Revista *A Cigarra*

Em março de 1914 surge a revista ilustrada *A Cigarra*. Lançada primeiramente em São Paulo por Gelasio Pimenta, ela passaria a integrar o grupo Chateaubriand na década de 40, quando transfere sua redação para o Rio de Janeiro ganhando uma “alma” mais carioca. Apesar de no momento do seu lançamento ser considerada como uma publicação de interesse geral, o conteúdo agradável e ameno que veiculava acabou por satisfazer mais rapidamente o público feminino, transformando-a em pouco tempo em uma revista dedicada a esse segmento.

Dez anos depois do lançamento, a revista já contava com uma seção sobre moda intitulada “Chronica das Elegantes” e assinada por um nome francês, Annette Guitry. Se Annette era mesmo francesa, ou ainda, se era mesmo mulher não se sabe ao certo. Afinal, ao contrário da literatura, em que mulheres eram obrigadas a assinar nomes masculinos para publicar seus escritos, na imprensa feminina foram os homens que tiveram que inventar pseudônimos com nomes de mulher. Isso se devia em parte à escassez de mulheres nas redações. O fato é que um nome francês lhe daria mais credibilidade para falar de moda, aumentando o interesse em torno da seção.

Mais interessante ainda era “Collaboração das Leitoras”, que na mesma época mostrava a relação intensa da revista com seu público:

Trazendo recados de moças enamoradas a príncipes encantados, fofocas entre colegas de escola, comentários a moças que estiveram em bailes etc., a seção era uma espécie de *cotillon*, de comunicação adolescente girando em torno de namoros e *footings* em praças e se estendia por várias páginas (Buitoni, 2009, p.66).

Essa seção era também o espelho da imagem das revistas ilustradas de caráter mundano da época, assim como uma tendência particular da própria *A Cigarra* em destacar assuntos mais suaves que se “adequavam” às mulheres, conclamando-as para o “bom feminismo” ou o “feminismo liberal”.

Esse “bom feminismo” era representado na revista por uma série de tarefas

que deveriam ser cumpridas pela mulher que quisesse ser chamada de “moderna”. No entanto, é interessante pensar em como muitas dessas tarefas associavam a mulher às causas sociais e à caridade, como, por exemplo, na matéria “Moda e filantropia” publicada na edição de agosto de 1961. Um desfile realizado em benefício da “Federação das sociedades de assistência aos Lázarus” no hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro), reuniu “quase duas mil senhoras e senhoritas da sociedade, que prestigiaram, com sua presença, esta festa beneficente, aplaudindo os 60 modelos ali apresentados”. Como um ser “mais sensível” ela era perfeita para encarnar tais papéis, participando de uma “tarde chique que muito ajudou a meritória causa”. A representação da mulher “moderna” passava nas páginas de *A Cigarra* pelas representações clássicas do feminino: “a doçura, o equilíbrio das ações, a beleza e candura de alma e caráter elevado”.

Mesmo quando a publicação se mostrava preocupada com a educação feminina, essa preocupação passava antes pela adequação aos modelos propostos como ideais, determinando assim o grau de complexidade intelectual esperados dessas mulheres, que

não deviam preocupar-se em demasia com assuntos exteriores aos domínios do lar, mas deveriam saber tratar de assuntos vários, para serem companhias agradáveis, para conversarem nos salões e não envergonharem seus pais ou esposos³².

Apesar de tudo *A Cigarra* demonstrava uma preocupação clara com a figura da mulher e mantinha em seu quadro várias colaboradoras como Elsie Lessa, que em 1932 publicava suas crônicas por lá. Ainda na década de 30, a revista fixa sua importância mantendo um público fiel.

Em 1948 *A Cigarra* era mensal. Editada no Rio de Janeiro pelo grupo Chateaubriand, a revista continha um suplemento feminino composto de “páginas trabalhadas, quase todas ilustradas com desenhos especialmente feitos para cada assunto” (Buitoni, 2009, p.88). Entre esses assuntos destacavam-se, moda, beleza, decoração e consultório sentimental. Em 1949 esse mesmo suplemento passou a ter uma capa especial, própria, que o separava no interior da revista, e ganhou o

³² AZEVEDO, L. H. de. **Mulheres revistas: educação, sociabilidade e cidadania na revista.** 2002. 13 f. Artigo apresentado no XXV INTERCOM em setembro de 2002.

nome de *A Cigarra feminina*. Todas as suas páginas eram coloridas, o que diferenciava o suplemento do resto da revista, em que não se via muita cor.

Com o consumo crescente de bens não duráveis, os anunciantes foram ganhando mais espaço, fazendo com que o suplemento aumentasse o número de páginas, “acrescentando seções e incluindo serviços e intercâmbio com as leitoras” (Idem). Dessa maneira, *A Cigarra* passou a oferecer um leque mais amplo, que incluía diversas páginas com desenhos de coleções de moda, matérias sobre beleza, dicas de como usar acessórios, ginástica, artigos de cunho psicológico, contos, histórias em quadrinho, decoração e ainda uma seção onde as leitoras mandavam cartas contando seus problemas, à espera dos conselhos da revista. Em outubro de 1949 o suplemento saiu com 31 páginas, todas ilustradas.

5.1

Representações da feminilidade na década de 60 em *A Cigarra*

A primeira edição de 1960 trazia na capa o assunto que se tornaria uma das marcas da imprensa feminina na década. A foto de uma jovem ocupava todo o espaço, onde se via como legenda a seguinte frase: “*Beleza começa no primeiro dia do ano*”. Com pouco mais de noventa páginas, o exemplar trazia dezessete reportagens, sendo sete delas relacionadas a beleza e a moda, uma sobre Brigitte Bardot, além de três sobre literatura. Nas seções encontravam-se utilidades domésticas, culinária, horóscopo, palavras cruzadas, curso de corte e alta-costura, dicas sobre livros, um concurso de contos e um correio sentimental denominado “Caminhos do Coração”.

Uma matéria em especial merece destaque – “Assim nasce e desfila um manequim”. Nessa época havia uma diferenciação de nomenclatura entre as modelos de passarela (então chamadas de *manequim*) e aquelas que faziam fotos para editoriais de moda, já chamadas de *modelo*. Na década de 60 as primeiras eram bem mais requisitadas, pois as revistas femininas brasileiras ainda importavam grande parte das fotos que publicavam. Aliado a isso temos o fato de

que algumas importantes boutiques, como a Casa Canadá no Rio de Janeiro, obtinham grande sucesso ao produzir cópias de roupas dos costureiros estrangeiros e os apresentar em desfiles elegantes, dedicados às damas da sociedade. O crescimento da demanda em torno dessas recém-surgidas profissionais era exatamente o tema da matéria, que destacava haver, interessadas em seguir essa carreira, um número expressivo “*de mulheres bonitas e elegantes, destinadas a serem sucesso vida afora*”.

Seguindo um estilo bastante romanesco a autora descrevia as características essenciais que uma jovem deveria ter para se candidatar ao posto de manequim da Casa Canadá: “*ser esgalga, alta e ter olhos brilhantes. Uma voz educada e gestos comedidos*”. Características que passavam antes pela representação clássica da feminilidade ainda apareciam no discurso de 1960. Para ser manequim de passarela, bastaria na verdade, que a moça fosse magra e alta. “Olhos brilhantes”, “voz educada” e “gestos comedidos” em nada mudariam a função prática de apresentar diferentes modelos de roupa. No entanto, para a leitora ou talvez para a autora da reportagem, era preciso ser mais.

