Em dia com a moda

Em outubro de 1963 *A Cigarra* ganhou uma nova seção intitulada “Em Dia com a Moda”, escrita pela jornalista Walda Menezes, que já colaborava com a revista em outras matérias sobre moda e decoração, assim como em reportagens. Essa seção tinha como objetivo passar informações curtas sobre tendências de moda e beleza, notícias das passarelas européias, dicas de como usar ou reformar determinadas peças do vestuário, além de um pouco da história da moda e curiosidades.

A primeira edição parece um pouco conservadora, toda em preto e branco e ocupando apenas uma página. Duas pequenas fotos mostrando modelos vestidas em roupas de inverno, em uma época do ano em que no Brasil o clima é quente, deixam claro terem sido “importadas” de algum editorial estrangeiro. O discurso da autora é recheado de palavras em francês em maioria, mas também aparecem algumas em inglês. Ficamos com a sensação de que em 1963 era impossível falar de moda sem abusar dos “estrangeirismos”. Essa primeira “Em dia com a moda” traz poucas informações. Como veremos, a coluna crescerá ao longo da década. O primeiro *box*, menciona as tendências recém lançadas em Paris (“*vistas pessoalmente*”) e tenta “traduzi-las” para a leitora na forma de sugestões de uso. Isso acontecerá inúmeras vezes, pois a maioria das tendências apresentadas por Walda passa por adaptação e por certa tropicalização para poder ser digerida pela brasileira. Há claramente essa preocupação.

A coluna, mais do que ser um apanhado de notícias, se propõe a ser um serviço. Isto fica claro no segundo *box* onde a autora ensina a “reviver” roupas simples com o uso de acessórios. Nessa edição ela destaca que o uso de uma simples camélia em tecido é capaz de tornar uma mulher muito mais sedutora, o que a veremos repetir várias vezes ao longo das edições analisadas.

O terceiro e último *box* traz igualmente uma importante característica da autora: o uso de referências de fora da moda para ilustrá-la. Literatura estrangeira, filosofia, cinema e artes em geral, que faziam parte do seu dia a dia¹, eram

¹ Walda era filha de uma aristocrata italiana, falava quatro línguas e vivia entre amigos artistas dos

incorporados ao texto. Talvez ela o fizesse com intenção clara de chamar a atenção da leitora classe média d'*A Cigarra* para outros assuntos, mas essa não é a única hipótese. Talvez porque essas referências eram parte de sua “enciclopédia”, para usar o conceito de Umberto Eco³⁸. Ou ainda, simplesmente, porque quando ainda existia uma fórmula para se fazer imprensa feminina e “as jornalistas” não eram de fato jornalistas, elas usassem linguagem bastante autoral, lançando mão de experiências pessoais.

Nessa primeira coluna vemos duas palavras que marcarão o discurso de Walda até que ela deixe de estar à frente da coluna, em meados de 1967: “elegante” e “sedutora” – atributos básicos da mulher moderna. Estudando a sequência da coluna, percebemos que a primeira, embora não desapareça totalmente, vai perdendo terreno pouco a pouco, enquanto a outra aparece cada vez mais.

Voltando à primeira edição de 63. Ainda que usasse “outras referências”, deveria falar a mesma língua do seu público. Por isso, eram também frequentes em suas participações frases como “*a mulher, como todos sabem, lança mão de todos os artifícios para renovar sua beleza...*”, “*tôda a mulher que preza sua elegância*” ou quem “*fôr esbelta e audaz, pode usar e abusar...*”.

Dessa vez Walda cita Schopenhauer no texto “*Cabelos longos, idéias curtas?*”. A parte que gostaríamos de destacar é aquela em que, para falar dos novos penteados lançados também nos desfiles de Paris, ela faz uma introdução a respeito da inteligência das mulheres:

as mulheres mostram que podem estar em todas, com igual inteligência e habilidade. Basta que se disponham a tentar uma nova atividade. E isso sem prejuízo de sua feminilidade, de seu ‘charme’, de sua graça... Ao contrário, usam sempre e cada vez mais de todos os recursos para alongar a juventude, realçar a silhueta, embelezar o rosto.

Na edição seguinte (novembro de 1963), aparece um pouco de cor, não nas fotos, na diagramação. Outra novidade é o *box* “Drops” que traz notícias curtinhas

dos quais vários ajudou a lançar.

