proliferação da imprensa dirigida às mulheres tornou-se “um espaço decisivo para o desenvolvimento da expressão feminina” (Buarque de Hollanda, 1991, p.18), desempenhando importante papel na disseminação dos primeiros acordos do feminismo, tanto em países da Europa, como na América do Norte e na América Latina. No Brasil, contudo, a chamada imprensa feminista não conseguiu manter um número significativo de títulos por muito tempo.

Mais importante ainda, essa volta no tempo nos levou a um período da história em que a sexualidade da mulher virou tema de importantes discussões, quando “valores como recato, pudor e vergonha”, deveriam ser “cuidadosamente cultivados para servirem de freio a seus desejos que, à diferença das fêmeas animais, não se reduzem ao ciclo biológico” (Kehl, 1998, p.74); um tempo em que “de modo mais geral, a civilização apoiava-se na repressão das urgências sexuais” (Hobsbawn, 2010, p.356) e a “castidade tinha importância religiosa na vida de uma mulher” (Woolf, 1985, p.65).

Depois de percorrer o tempo histórico, de pouco mais de um século, tentaremos descobrir as similaridades que tornaram esses dois momentos da história tão significativos no que se refere à situação social da mulher. Quais eram as discrepâncias então existentes entre o discurso convencionalmente imposto e aquele que permaneceu por tanto tempo silenciado, recalcado pelo trabalho nas cozinhas ou entre costuras e desenhos, e que segundo alguns autores<sup>1</sup> poderia ter desembocado na histeria, mais tarde diagnosticada por Freud? Teria essa insatisfação com a vida real sido agravada pela “fúria de ler”, que, segundo Maria Rita Kehl, tomou posse das mulheres de classe média e alta no século XIX<sup>2</sup>? A autora cita o exemplo de Aimée, “objeto de um dos primeiros estudos de caso do jovem Lacan, camponesa deslocada que perdera a cabeça à força de ler romances e de querer publicar os seus” (1998, p.96), o que seria praticamente impossível, como deixou claro Virginia Woolf com o argumento citado anteriormente.

---

<sup>1</sup> Ver: KEHL, M. R. **Deslocamentos do feminino**. Rio de Janeiro: Imago, 1998 (p.96); BRAGA, A. Corpo e agenda na revista feminina. 2005. 24f. Publicação – UNISINOS, São Leopoldo, 2005 (p.23).

<sup>2</sup> Não podemos esquecer que, graças à tecnologia, em meados do século XIX pela primeira vez houve a possibilidade de reproduzir as obras a um custo baixo. Aliada à capacidade de distribuição favorecida pela multiplicação das estradas de ferro, esta possibilidade propiciou a propagação do gênero.

Voltando à década de 60. Seria a inadequação do mesmo discurso sobre o feminino que, apesar de vender em suas publicações o estilo dos “brotinhos liberados sexualmente”, produziu nessa década uma figura feminina bem diferente, que segundo Buitoni (2009, p.12), se reflete em uma dona de casa insatisfeita? Para a autora, o retrato da mulher de classe média brasileira nos anos 60 era o de uma mulher que, “dizendo-se feliz, não passava de uma frustrada senhora com problemas de saúde, conservadorismo e uma amarga ilusão não concretizada”. Ou ainda, teria a mulher moderna da década de 60, se transformado numa frenética consumidora de produtos e serviços, justamente porque, ao não conseguir atingir o ideal difundido, recorria ao consumo exagerado, que acabava surgindo como remédio para tudo? Pode este discurso ser responsabilizado por gerar nas leitoras não mais a histeria, “efeito da repressão social a que eram submetidas no século XIX”, mas psicopatologias modernas como “depressão, anorexia nervosa e bulimia” (Braga, 2005, p.23)?

É verdade que não se pode responsabilizar somente a imprensa pela difusão dos padrões de estética corporal feminina vigentes a partir de meados de 1960. Ela é apenas uma das vertentes da comunicação de massa. Veículos como o cinema e a televisão tiveram e têm enorme importância para a propagação desses valores. Mas a nós interessa tratar das questões propostas acima e ainda formular novas, tendo como base o material impresso a que as mulheres tiveram acesso, desde os romances até as publicações especializadas da década de 60.

É importante ressaltar que a escolha da revista *A Cigarra*, assim como da coluna *Em dia com a moda*, se deram em circunstâncias particulares. Walda Menezes era minha sogra e em razão de nossa afinidade, tornei-me sua herdeira intelectual quando do seu falecimento em 2009. Dessa forma, todo o material acumulado em mais de cinco décadas de trabalho como jornalista ficou sob meus cuidados. Como era de meu interesse prosseguir com a pesquisa que havia iniciado na graduação, a respeito da exposição do corpo feminino na mídia de massa, tornou-se natural a escolha do material principalmente situado na década de 1960.