Na sequência do texto as leitoras são informadas de que ainda que tivesse as características básicas para se tornar uma profissional dos desfiles, a moça passaria por um intenso treinamento para aprimorar e aperfeiçoar “*com técnica e disciplina o que a natureza, tão generosamente, doara*”. Este treinamento não levava apenas um dia, uma semana ou um mês, mas “*dias e mais dias de trabalho*”.

Através do artigo ficamos sabendo que foi essa a história de Andréia, moça que estudou no colégio Sion e que “*tem na pintura o hobby para todas as suas horas vagas*”. Foi assim também com outras lindas jovens: “*Ara (hoje Sra. João Tavares), Vania (Sra. Teddy Badin), Luciana (Sra. Fritz Alencastro Guimarães) ...*”. A matéria cita seis modelos que graças à profissão acabaram por realizar ótimos casamentos, passando a serem mais conhecidas pelo nome do marido – uma característica presente em muitos exemplares da década por nós analisados, quando apenas jornalistas e artistas compunham exceção à regra.

Na segunda página em meio às fotos das manequins, um *box* destaca de

forma prática, quais habilidades deve ter uma jovem que sonhe em se tornar parte desse grupo, assim como seus deveres ao ocupar o posto. São: ter uma “*naturalidade estudada, sendo esse o atributo do verdadeiro manequim*”; ter “*disciplina*”; fazer “*dieta*”, destacando que podia ser seguida apenas nos cinco dias úteis – uma grande vantagem sobre as moças de hoje; fazer “*ginástica*”, sendo as mais indicadas balé e ginástica rítmica, capazes de manter a feminilidade e graciosidade dos gestos; finalmente ter as “*medidas ideais: 1,72m de altura, 58 cm de cintura, 88 cm de busto e 86 cm – no máximo – de quadris*”.

Ainda no mês de julho, a matéria “Uma mulher diferente...”, traz uma importante demonstração das transformações pelas quais passaria na década a representação da mulher na revista. O texto seguinte vale a pena ser transcrito na íntegra, por exaltar as mudanças a que uma mulher pode, e deve, se submeter para ficar “*mais fascinante do que nunca*”:

Uma mulher diferente e mais fascinante do que nunca eis o que você poderá ser nesta estação. Sim, graças aos novos truques da moda, você tem em suas mãos o poder de acentuar perigosamente o seu ‘charme’, o seu direito de ser feminina. Com a nova maquiagem seus olhos terão maior realce, e sua cútis um tom pálido e dourado de marcante encanto. Os penteados, menos volumosos, serão românticos, prendendo os cabelos em coques ou deixando-os fingidamente negligentes de modo jovial. Os seus ‘tailleurs’ poderão tornar a silhueta extremamente juvenil ou ainda, criar com o comprimento de seus casacos a ilusão de túnica que sempre dá esbeltez.

As palavras “jovial, juvenil e esbeltez” seriam muitas vezes pronunciadas. Mais do que isso, a mulher ficava mais e mais responsável por tornar-se outra, para poder ser mais feliz (como Emma Bovary). Tornar-se outra significava também consumir os novos tecidos, a nova maquiagem, os novos cabelos. Nas fotos que ilustram a reportagem as legendas apresentam títulos que dão “nome” aos modelos e podem igualmente nomear a mulher que irá vesti-los. Dessa maneira, o *tailleur* é “diferente”, o costume é “novo”, o *manteau* é “elegante”, o chapéu de tricô é “juvenil” e o conjunto em jérsei é “ligeiro”. A apresentação dos modelos da estação se encerra com a frase: “*A moda do inverno e meia-estação conquistou o direito de ser jovem e alegre*” – bem assim, uma coisa ligada à outra.

Em janeiro de 1961 *A Cigarra* era composta de quinze reportagens, sendo

oito de moda e beleza, incluindo a seção “Coleções *A Cigarra*”, com desenhos de Alceu Penna. Essa “atração” começou a fazer parte da revista em julho do ano anterior e pouco tempo depois passou a se chamar apenas “Coleções de Alceu Penna”. O desenhista era tratado como o criador dos modelos “Desenhos e sugestões de Alceu Penna” ou “Alceu Penna sugere vestidos especiais para ‘suas’ garotas”. As seções mudaram um pouco: entrou “A Cigarrinha”, dedicada ao público infantil, e “Pessoas e Notícias”, um tipo de colunismo social. Ainda havia o concurso de contos e o correio sentimental “Caminhos do Coração”.

Em abril do mesmo ano uma matéria sobre moda íntima trazia modelos bem magras. Pelo título da matéria, “Um ar parisiense nas roupas íntimas”, conclui-se que eram francesas. No texto, a autora destaca que a parisiense “*extremamente cuidada e cuidadosa em sua aparência*”, sabe como ninguém “*aparar suas arestas*” e tornar-se “*esguia e graciosa graças à inteligência com que sabe suavizar os contornos de suas linhas*”. O segredo para conseguir uma ar “*eternamente jovem*” estaria na técnica especial empregada na arte de fazer *lingerie*. São apresentados diversos modelos de cintas, corpetes, modeladores e claro *soutiens* capazes de produzir milagres na silhueta cheia de curvas da mulher brasileira, conferindo-lhe “*ar parisiense*”. É interessante notar que apesar de bem comportadas – deixando pouco corpo à mostra – as fotos são muito sensuais e o são porque apostam na atitude das modelos um bocado fetichistas: caras e bocas, óculos de professorinha. Quando mais desnudas, aparecem por trás de uma cortina de renda. Dois anos depois – novembro de 63 – a revista publica novamente uma matéria sobre roupa íntima intitulada “Moda entre 4 paredes”. Inteiramente ilustrada com modelos brasileiras, as fotos demonstram um importante contraste que havia entre elas e as européias no que se referia às curvas. O mesmo pode ser percebido nas fotos de moda praia em duas diferentes edições da revista: janeiro de 62 e março de 63. Na primeira, moças muito magras e com cabelo estilo Brigitte Bardot apresentam, em fotos feitas no estúdio, os modelos inspirados em Saint-Tropez. No ano seguinte, brasileiras fotografadas no hotel Copacabana Palace desfilam silhuetas curvilíneas e ondulados cabelos negros vestindo modelos de moda praia da Celeste Modas.

Em janeiro de 1962 as reportagens diminuíram para apenas seis e a seção “Modas” aumentou, passando a conter cinco matérias ao todo. Nas outras seções,

poucas mudanças com destaque para a de cartas que, antes chamada de “Caminhos do Coração”, passa a intitular-se “O Assunto é Você” – abrangendo a partir de agora novos temas e questionamentos. No anúncio da seção já se podia ver que as velhas angústias amorosas começavam a perder terreno:

Você tem algum problema? De etiqueta? Elegância? Amor? Problemas com a educação dos seus filhos? Com a organização das suas Bodas de Prata? Com a preparação do seu enxoval? Com a reforma daquele vestido velho? Escreva-nos. Porque esta é a sua página, leitora. E aqui está uma amiga, às ordens, para ajudá-la.

Em novembro desse mesmo ano a revista decreta que em 1963 a mulher deve seguir um “*tipo diáfano*”. A “*ordem*”, segundo o texto, “*vem de Paris e é preciso obedecê-la*”. Seguindo com as dicas de moda e comportamento ela ressalta:

a mulher em 1963 será outra: o corpo apenas delineado revela que ela é uma heróica seguidora de regimes. Esgalga, de gestos lânguidos e felinos, de voz suave e baixa, os cabelos prêsos em coques severos, terá a mulher uma ar diáfano, distante.