³⁸ O autor entende por “Enciclopédia”, a totalidade do conhecimento, com o qual uma pessoa está familiarizada e ao qual pode recorrer porque “é como uma enorme biblioteca composta de todos os livros e enciclopédias” (2009, p.96).

sobre moda. Em uma delas a importância do impacto do cinema na moda “*Laurence of Arabia* hoje é assunto de cinema e ‘*hélas*’ inspiração de moda feminina”. Num pequeno texto sobre jóias e bijuterias fica bem claro o fato de que a autora fazia uso de sua vivência para criar informação, quando afirma categoricamente o “certo” e o “errado” nos usos desses adornos:

nada mais ridículo que a standardização de tais peças de adorno. Elas devem representar a síntese de uma vivência. Antigas, trabalhadas, buriladas, mostram que a sua dona tem tradição, é ‘*racée*’ e conservadora. Modernas, desbastadas revolucionárias, dizem de sua tendência liberal, de seu espírito aberto a tôdas as influências, de sua inclinação para o original.

Em dezembro, em meio ao verão e com as únicas referências de moda vindo dos países do hemisfério norte, a autora pergunta “*Que fazer? Como ser sedutora neste verão? Como adaptar ao nosso clima o que Paris dita? É problema de difícil solução*”. E dá sugestões usando pequenas fotos produzidas no Brasil com roupas nacionais.

A coluna fez isso com mais frequência do que o resto da revista, talvez porque produzir duas ou três fotos, usando apenas uma modelo para demonstrar os *looks* propostos, fosse mais fácil e mais barato do que produzir um editorial com várias modelos e roupas diferentes. O resultado era que essas fotos produzidas por aqui, ao mesmo tempo em que destoavam das importadas, pois as modelos eram mais curvilíneas e os modelos de roupas mais conservadores, também acabavam por ficar mais reais. Criava-se uma sensação – mais no início da década – de que ali se falava para a mulher de verdade. Ainda na edição de dezembro aparece pela primeira vez a expressão “*Dernier cri*”, que depois se transformaria em *box* separado.

Janeiro de 1964: uma matéria especial sobre roupas para usar nas férias de verão, no melhor estilo “monte sua mala para mar ou montanha”, demonstra a atualidade da coluna. Muito comum em todas as publicações do gênero, esse tipo de artigo é até hoje bastante encontrado. O destaque aqui vai mais uma vez para a produção das fotos, bem amadora, parecendo terem sido feitas na casa de alguém ou na própria loja que cedeu os modelos. Pela primeira vez a marca das roupas aparecia nos créditos: jornalista promovia e ajudava as butikues que estavam

surgindo, o que a tornou bastante querida no meio. O caráter amador com que a revista era produzida nessa época aparece também nas reportagens sobre decoração, quando a própria casa, bem como os objetos de Walda eram fotografados para ilustrar algumas matérias. No destaque das roupas, a modelagem que favorecia o corpo já começa a merecer destaque: *“Os chamados tubinhos – agora com pences sábias que contornam discretamente a silhueta...”*.

Em fevereiro de 1964 o destaque foi para as roupas que deveriam ser “renovadas” para não parecerem “velhas”, ou seja, da estação passada: *“Renovar embelezando”*: *“É claro que tudo é pretexto para ficar mais bonita... . (...) renovem portanto, e renovem-se. Em beleza e em elegância”*.

Março de 1964: Feminilidade, silhueta privilegiada e a descoberta do joelho! Rendendo-se ao apelo da moda – que naquela época no Brasil ainda não havia adotado os comprimentos curtíssimos, mas já deixava os joelhos um pouco à mostra – a jornalista dá dicas de como cuidar dessa parte da anatomia feminina, que para ela é o *“calcanhar de aquiles”* de tantas moças. As dicas, pela primeira vez, passam pelos cuidados de beleza *“Recomenda-se para as candidatas ao ‘chic’, de joelhinho à mostra, massagens com cremes nutritivos, joelheiras e exercício”*. Nas entrelinhas poderíamos ler: a roupa encurtou, cuidem das partes corpo que serão mostradas!. De olho nas tendências internacionais ela decreta que *“o estilo ‘habillée’ de Dior é só para aquelas que têm uma silhueta privilegiada”*.

Havia insistência da autora em ressaltar que, apesar de começarem a enfrentar situações novas na vida pessoal, social e política, nos anos 60, as mulheres não sentiam *“nenhum prejuízo de sua feminilidade”*, seja para dominar novos postos de trabalho, seja para adotar visual inspirado em peças do guarda-roupa masculino.