Não basta usar a roupa certa, tem que fazer o tipo certo.

O exemplar de janeiro de 1963 apresentava nove reportagens, sendo uma de beleza e mais quatro matérias na seção “Modas”. Nas seções de variedades não houve muitas mudanças. Ainda em agosto deste ano a revista passaria por uma reformulação gráfica, ficando bem mais moderna, separando mais as seções “Variedades”, “Modas”, “Reportagens e Artigos” e incluindo uma seção chamada “Capa”, quando pela primeira vez na década a moça da foto vira objeto de reportagem com uma entrevista.

Em janeiro de 1964 encontramos sete reportagens e artigos, três na seção “Modas” mais a nova seção “Em Dia com a Moda”, que surgiu em outubro do ano anterior. Na seção “O Assunto é Você” podemos notar que sete entre dez cartas de leitoras falam de problemas relacionados à estética:

Três anos de casada, três filhos e meu corpo ficou horrível. Por isso lhe peço que me ajude a recuperar as formas antigas.

Vou casar-me em breve. Por isso lhe peço que me oriente quanto aos cuidados que devo ter para que meu corpo não fique com marcas depois que o bebê nascer.

Varizes nas pernas, manchas escuras no pescoço, calos nos pés e muitos cravos. Ajude-me a resolvê-los, sim?.

Sou casada, 25 anos e não tenho filhos, mas depois de uma gravidez que não foi adiante, fiquei com os seios flácidos. Por isso recorro aos seus conselhos.

Ainda que algumas vezes esses depoimentos e pedidos de ajuda nos pareçam um tanto fictícios ou reescritos por uma mesma pessoa, o fato é que a revista devia receber cartas bem parecidas, com questões similares.

Em julho de 64 as matérias de moda e beleza superavam em muito as outras. Eram ao todo dezessete dedicadas a esses temas, contra apenas cinco de assuntos variados. Nessa mesma edição aparece uma nova seção fixa chamada “Segredos de Beleza”. Uma matéria intitulada “Os casos difíceis da moda”: “*Sou mais baixa que a média*”; “*Sou mais alta que esbelta*”; “*Não sou mais jovem*”, utilizava-se do melhor estilo pode-isso-não-pode-aquilo, para ensinar às jovens senhoras problemáticas como ficar na moda com elegância apesar de seus “pequenos defeitinhos”.

O último caso chama atenção principalmente porque, não sendo baixa demais e nem estando acima do peso, a única restrição seria a idade. No entanto, as dicas não se limitam ao comprimento das saias (apenas uma vez citado) e à modelagens juvenis que poderiam ser considerados como verdadeiro impedimento. Elas falam também de cores, jóias, luvas, objetos que em princípio não deviam estar relacionados à idade. São muito mais restrições do que nos outros dois casos (vinte e três contra quinze), e incluem frases do tipo “*não usar cinto*” ou “*usar brincos verdadeiros*”. Foi interessante notar durante a pesquisa que tantas restrições rapidamente caíram em desuso. Um ano depois na coluna “Em dia com a moda”, ao citar a “*onda*” das minissaias a jornalista destacava que elas iam bem em moças de 16 anos ou (abre uma exceção) para aquelas que tivessem “*uma silhueta igual à de uma adolescente*”. A idade começava a não ser um impedimento para consumir moda.

Setembro de 1964 reedita matéria de mesmo tema que havia sido

publicada em 1960, com o título “Assim nasce um manequim”. É interessante notar o quanto o discurso da revista mudou em tão pouco tempo. Mais dinâmico, sem muito “romance”, demonstrando que as moças, pelo menos algumas delas, começavam a buscar na carreira de modelo mais do que um bom casamento.

Um porque apreciam publicidade e desejam ter a chance de se mostrarem e serem admiradas. Outras, porque vivendo num meio humilde, num subúrbio distante, imaginam que esse é o caminho que as levará a penetrar na sociedade e a viver no meio do luxo. Outras ainda – a minoria! – porque têm realmente vocação e desejam dedicar-se a esta carreira de corpo e alma.

A matéria não só elogiava as últimas, que estavam realmente em busca de uma carreira e que por isso “*terão sucesso*”, como também fazia um alerta: “*as outras ou se transformam em manequins vulgares, ou enveredam depois por setores menos recomendados*”. Tudo com muita delicadeza, como podemos ver.

Na edição de fevereiro de 1966 a sessão de cartas é inteiramente dedicada às questões sobre moda e beleza, com ênfase na segunda. Oito contra duas. Tantas que a jornalista que a assina, e supõe-se responde às leitoras, introduz as cartas com um texto intitulado “Beleza e equilíbrio devem andar sempre juntos”. Nele destaca que para ser bonita, além de “*ter um rosto de traços perfeitos, lindos dentes, olhos brilhantes, cabelos macios e sedosos*”, uma mulher precisa também ter equilíbrio emocional. E aconselha “*mantenha o bom humor, amiga. Dê aos outros o que você puder mas não deixe que os problemas dos que a cercam a absorvam, transformando-a numa criatura azêda, amargurada e infeliz. Porque uma mulher assim sempre terá o rosto marcado*”. Seja feliz não porque merece ser feliz, mas porque assim não terá rugas.

Na edição de setembro de 1967 um artigo de moda sobressai. Destacando a tendência dos maxi-relógios, o texto refere-se à “revolução” pela qual a moda vinha passando. Revolução que teve berço na Inglaterra, com a minissaia de Mary Quant³³ e de onde vinha agora também o gosto pelos maxirrelógios. “*Gosto que pegou logo*”, embora para a publicação fosse um acessório “*próprio para quem é*

³³ Estilista britânica que na década de 60 criou um diminuto pedaço de pano (30 cm apenas) que mudou o guarda-roupa feminino: a minissaia. Em poucos anos, Mary Quant abriu 150 filiais na Inglaterra, 320 nos EUA e milhares de pontos de venda no mundo todo. A boutique Bazaar se tornou o símbolo de vanguarda dos anos 60 e 70. Em 1966, a rainha Elizabeth II a condecorou com a Ordem do Império Britânico, prêmio que ela recebeu vestindo mais uma de suas criações.

jovem”. Para nós importa destacar, mais do que o novo tamanho para o velho objeto, o fato de que a modelo da foto que ilustra a reportagem esteja nua, “vestida” apenas com os diferentes modelos de relógio. Quase no final da década, o corpo feminino mostrado com apelo erótico começava a funcionar como importante ferramenta de venda, mesmo em uma revista aparentemente mais conservadora.

Nove páginas depois de tanta ousadia, uma volta ao conservadorismo característico de *A Cigarra*. Um pequeno texto ilustrado por três fotos, servia para divulgar o resultado de um sorteio promovido pela revista para premiar uma moça com “*Bolsa de Estudos do Curso Preparação para o Lar*”, da Escola de Educação Familiar da PUC. A felizarda, que era secretária e estava noiva, mal podia acreditar na sua sorte:

A Cigarra sempre foi minha revista preferida mas nunca pensei que me desse essa sorte. Estou noiva, e como trabalho fora não tive até hoje muito tempo para me preparar convenientemente para dirigir um lar. Sabe como é, chego em casa tarde, e os conhecimentos normais que toda moça deve ter para se tornar uma boa esposa e boa dona de casa vão sendo quase relegados.

Ela conclui singelamente “*meu noivo ficou tão satisfeito quanto eu*”. Claro que ficou.

Outra mudança importante na edição de setembro de 67 é a inserção da seção “Dêle”. Uma página inteira dedicada ao universo masculino: moda, música (feita por homens), curiosidades da personalidade masculina e cuidados com a aparência. Transmite a ligeira sensação de ser escrita para mulheres, mas não deixa por isso de ser uma inovação interessante. A própria diagramação e as cores da página têm uma linguagem diferente, mais masculina. Nada de *boxes* e ilustrações rebuscadas, com texto em preto dividido de forma clara em apenas três colunas. Composta de linhas mais retas com o fundo todo impresso num tom de verde militar e ilustrada por uma única pequena foto.

Como não poderia deixar de ser, uma matéria sobre beleza é o nosso último destaque da edição de setembro de 67: “Dê nova beleza às suas pernas” ocupa as páginas 110 e 111. O texto destaca a importância de ter pernas bonitas “*para poder enfrentar com vantagem uma mini-saia*”. Cheio de dicas e truques

explicativos que vão da ginástica à maquiagem, o artigo é ilustrado por fotos de belas pernas. Virando a página e chegando à de número 112, uma surpresa: na coluna de moda “Últimas”, o título “Pernas à vista” chama a atenção. No texto, mais sobre elas:

... as pernas não são mais as primas pobres. São elas que reinam, soberbas, na moda atual. E, pelo jeito, ao contrário do que parecia, será um reinado longo. Reparem que, como a função faz o órgão, até o joelho já está se embelezando (...).

Ao final fica a pergunta: teria sido a moda a responsável pela exposição do corpo associada aos cuidados excessivos? Ou a vontade de expor o corpo fez a moda subir saias e baixar decotes? Nunca saberemos.

1968 declara que a moda descontraída e livre do *prêt-à-porter* se firma com força total. A mulher, determina *A Cigarra*, “*continua leve, desenvolta, prática*”. É quando vemos as modelos brasileiras já bem mais magras. “*Nunca a moda foi tão jovem, nunca favoreceu tanto a feminilidade. (...) são criações bem jovens da moda avançada*”. As modelos já não são mais a Sra. Fulano de tal. Apesar de serem brasileiras, têm os cabelos curtos muito lisos, são muito magras e não exibem o tradicional bronzeado do nosso país tropical, que se podia perceber nas primeiras edições da década.

Em 1969 a diagramação mudou novamente e as cores aparecem com toda força na publicação. A moda, ocupando quarenta e quatro páginas da revista, vem em primeiro lugar no índice da primeira página. Seguida das reportagens, seis no total, das seções, que são doze, e mais um “*serviço especial*” inteiramente dedicado à beleza. Esse suplemento de beleza, distribuído em quinze páginas trazia “*segredos e artimanhas*”, alguns truques “*roubados*” da estrela Sophia Loren e mais “*tudo sobre perfumes*”. Ainda em 69, a seção de cartas mudou novamente de nome para “Diálogo”. A seção “Dêle” cresceu passando a se chamar “Masculino-Masculino” e assumindo duas páginas inteiramente dedicadas à moda que vestia os homens.

Outubro de 1970, a década chegou praticamente ao fim, pelo menos no que diz respeito às tendências de moda que já falam do verão de 71. A moda apresentada em vários editoriais passa a ser 100% nacional com crédito para lojas.

Jovem, claro. Uma reportagem sobre a mulher nos quadrinhos destaca Barbarella como a representante do *women power*: “*devoradora de homens, ela se agita em aventuras de amor e strip teases especiais*”. O sexo como artigo de consumo, vendia a imagem de uma mulher liberada e muito magra, como Jane Fonda.

5.2

Jovem, juventude, juvenil

Em 1961 uma reportagem da *Cigarra* declarava que “*nunca o mundo se preocupou tanto com a juventude como em nossa era*”. Era verdade, assim como é verdade que a partir de então não mais deixou de se preocupar. Além de estar presente em reportagens de moda e beleza da revista, sempre em busca dos modelos e cremes capazes de fazer uma mulher parecer mais jovem, a palavra (e o conceito) apareceram também surpreendentemente muitas vezes em matérias sobre decoração. Frases como “casa jovem”, “casa jovem para qualquer idade”, “casa jovem e moderna” e “decoração para uma casa jovem” foram muitas vezes encontradas ao longo da análise. Portanto, pareceu-nos pertinente destacar como “o jovem” era representado na *Cigarra*, uma vez que a pesquisa nos dava a sensação de que “jovem” estava em toda parte e ao mesmo tempo em lugar algum.

Em abril de 1960 *A Cigarra* exibia uma reportagem ressaltando a elegância das jovens da sociedade mineira, intitulada: “Novo estilo realiza sonho de m^oça bonita”. A matéria era sobre um “*figurinista*” de Belo Horizonte que fazia roupas sob medida, tendo essas jovens como suas clientes. O objetivo era que elas servissem de modelos³⁴ para suas criações exclusivas, tornando-se igualmente sujeito do artigo. Importava, claro, o fato de fazerem parte da alta sociedade mineira e por isso ao serem apresentadas, seu nome próprio era seguido do de seus pais – pai primeiro. Ressaltando suas qualidades, em um tempo em que prendas domésticas eram incluídas como talentos, o texto destacava ainda seus

³⁴ No início da década, quando ainda não havia uma quantidade significativa de modelos profissionais, moças da sociedade eram muitas vezes requisitadas para tal. Quando isso acontecia seus nomes e sobrenomes eram destacados.

hobbies, preferências musicais e de moda, assim como suas aspirações: a maior parte delas era professora ou estava estudando para ser.

No entanto, o que mais chama a atenção é o fato de a jornalista destacar que algumas não puderam aparecer nas fotos tiradas para “*nossa pacata revista*” por “*imposição dos noivos (modernos Otelos montanhese!)*”. Além disso fala-se delas na terceira pessoa, ainda que se trate de uma entrevista. Quando suas frases/falas aparecem – muito poucas – são destacadas entre parênteses: “(‘*um sonho que ainda não realizei, mas que espero visitar em breve*’)”, derrete-se uma Gisleine “*de belos olhos que mal terminou o ginásio e começou a aperfeiçoar-se no estudo de idiomas*”. “Sonho”, aliás, é uma palavra bastante empregada pelas entrevistadas na matéria que de cara esclarece: “*o de ter uma roupa feita sob medida, elas já realizaram*”: “*Um figurino para cada tipo; um estilo para cada mulher... eis o sonho de muitas elegantes (...)*”. Resta saber quais outros poderiam realizar sem que a “imposição dos noivos” novamente se manifestasse.

Um ano depois, outro artigo revelava que “hoje, os brotos reclamam dicionário”, ou seja, querem ser compreendidos na própria língua. O foco girava em torno da pergunta: como fazer para manter o controle dos filhos, em um momento em que a juventude começava a ser um valor em si inquestionável e que “ser jovem” tinha virado uma categoria da maior importância? Como fazer com que esses jovens “*que hoje têm suas próprias vontades, que não seguem mais o que era bom para seus pais, não se sintam desorientados (como tantos) e desequilibrados emocionalmente?*”. A autora ainda destacava o fato de que “*estudiosos austeros, muitas vezes apontam o rock’n roll ou o cha cha cha como causadores de todos os males...*”. Compreensão seria a chave para o “bom mocismo” apresentado no exemplo de alguns bem comportados jovens da sociedade carioca. Fotografados em festas particulares, eram mostrados em situações que contradiziam o texto, pois pareciam querer imitar os pais aos quais supostamente não queriam mais seguir.