Em primeiro de abril de 1964 ocorreria o golpe militar. Para a autora o momento era de *“renovação no guarda-roupa”*. *A Cigarra* não se posicionava politicamente de uma forma ostensiva. Fora os movimentos pelos direitos da mulher, algumas vezes mencionados em reportagens e entrevistas, a revista se dedicava às amenidades. Na coluna de Walda Menezes, que como uma mulher justa passou pelos anos de atividade jornalística que coincidiram com o regime

militar sem jamais “dar crédito para mulher de milico” e se orgulhava disso, a ditadura era apenas mencionada com sarcasmo, como veremos adiante.

Maria Amélia de Almeida Teles ressalta que muitas mulheres se engajaram em organizações clandestinas, dispostas a lutar pela libertação do país após o golpe militar. Da mesma forma, muitas saíram à procura de parentes presos ou desaparecidos políticos, filhos, irmãos ou maridos, companheiros ou namorados. Para ela, foi ao participar da luta armada que elas mais sentiram a discriminação de seu gênero. Primeiro da parte de seus companheiros, *“tanto pela superproteção, como pela subestimação de sua capacidade física e intelectual”*. Depois quando caíam nas mãos *“do inimigo, enfrentaram a tortura e seus algozes aproveitaram-se delas para a prática da violência sexual”* (1993,57). Mas o fator mais importante naquele momento foi que o grande contingente saiu em busca do mercado de trabalho, que absorvia de maneira expressiva a mão de obra feminina: *“dócil, submissa, sem reclamar dos salários menores que os de seus colegas homens, a mulher foi exercendo as tarefas mais monótonas e repetitivas”* (idem,71). Isso resultou em um aumento de quase 100% na proporção de mulheres trabalhadoras no mercado entre 1950 e 1970.

Maior chegou com um *box* trazendo os *“Ecos de Paris”*. Nele um tópico interessante se destaca: *“a volta do rosto”*. E se o “rosto” ocupa o posto, ou um deles, de bola da vez na moda *“o decote deve ser, pois, adornado. É ele que a moda prestigia”*. Ainda que as jornalistas de moda do nosso tempo preguem que é de hoje a multiplicidade de tendências, Walda – que não tinha formação jornalística – publicou naquele maio, com atitude moderna para a época, o seguinte texto:

Sintetizando: o que se nota nas coleções é uma grande variedade de tendências. Isso permitirá à mulher escolher o estilo que se harmonize com seu tipo e valorizar ao máximo com sua personalidade. Mais flexível não poderia ser a moda (...).

Parece que quando ainda não havia a jornalista de moda, com discurso pronto, o bom-senso era usado sem parcimônia. E a inteligência é claro, de alguém que acreditava que, em vez de tentar modificar sua silhueta e personalidade para se adequar a um determinado estilo, a mulher deveria escolher

um que se adequasse a ela. No mês seguinte – junho de 1964 – ela reforçaria o apelo ao bom-senso: *“na moda, como em tudo o mais, o bom senso tem um papel saliente. Use e abuse dêle quando se sentir tentada a enfeitar-se como uma vitrina...”*.

Em julho a autora destaca que *“a maior arma de sedução”* de que uma mulher pode dispor é o chapéu. Faz em um breve e interessante texto, um passeio pela história da moda e do acessório em questão: *“Olhando bem as gravuras antigas, vê se que ontem, como hoje, ele foi apenas... um pretexto para ser bela e não uma proteção à cabeça feminina que se acreditava ter pouco conteúdo”*. Mais do que romancear o uso do acessório, ela destaca com certa arrogância que *“hoje, niveladas por essa moda democrática, nos passeios, nos cinemas, nos restaurantes, ninguém mais distingue a mulher da sociedade da simples comerciária”*. O texto termina com quatro diferentes chapéus, seus usos e voltamos às dicas - afinal estamos falando da imprensa feminina. As ambiguidades do texto não nos deixam esquecer disso.

Duas matérias ilustram a coluna de agosto de 1964. Uma delas *“A elegância íntima e seu ABC”* destaca que apesar de a *“elegância exterior”* de uma mulher depender da qualidade da roupa íntima que está usando, ela deve comprar *“apenas o indispensável (ênfase adicionada), não se deixando tentar por modelinhos cheios de frou-frous”*. No entanto, na coluna ao lado o texto mostra à leitora alguns itens que ela *“deverá ter (ênfase adicionada) em seu enxoval de meia-estação, para considerar-se uma mulher ‘up-to-date’”*. A cada edição, Walda se torna mais jornalista de revista feminina.

Setembro de 64. A primavera chega e com ela *“um novo tipo de elegância, mais informal e jovem”*. No box *“O que usar”*, uma diagramação moderna destaca três fotos, que parecem ser de modelos europeias – bem mais magras do que as brasileiras que costumavam ilustrar a revista naquela época. Nelas, mais do que simples modelos de roupas, destacam-se estilos de vida diferentes ou ainda *“cenar”* diferentes da vida, que o texto introdutório não deixa desmentir: *“As fotografias mostram que há vários estilos de vestir. Tudo depende do ‘décor’ em que você vai movimentar-se”*. A leitora é convidada a tornar-se outra, sua vida será muito mais interessante se ela se vestir como alguém que vai ao museu ou a

uma praia em Saint-Tropez.

A coluna de outubro é inteiramente dedicada às crianças. Isso aconteceria todo ano, às vezes em reportagens soltas. É também quando mais uma vez a vivência da jornalista se impõe. Nessa edição sua filha Paola, então caçula, enfeita as fotos sobre moda infantil ao lado de outras crianças. No texto seu nome e sobrenome não são mencionados, o que nos leva a crer que não houvesse uma intenção clara de expor a vida pessoal. A possibilidade mais viável é a de que a revista e principalmente a coluna “Em Dia com a Moda” fosse feita com tamanha descontração e com o que hoje poderia ser considerado amadorismo, que interferências dos filhos eram bem-vindas. Quando o mercado de modelos adultas no Brasil ainda era restrito, imagina-se que o de modelos infantis nem mesmo devia existir. Por outro lado a jornalista ainda fazia parte de uma geração em que a maternidade era muito valorizada e por isso se orgulhava de ter tido uma prole tão extensa – cinco filhos. Eles apareceriam ilustrando muitas outras reportagens ao longo de sua colaboração para *A Cigarra*. Na introdução do texto sobre a moda para crianças a autora passa rapidamente por uma história da indumentária infantil divagando sobre como as crianças eram enroladas no antigo Egito. Cabe perguntar se as leitoras realmente se interessavam por tais informações.

Novembro traz uma interessante matéria que liga tendências de moda europeias com partes do corpo. O texto trata essas partes como se fossem também adornos externos, capazes de se mover e mudar de lugar de acordo com a moda

Os ombros: voltaram ao lugar normal, por vezes arredondados pelo corte; A cintura: passeia, para baixo e para cima, junto ao corpo, não resta dúvida, mas nunca muito marcada; Os joelhos: escondem-se apenas.

A autora destaca ainda que com tantas dicas e artifícios a mulher ficará cada vez mais sedutora. Faz uso mais uma vez da literatura para ilustrar o texto:

haverá mulher mais bela do que eu? E o próprio espelho, maravilhado diante da capacidade feminina de modificar sua aparência, inventando sempre novos encantos, não terá outro jeito senão o de concordar.

Em dezembro, um texto sobre a moda, que poderia ser tido por moralista, lembra-nos que a jornalista ainda tinha voz própria:

Nos trajes para a noite, a constante é a audácia. Tudo é permitido, tôda fantasia adotada, tôda loucura experimentada. Nada é impossível à mulher dêste fim de século. (...) o que significará essa audácia sempre renovada? Decadência? Ceticismo exacerbado? Busca incessante da beleza? Mas quem garantirá hoje que o que nos parece belo não será sinônimo de ridículo daqui a, digamos... dois anos? Voltaire já se divertiu à custa da volubilidade da moda, os sociólogos já a estudaram à luz da ciência, os psicólogos já a interpretaram como reflexo da psique de seus criadores... o que importa? A mulher, sempre nova, renasce como fênix imortal das cinzas de seus próprios desmandos indumentários. E parte para novas buscas e novas conquistas.

Janeiro de 1965. Uma coluna inteiramente dedicada a chapéus no melhor estilo sim ou não. O uso desse acessório complementar se mostra completamente vinculado às formas corporais das possíveis usuárias: *“é por isso que vamos hoje tentar ajudá-las na maneira de escolher o chapéu que seja não apenas o ‘acessório obrigatório’ a uma cerimônia de circunstância, mas o modo de tornar mais sedutor o rosto que emoldura”*.