A Cigarra promovia esses valores porque era esse o seu perfil. A verdade é que após o Golpe de 64 e até o final da década, a juventude brasileira passaria por uma enorme transformação principalmente nas capitais, como Belo Horizonte e Rio de Janeiro, onde a juventude bem comportada mostrada nos dois artigos

morava. Claro que não foram todos os que se revoltaram contra os pais e contra a sociedade estabelecida. Mas foram muitos e esses nunca encontraram espaço nas páginas da revista. A rebeldia deles serviu apenas à moda, muitas vezes citada como “*a única ditadora que merece ser seguida*”. Era também a única forma de revolução aceita.

A edição de setembro de 1967 apresenta uma entrevista com Twiggy, a adolescente de 41kg que mudou a cara de uma geração de modelos – “*a jovem símbolo da moda jovem, conta como é a sua vida*” e adverte “*a mini saia só é admissível para quem tem pernas finas e retas*”. Não tem assinatura de jornalista, como, aliás, quase todas as entrevistas publicadas por *A Cigarra* com personalidades internacionais. O texto é todo em primeira pessoa como se ela própria o tivesse escrito, quase como um diário. Alçada à condição de ícone com apenas 17 anos, ela dava conselhos e contava segredos em um discurso bastante pessoal. Twiggy foi na década de 60 a responsável por o visual muito magro, quase anoréxico, aparecer pela primeira vez nas capas de revistas. Pode ser considerada a primeira modelo a ficar conhecida no mundo todo.

A parte mais interessante do texto é quando a jovem revela como conseguiu ocupar o posto de estrela da moda, de uma hora para a outra. É curioso notar que apesar de ser muito jovem Twiggy credita seu sucesso ao namorado, empresário e sócio, nessa década em que os jovens atingiram uma liberdade inédita até então, quando o individualismo obteve uma importância muito grande: “*Bem, não se pode conseguir isso sozinha. Tem que se ter alguém – um homem – para aconselhar, orientar, cuidar de você*”. E esse alguém foi Justin de Villeneuve, por quem se apaixonou à primeira vista. O mesmo que lhe deu o apelido Twiggy e que a fazia matar aula para ir tirar fotos em um estúdio. Finalmente um príncipe encantado com tino comercial! Ainda que Twiggy aos 17 anos vivesse toda a efervescência da *swinging London* dos anos 60, n’ *A Cigarra* ela era apresentada como um anjinho que dormia com um ursinho.

5.3

Amor, casamento e crianças

Em maio de 1960 aparecem várias reportagens dedicadas ao tema casamento. Isso aconteceria em todos os anos da década, claro que com maior ou menor ênfase. Se no início eram vários artigos sobre “o antes, o durante e o depois do Grande Dia³⁵” – enxovais, preparativos da festa, viagem de lua de mel, como sorrir, como atravessar a nave, que usar na cabeça, tipos de aliança –, com o tempo o assunto foi restringindo-se aos vestidos. Mesmo os artigos a respeito destes mudaram e o discurso açucarado foi pouco a pouco perdendo espaço. Em 60 os modelos eram citados como “*mágicos*” e sua finalidade era a de “*tornar mais bela a jovem que vê chegar o seu ‘Grande Dia’*”. Mais perto do final da década, em 1967, a jornalista dizia apenas: “*noivinha, seja você mesma... e felicidades*”.

Voltando a maio de 60, na matéria que se refere ao vestuário do “grande dia” a autora aconselha que o véu não cubra o rosto da noiva “*pois que sua função é a de realçar-lhe a beleza, como que emoldurando-a e não a de escondê-la, ocultando um rosto feliz*”. O interessante é que as modelos das fotos que ilustram o texto acima não parecem felizes. Ao contrário, mantêm um rosto sério, solene, como a cerimônia era então encarada. Na mesma reportagem há conselhos para a moça que vai casar montar um enxoval prático “*sem despesas desnecessárias*”. As dicas, sempre presentes nas revistas para mulheres, trazem uma característica bastante observada durante a pesquisa, que é a preocupação de aconselhar a leitora a não gastar desnecessariamente. Ressaltando sempre a importância de não se ater apenas “*aos vestidos da última moda*”, mas adquirir igualmente peças que possam ser usadas em mais de uma estação.

Aprendemos com Buitoni (2009, p.15) que a imprensa feminina é cheia de ambiguidades, contradições e paradoxos. Por exemplo, dois meses depois, em julho, outra reportagem de moda apregoava que para ser elegante “*tão elegante quanto femme-du-monde que tem horas inteiras à disposição de sua beleza*”, a mulher deve planejar seu “*garde-robe*”³⁶ com inteligência para torná-lo flexível e

³⁵ A expressão grande dia era sempre escrita n’ *A Cigarra* com iniciais maiúsculas.

³⁶ Outra importante característica presente n’ *A Cigarra* é a presença frequente de palavras em

facilmente adaptável. Não deve esquecer, contudo, “*que até os trajes mais despreziosos devem conter uma carga de glamour capaz de provocar a admiração feminina e... masculina!*”. Em outras palavras, a mulher deve ser econômica, mas glamorosa ao mesmo tempo. Entendemos.

No exemplar de janeiro de 1961, a revista publicou uma matéria intitulada “O amor na existência de cinco mulheres”. A autora começa citando Dante Alighieri “*Amor che mueve el sole e le altre stelle*”, para ilustrar a importância do amor, esse sentimento que “*faz muitas vítimas*”. Com a frase “*entre estas, como era de esperar contam-se em maior número, as mulheres*”, o texto segue com requintes romanescos para descrever as histórias de amor de cinco mulheres célebres da época. Farah Diba, de apenas 21 anos “*despreziosa mocinha vivendo intensamente sua juventude em Roma*” e que acabou conquistando o amor do Xá da Pérsia. Ele “*conheceu-a quando ainda curtia violenta amargura devido a um divórcio a que o tinham obrigado razões de Estado*”, apaixonou-se pela moça com a metade de sua idade e teve a sua “*melancolia por ela arrancada*”. Tornada Imperatriz e posando como uma perfeita recém-casada, Farah Diba declarava: “*estou feliz porque meu marido é feliz*”.

Tina Onassis “*está entre as dez mulheres mais invejadas do mundo. E, no entanto, à noite, em seu suntuoso apartamento de Nova York, Paris ou Londres, sente-se sozinha em seu leito de rainha*”. A grega casada com um homem “*imensamente rico*” sentia a amargura de ter sido trocada por outra mulher. Enquanto seu marido colocava seu avião à disposição da nova conquista “*sua corte de admiradores belos, ricos e jovens, murmuravam-lhe palavras apaixonadas*”. É curioso perceber que, apesar de se tratar claramente de adultério de ambas as partes, Tina é perdoada, como se a mulher largada tivesse o direito de se vingar. Para Morin (1987, p.133), isso acontece pelo fato de o amor ter-se tornado o tema central da cultura de massa. Dessa “*vedetização*” dos acontecimentos amorosos resulta o fato de que o acontecimento em si passa a ser mais importante do que os valores nele contidos. A “*esposa abandonada*” é assim inocentada, principalmente em se tratando de uma “*olimpiana moderna*”, como era o caso de Tina.