A autora recomenda que antes de comprar um chapéu a candidata a elegante deve olhar-se no espelho de corpo inteiro, pois a *“silhueta é muito importante”*, então o peso e a altura devem ser levados em consideração na hora de adquirir um... chapéu. No entanto, vindo o rosto em primeiro lugar é ele que merece maior atenção. O seu formato, assim como o do queixo e do nariz é importantíssimo. Pequenos desenhos ilustram o “certo ou errado” do artigo. Talvez o texto nos faça pensar que a autora imprimia muita ciência para a compra de um simples chapéu: *“somente um exame acurado, objetivo, frio, revelará”* o modelo correto. Ao fim, entretanto, será revelado que, em se tratando de moda, nada é simples, pois objetos e adornos podem definir a personalidade daquelas que os portam: *“Não direi, como um conhecido chapeleiro francês que o caráter da mulher se revela pelo chapéu que usa, mas que ele ajuda a conhecê-la, lá isso ajuda!”*.

Características físicas se impõem à escolha do modelo fazendo-nos refletir sobre quê adorna quê. Rosto e corpo tornam-se imprescindíveis na hora de escolher um chapéu! E o que dizer do caráter? Seria assim uma continuação, ainda que sobre outras bases, da época em que *“uma senhora que ousasse sair à rua sem chapéu, seria considerada, no mínimo, indigna de respeito”*?

A coluna de fevereiro de 1965 faz um alerta a respeito das tendências

europeias:

A moda dos grandes centros europeus ordena: As fotografias que nos chegam de Paris, mostram mulheres que mais parecem ‘travestis’, algumas resistindo dificilmente ao grotesco de trajes que comparecem em curiosa mistura, botas, calças até o joelho (...), por enquanto a ótica não se habituou a essas inovações, mas não podemos garantir que, daqui a algum tempo, todas nós estejamos adotando o que agora consideramos ridicularias, não importa a idade ou o tipo físico... coisas de moda que não se discutem.

No texto sobre feminilidade publicado em março de 1965, uma mistura de referências, característica do texto de Walda, discorre sobre as transformações pelas quais essa feminilidade passou. Atravessando a literatura, o cinema e a história da moda, chega-se à mulher moderna que deve ser ela também a mistura de tudo:

Houve escândalo nos idos de 1800, quando George Sand apareceu em público, pela primeira vez, usando calças longas, jaquetão e chapéu de banda. Os burgueses da época vibraram de santa fúria ante tamanho atrevimento. A coisa foi válida, porém. Daí para diante, não mais peias às mulheres que se libertaram pouco a pouco da prisão que constituíam ‘corset’, saias e sobre-saias, barbatanas e espartilhos. Os músculos atrofiados começaram a desenvolver-se, a silhueta feminina desbastou-se dos excessos, e hoje, flexível e descontraída – às vezes parece elfo, às vezes efebo – quase sempre é repositório de fabulosa carga de feminilidade. É claro que Audrey Hepburn, que consegue ser magnífica, apesar de fugir à todos os cânones da beleza, é claro que uma mulher-felino como Sophia Loren ou uma mulher-mito como Emanuela Riva, foge aos padrões comuns e não pode ser tomada por modelo. Mas, tirando-se um pouco de cada uma delas pode-se formar a mulher-1965, que tem pitadas de doçura, alta dose de atrevimento, meia porção de independência e um tonel de charme.

Utilizando-se de suas referências para corroborar suas idéias e dando além da quantidade de informação que cabe na página aquela que cabe ao entendimento da leitora, ela traduzia um ideal de feminilidade que começava a ser difundido pela cultura de massa.

Em abril desse mesmo ano o destaque era para o *prêt-à-porter* e como esse gênero deixou a moda mais prática, principalmente para a mulher que trabalha. Seu estilo é destacado como jovem e informal: “*Busto pequeno, ombros e mangas reduzidos ao mínimo, cintura no seu lugar. As muito jovens estão substituindo a saia-calça e as ‘bermudas’ pela saia-júnior que termina a 15 cm do joelho*”.

Um mês depois um texto discutia as incoerências da moda:

Há um ano a moda vivia o seu anti clímax. Não havia nada de sensacional ou revolucionário. Este ano, porém, os lançamentos mostram que os costureiros tiveram idéias inspiradas, capazes de fazer algo de tão especial quanto o legendário New Look do pós-guerra. Os truques de falsa elegância desapareceram. Os trajes atuais, ainda os mais ousados, parecem corresponder exatamente ao que a mulher deseja. Femininos, dramáticos, elegantes ou práticos. (...) o mais interessante para quem observa as coleções atuais, é que não há conluios entre os desenhistas. Cada um deles permaneceu com sua individualidade, concentrando-se no que faz de melhor. Assim podemos dizer que a moda de Paris tomou uma pílula de... pimenta, e só quem lucrou com isso foi a **Mulher** (ênfase adicionada).