Na mesma reportagem aparece destacada a mulher que foi diretamente responsável pelo sofrimento de Tina Onassis, Maria Callas: *“a ressurreição da vida autêntica, em suas qualidades e caprichos”*. A artista merece maior destaque individual no artigo. A jornalista fala mais do seu talento - *“uma das mais fascinantes personalidades de nosso século”*- e do temperamento difícil - *“as cóleras de Callas...”* - do que de sua vida amorosa, ainda que seja esse o tema da matéria. Claro que seus amores são citados, mas com uma frase que demonstra uma atitude bem moderna da autora: *“não é o ‘grand amour’ o que Maria Callas teve por Meneghini e o que tem por Onassis que levou ao divórcio, mas ainda assim é o amor”*. O ‘grand amour’, ela tinha apenas por seu ofício e era isso que parecia importar para a jornalista, que descrevera com riqueza de detalhes os anos dedicados à música.

Havia também a história de Fabíola uma jovem espanhola *“de nobreza discreta”* que encantou o Rei Baudouin, da Bélgica, solteiro “ainda” aos 28 anos. *“Não quero fazer um casamento pelas razões de Estado”*, confessava o romântico rei antes de conhecê-la. Casaram-se, apesar de o enlace ter sido criticado *“por alguns que queriam uma aliança mais importante para a casa belga”*.

A última foi Bettina, uma *“manequin-vedette”* que era *“a mais procurada cover-girl da França, Inglaterra e Estados Unidos”*. Por cinco anos, viveu com o príncipe Ali Khan que fez de sua vida *“um sonho tão doce, tão cintilante que a fez esquecer a realidade”*. No entanto, três meses antes do casamento, *“seu príncipe das ‘Mil-e-uma-noites’ perdeu a vida num acidente de automóvel”*. Não sendo sua esposa legítima, Bettina viu sua vida de conto de fadas ser encerrada bruscamente. O destaque no texto fica por conta das palavras de sua mãe, que sempre lhe dizia: *“Toma cuidado, ele jamais se casará contigo”*.

Seguindo a linha filme-vida, a edição de janeiro de 1964 trazia na capa uma foto da ex-Primeira Dama dos Estados Unidos, Jacqueline Bouvier Kennedy, com o título: *“Jacqueline, sua vida e sua dor”*. Na abertura da matéria um texto melodramático chamava a atenção das leitoras para o fato de nenhuma outra figura feminina ter despertado *“tanta simpatia, tanta emoção, tanto respeito e tanta admiração”*, no ano que acabara de terminar. Não só pelo *“acontecimento extraordinário”* que a colocou no centro das atenções, mas principalmente por sua

“graça, pela sua simplicidade, pelas suas atitudes naturais, pelo seu irradiante magnetismo pessoal”, que a fazia “querida no mundo inteiro”. A reportagem, segundo o mesmo texto, era “uma tentativa de perfil e uma homenagem a uma grande mulher”.

A frase que continua o texto, após descrição heróica de Kennedy – de como entrara para a história, do “rosto franco” perpetuado em selos, do “vulto elegante” eternizado em estátuas, dos discursos rememorados como ensinamentos, do exemplo – não deixa dúvida quanto a ser amor o tema central das nove páginas seguintes. Se o presidente assassinado se transformou em um “símbolo” para o mundo, “para ela, ele não pode ser apenas um nome”, “Porque para ela, ele foi o namorado e o homem amado, o companheiro, o pai dos seus filhos, o alegre rapaz com quem passeava de mãos dadas”.

Percebemos então que o discurso não é propriamente sobre ela, mas principalmente sobre seu amor por ele. Tudo o que será dito sobre Jackie a partir deste ponto servirá como pano de fundo, pretexto, para a história principal da sua vida – ou de sua vida até aquele momento. Sua inteligência, a educação acadêmica, a formação cultural, seu gosto pela literatura e pela arte, a personalidade forte, a elegância, todas essas características singulares a conduziram até o “casamento do ano” em 1953.

Em tom bastante ficcional, a narrativa prossegue com o detalhamento da sequência de fatos que os levaram ao primeiro encontro, quando ela tinha “apenas” vinte e três anos, e a uma vida de “conto de fadas”. Apesar de ter sido eleita a “mais bela debutante do ano” quando foi apresentada à sociedade, não quis restringir-se “à vida vazia de moça rica” e empregou-se como repórter fotográfica. Foi em missão profissional que conheceu o jovem político John F. Kennedy, “herói de guerra, escritor laureado, milionário, e principalmente um bonito e simpático homem”. Encurtando a história, o texto vai direto ao casamento, que “reuniu quase dois mil convidados”, e ao nascimento da sua primeira filha Caroline, quatro anos depois. “Tudo corria às mil maravilhas para aquele casal feliz”, foi a frase usada para descrever os primeiros anos de vida conjugal, quase como um “e viveram felizes para sempre”.

No Brasil, a imprensa feminina já sofria a influência do cinema desde a década de 40 quando o jornalismo americano se expandiu e acabou por respingar

no território brasileiro. Na década de 60, quando a matéria foi publicada na revista *A Cigarra*, esta estética já estava bastante difundida. Voltando ao capítulo anterior, não devemos nos enganar com o discurso da mulher “moderna” emancipada, das revistas femininas na década de 60: no fundo ela ainda se emociona com uma história de amor.

Se JFK nos fazia lembrar dos astros de cinema da época, sua bela e jovem esposa, “*fotogênica e sensual*”, tinha conseguido arrebatá-la “*das atrizes de cinema o prestígio de ditar modas e gerar manias*”. Usando o cinema como metáfora, o poder ficcional do casal não podia ser maior: sua história se tornou realmente o filme preferido não só dos americanos, mas, no que nos interessa, de alguns milhares de leitoras espalhadas pelo mundo.

O texto terminava lembrando que o

Grande exemplo de amor, de fibra, de dignidade e de beleza que Jacqueline Bouvier Kennedy deu ao mundo, ficará para sempre na memória e na sensibilidade de uma humanidade envergonhada por ainda contar, entre ela, com gente como a que assassinou, a sangue frio, um homem que a enobrecia. (*A Cigarra*, janeiro 1964)

Nenhuma palavra sobre o suposto caso do Presidente com a atriz Marilyn Monroe, que havia sido encontrada morta no ano anterior. Nada, claro, sobre as suspeitas a respeito de o próprio serviço secreto americano ter encomendado o assassinato. Ou sobre as relações de Kennedy com a máfia. Meros detalhes cinematográficos, que renderam ao cinema alguns milhões de dólares.

A capa da edição de número um do ano de 1964 também merece destaque por uma característica no mínimo incomum, em relação às antecedentes: era toda preta e branca. Incomum, porque *A Cigarra*, como as demais revistas femininas da época, costumava ter capas bastante coloridas. Talvez o luto e o respeito, que a reportagem tentava passar, fizessem os editores escolher a ausência de cor, não só para a capa, mas para todas as vinte e três imagens contidas nas dez páginas dedicadas ao tema.

Para nós, importa o impacto que essa escolha possa ter gerado nas leitoras. Lembrando Vilém Flusser (2002, 39), podemos dizer que as fotografias em preto-

e-branco nos remetem a situações ideais, pois, segundo ele, se essas duas cores existissem realmente no mundo “tudo passaria a ser logicamente explicável”. Nesse sentido, as fotografias em preto-e-branco seriam “resultados de um tipo de maniqueísmo munido de aparelho”: abstraindo-se do universo das ações, as boas e as más, podem ser construídas ideologias. Nesse sentido as fotografias em preto-e-branco “funcionam”. Para a matéria em questão, todas elas funcionaram enquanto suporte imprescindível para o texto (ou seria o contrário?). Se o texto baseia sua estrutura narrativa no formato de um romance, elas serviram para criar uma identificação ainda maior, reproduzindo alguns dos momentos mais plásticos da vida da jovem e elegante viúva, “fixando na eternidade, os signos da felicidade cotidiana”. Da época em que era solteira, passando por alguns retratos da vida a dois, fotos em família, até as imagens que sucederam a tragédia, em que ela aparecia vestida em seu impecável conjunto cor de rosa manchado com o sangue do marido. O retrato perfeito da tragédia romântica que só uma heroína do seu porte poderia ter enfrentado “*com a face rígida, os olhos fixos, os gestos contidos e um silêncio que era mais comovente e mais trágico do que qualquer descontrolo*”.

Para embalar a história de amor, na primeira foto da parte interna da revista via-se a jovem Jacqueline usando seu vestido de noiva - um registro de página inteira do que se pretendia que fosse o momento mais importante de sua vida: o casamento. Ao lado dessa foto, lia-se: “*Sua vida; seu amor; seu grande drama*”. Servindo de legenda, este texto nos convidava a notar que Jacqueline não estava feliz na foto – muito bem escolhida – ainda que aquele fosse o dia do seu casamento. Em uma história de amor marcada pela tragédia, as imagens que encerram a reportagem devem acompanhar a narrativa: fotos do funeral, em que a heroína, impecavelmente vestida, velava o rosto com um véu negro – “*dramático*”, nas palavras da própria revista. As legendas para tais imagens exaltam a compostura jamais perdida, mesmo nos momentos de dor insuportável, quando “*manteve uma grande dignidade*”, um exemplo para todas as mulheres. Um modelo a ser seguido.

É interessante perceber que tanto na reportagem sobre Jacqueline Kennedy, como na anterior sobre as cinco mulheres e seus amores, há uma tendência a enfatizar os acontecimentos sensacionalista: morte, traição, escândalos. Para

Morin é justamente por privilegiar esse tipo de acontecimento que a imprensa vende. Destaca que “a informação romanceada e vedetizada, de um lado, o sensacionalismo, de outro, (...) fornecem uma matéria real, mas da mesma estrutura afetiva do imaginário” (1987,101) e por isso são capazes de capturar mais facilmente o leitor.

No início de 1966 *A Cigarra* havia novamente mudado a diagramação interna, ficando mais “limpa”. Com um total de onze matérias e seções sobre moda e beleza, a edição de fevereiro desse ano apresentava uma importante matéria intitulada “Casamento em perigo”, sobre vida conjugal, trazendo à tona a seguinte pergunta: “Quando deve um casal admitir que o seu casamento fracassou?”. Parte da seção “Guia da felicidade conjugal” que, apesar de não ser fixa aparecia com frequência em “Artigos e Histórias”, a matéria tentava responder argumentando que, segundo “*entendidos em questões matrimoniais*”, nunca se deve desistir do casamento e exemplificava seu ponto de vista com uma história de final feliz. Um casal que procurou ajuda de especialistas na “Sociedade em Prol da Felicidade Conjugal” (instituição citada pela revista), conseguiu resolver seus conflitos: “*hoje vive uma vida tranquila e feliz. As soluções são muitas e não são difíceis de serem encontradas*”.

Se em 66 a revista defendia que o casamento não deveria “*nunca*” ser posto de lado. Em setembro do ano seguinte uma matéria especial em destaque na capa perguntava: “*Que utilidade tem um homem?*”. No título e na foto principal do artigo uma mulher aparece gigante com as mãos na cintura, olhando para o marido, que apenas chega ao seu joelho. O texto, ao contrário, põe em questão, não a utilidade da figura masculina na vida de uma mulher, mas a utilidade ele poderia/ deveria ter nos domínios do lar. Ilustrado pelo depoimento de quatro mulheres de idades diferentes, o texto apresenta-se de forma divertida, escondendo no entanto certo apego aos valores tradicionais. Ao propor que se discuta a condição de marido-que-ajuda-em-casa, o artigo logo de cara menospreza esse tipo de trabalho ao citar personalidades da época – jornalistas, políticos, juristas – argumentando que é legítimo que homens com tantas realizações no campo profissional não precisem realizar absolutamente qualquer esforço em casa. Indo mais adiante, Jorge Portilho (o autor do texto), faz graça sobre a falta de “talento” dos homens para realizar tais tarefas e que por isso as

mulheres acabam “preferindo” fazê-las. Termina por revelar que de fato a maioria das entrevistadas acredita que “*uma ajuda não é má*”, mas isso não chega a ser determinante para que elas casem e sejam felizes. Uma delas (a mais velha das quatro) chega a declarar que o marido é perfeito mesmo *sendo “incapaz de executar qualquer trabalho doméstico ou manual”*. Perfeito no seu papel de “*guia da família*”, o que supera qualquer “*defeito ou deficiência no nível das características acessórias de personalidade ou temperamento*”.

A novidade aqui é a presença de duas universitárias de pontos de vista bem semelhantes. Elas acreditavam ser importante que um homem tivesse certas habilidades, mas mais importante era que ele “*tomasse conta dela*” e soubesse “*dar estímulo à esposa em tudo quanto faça*”.

O autor da matéria que se diz “*habilidoso geral*” mas confessa que em casa é preguiçoso, conclui dizendo que “*o homem ideal não existe. Mas o possível não é difícil de ser encontrado*”. E mais uma vez, como em quase tudo que é publicado na imprensa feminina, atribui à mulher a responsabilidade de “*fazer o homem*”, no caso um bom homem.

A mãe e a esposa de um homem fazem dêle, segundo os condicionamentos da vida a que o submetem, um ser doméstico, amável, carinhoso e útil, assim como podem transformá-lo num eterno frequentador de bares. (...) se a mulher tem habilidade para oferecer-lhe uma casa dotada das mínimas comodidades que o prendem, mais em termos emocionais que materiais, ela o terá sempre prêso e satisfeito do seu estado cativo. Duas pessoas fazem o homem – sua mulher e a sogra dela.

Belas palavras. Talvez apenas um pouco conservadoras, numa revista em que algumas páginas à frente lia-se que “*tudo é permitido*”, quando se é “*inimiga ferrenha de tôlas convenções*”. Se a reportagem se mostra por um lado questionadora, no final acaba oferecendo “*mais do mesmo*”. O discurso traduzido pelo português claro do “frequentador de bar”, quer dizer: “*não se mexe em time que está ganhando*”. As jovens universitárias solteiras que não se importavam com a ajuda do marido, talvez tenham mudado de idéia quando se viram obrigadas a equilibrar tantos papéis e tarefas, no que as mulheres de sua geração foram pioneiras. Ou talvez tivessem mudado de idéia quando elas mesmas quiseram passar a frequentar o bar.

Estamos em 1967 é verdade, no entanto n' *A Cigarra* ainda há espaço para os romances seriados. O interessante a destacar neste específico é o título e o tema. Ainda que, como todos os outros, fale de amor, o romance surpreende pela atualidade ou, poderíamos dizer, modernidade: “As ex-espôsas”. Na primeira página uma ilustração mostra um casal abraçado e o resumo das partes já publicadas (estamos no capítulo 6).

Na história, Marília se desquita do marido e vai viver em uma pensão. Pouco a pouco a moça começa a perceber as dificuldades de sua condição civil que em suas palavras a condena a uma “*liberdade condicional*”. Marília e suas amigas vivem as amarguras de não serem parte de um casal legalmente constituído, que também se constitui na “moral e na família”. “*Que moral e que família se um casamento fracassou?*”, pergunta a personagem principal. Nessa edição é apresentada a história de Celina, também desquitada, que perde seu namorado para outra moça que com ele pretende (e pode) se casar oficialmente. “*De acordo com Clarice*”, outra personagem, isso sempre acontecia: “*os homens solteiros tornam-se amantes das desquitadas até... encontrarem uma espôsa*”.

O capítulo termina quando Celina, a abandonada da vez, dispara contra aquele que a abandonou. Mais uma vez a literatura através da imprensa feminina, apesar de ajudar a confundir a ficção com a realidade, também ajuda a tocar em pontos polêmicos e pouco discutidos. Se lembrarmos DaMatta, em *A casa e a rua*, podemos comparar o estado da mulher desquitada no Brasil daquela época com a viúva por ele citada. Situada igualmente “numa terra de ninguém”, pois não é mais moça/virgem e ao mesmo tempo não é mais “englobada jurídica e politicamente pelo marido”, ela acaba por viver numa situação liminar, ficando “mal falada” (1991,130).

No mês de outubro, em todos os anos da década, *A Cigarra* sempre apresentava uma ou duas matérias sobre crianças. É interessante perceber que o discurso sobre filhos mudou ao longo do tempo analisado, assim como o espaço dedicado ao assunto. No início havia mesmo uma seção fixa chamada “Cantinho das Mamães”, que desapareceu em 1966. Nela, muitas dicas de cuidados com alimentação, enxoval, moldes de roupas a serem executados pelas mães, explicações de pediatras, assim como pequenos artigos sobre educação. No resto

da publicação viam-se com bastante frequência matérias sobre decoração para quarto de crianças. Com o aumento gradual de reportagens sobre moda, beleza, trabalho, sexo e outras que terminavam por individualizar a mulher, seu lado mãe foi deixando de ser tão importante e com isso o texto e os assuntos ligados a filhos também se modificaram. Antes chamada de “mãezinha”, ela vira simplesmente “mãe”, enquanto a psicologia infantil ganha cada vez mais espaço na medida em que as crianças começam a ter mais vez dentro da família. Por fim ficam apenas os artigos de moda que, trazendo as fotos de lindas criancinhas, atraem a atenção mesmo de quem não é casada e ainda não tem filhos. A indústria (de olho na especialização do mercado) descobre que essas crianças tornadas mais importantes agora escolhem as próprias roupas e viram consumidores importantes.

5.4

A situação social da mulher em revista

A edição de 1962 traz uma matéria sobre a visão de Brasília através dos olhos das mulheres que para lá foram obrigadas a se mudar, encontrando uma cidade que ainda não estava pronta para recebê-las. O texto destaca uma declaração do presidente Jânio Quadros que ao discutir sua renúncia, incluía a aversão das mulheres à Brasília, como uma das mais sérias dificuldades de seu governo. É através do olhar delas que a bela matéria ajuda a entender um pouco mais sobre a nova capital modernista que quase dois anos depois de sua inauguração ainda tinha no vazio a imagem mais forte.

O que se lê na reportagem, é que a imposição das formas arquitetônicas da cidade havia, ironicamente, se transformado em obstáculo para se viver nela. Essa imposição de formas, a que a matéria se referia, tolhia a individualidade feminina até dentro da sua própria casa, espaço a que ficavam reduzidas as senhoras que se mudaram para acompanhar seus maridos: *“Dentro do seu lar, não há lugar para personalismos, agindo sobre o formato da planta do apartamento, a imposição*

chega a intervir no estilo da mobília, na cor das paredes e nas dimensões da cama”.

Se no âmbito individual, uma mulher, moradora de Brasília era incapaz de se expressar, no coletivo das coisas que não funcionavam, o desconforto era o mesmo. Distâncias enormes, impossíveis de serem vencidas a pé, quando os transportes coletivos eram ainda precários: *“insuficientes e nada limpos”*; preços de bens de consumo inflacionados pela lei da oferta-pouca e da procura-muita e a impossibilidade de encontrar empregados para ajudar com o trabalho do lar.

Segundo o autor do texto, não se pode culpar as mulheres por não terem gostado de trocar o balneário de São Sebastião, pelo desértico centro-oeste, quando até a vida social se apresentava desmotivante. O pequeno grupo encarcerado entre as dimensões do Plano Piloto era obrigado a conviver na hora do trabalho, assim como na hora do lazer. *“Brasília – disse uma entrevistada – parece ela toda uma repartição pública, sinto-me como se estivesse o tempo todo no ministério”*. Assim como na vida privada, a vida pública nessa comunidade-imaginária, também se transformara numa repetição monótona que se encarregava de eliminar qualquer marca de individualidade, reduzindo as conversas *“às mesmas de sempre, dentro de um automatismo esmagador e exaustivo. As novas relações (iniciadas com a mudança para lá), logo se incorporam ao ramerrão marcado pela terrível solidão da nova capital”*. Como resultado, aos poucos o inconformismo da chegada, foi se transformando em indiferença e entrando no ritmo, no vazio e na solidão implacável de Brasília.

Em agosto de mesmo ano uma matéria intitulada “Os direitos da mulher”, fazia a seguinte pergunta: *“A mulher deve ter os mesmos direitos que o homem?”*. O texto examinava as mudanças pelas quais a situação da mulher vinha passando, principalmente na década em questão: *“A mulher de ontem, que era uma simples espectadora do ganha-pão do homem, é, hoje, uma participante da mesma luta”*. O exemplar oferecia treze depoimentos (*“e entre eles certamente estará um com o qual a leitora se identificará”*) que pretendiam ajudar a esclarecer em que pé estava em 1964 o movimento de luta pelos direitos da mulher. O interessante a destacar aqui é o descompasso entre o discurso e a diagramação do texto que se encontrava enquadrado em um enorme coração.

Na edição de setembro de 1967, entre o “diário” de Twiggy e o romance seriado “As Ex-espôsas” nos deparamos com um artigo intitulado “A mulher e os seus direitos”. O texto falava dos direitos já conquistados e que deveriam ser exercidos, como o voto, e daqueles aos quais as mulheres deveriam continuar lutando, como o divórcio principalmente. O desquite, a única forma permitida de separação no Brasil da década de 60, segundo a autora da matéria trazia *“para a mulher – talvez mais do que para o homem – uma situação indefinida, não só por impedir legalmente uma nova união, como por acarretar desajustes e dificuldades, principalmente quando novas uniões são feitas após o desquite”*. Para discutir mais juridicamente o assunto, a revista consultou uma advogada militante, Dra Romy Medeiros da Fonseca que respondeu a algumas perguntas, dando respostas esclarecedoras.

A matéria enfoca o mesmo assunto do romance seriado, de como o fato de o divórcio ainda não ser oficializado no Brasil prejudicava as mulheres que se separavam. Aqui vemos o mesmo tema, tratado de formas completamente diferentes.

Dito isso, o que nos causou grande estranhamento, foi a diferença entre os discursos das duas entrevistas: a dada por Twiggy e a da Dra Romy. Teriam as leitoras tido a mesma percepção? Com qual das duas entrevistadas será que elas se identificaram melhor? É muito fácil se deixar levar pela cultura de massa e desejar ser como Twiggy: jovem e rica, magra e famosa; não como a advogada, mostrada na foto com um visual bastante envelhecido e acima do peso (mesmo para os padrões da época).