É interessante perceber que os estilistas começam a se tornar mais importantes por aqui, assim como a mulher começa a ser vista enquanto conceito. No *box* “*As ‘frangettes’*”, o destaque é para o fato de que a mudança no jeito de pensar dos jovens dos anos 60 começa a aparecer na moda brasileira, ainda que o que seja importado em um primeiro momento seja apenas o estilo:

O termo nasceu de “fran”, de franja, e “gette”, combinação de sufragista e jato (em francês, suffragette e jet) e serviu para batizar um novo estilo de elegância apropriado para ‘jeunes filles en fleur’, muito modernas, estritas e impecáveis (...).

O discurso da autora vai ficando cada vez mais imperativo e mais direcionado ao corpo. Em junho de 65, ela anuncia “*O que convém* (ênfase adicionada) *na nova moda*”. “Nova” e “*revolucionária*”, quando “*costureiros franceses lançaram algumas idéias-mísseis, capazes de propelir novos estilos, novos modos de viver, novos hábitos a tomar...*”. Entre esses novos hábitos o destaque eram as saias supercurtas, “ordenadas” por Courrèges, mas que só ficavam bem “*em garotas de 16 anos, e isso se tiverem joelhos perfeitos! A maioria de nós – hélas! – deverá contentar-se em admirá-las. Mas para as que tiverem 16 anos (ou uma silhueta igual à de uma adolescente) é válida a moda...*”. Pela primeira vez ela decreta que as mulheres que tiverem uma silhueta igual à das garotas podem aderir sem medo à nova moda. Se a moda é para quem tem 16 anos, o jeito é tentar parecer tê-los.

Em agosto de 1965 a coluna passa por uma reformulação. Seu nome muda

para “As Últimas da Moda”, remetendo não apenas ao que há de mais novo na moda, mas também para o fato de serem as últimas informações sobre moda da revista, já que também mudou sua localização para a penúltima página. Outra novidade é um espaço chamado “Dernier Cri” que passa a concentrar as informações sobre a moda europeia. Nesse novo espaço, um tópico se destaca deixando claro que a estética do corpo na moda veio para ficar.

Para começo: a ordem é mostrar o corpo, o mais possível. (...) os costureiros não pararam mais no caminho que leva à “peau nue”. (...) esses modelos que valorizam cada centímetro da silhueta feminina. Costas, estômago, coxas são mostrados com uma insistência provocante (...). Há outros vestidos-de-nada (...).

A mesma seção “Dernier Cri” apresenta em setembro de 1965, um texto cheio de referências à cultura jovem da década, com um detalhe: a autora cita Jean Shrimpton, modelo inglesa ícone de beleza na época. Antes, apenas estrelas de cinema eram comumente citadas; agora, modelos começam a atingir *status* de estrelas.

O festonê – é a coisa mais linda do mundo para a garota moderninha. (...) nem Jean Shrimpton, a moça mais bela do mundo, poderá batê-la em charme juvenil. Vamos, pois, menina-moça, a ordem é deixar de imitar mamãe e adotar a moda jovem que lhe vai bem e que ninguém, a não ser você, pode copiar.

Na foto que ilustra a seção, mais uma surpresa: há um casal, ainda que não se fale de roupa masculina. O modelo apenas aparece como um adereço da linda jovem que sorri enquanto esse lhe fala um segredo aos ouvidos.

Em outubro a seção continua sendo o maior destaque da coluna. Nela novas ilustrações de moda onde aparecem modelos bem magrinhas, vestindo tubinhos diversos. Refletindo sobre o uso da ilustração no lugar de fotos, o que passará a ser comum na coluna, podemos imaginar que além de reduzir custos, elas teriam outra função. Criando desenhos sob encomenda, ficaria mais fácil adequar a imagem à estética proposta nos textos e que não conseguia ser cumprida pelas modelos brasileiras. Quando o padrão de feminilidade começava a ser imposto pela moda e pela modelo européia, a foto de uma brasileira bronzeada e de coxas grossas causava certo descompasso entre o texto e as imagens.

Outra novidade dessa edição são as dicas de beleza dadas por uma celebridade: *“Helene, viúva do criador de perfume Marcel Rochas, revela-nos alguns dos segredos que a tornaram uma das deusas do mundo da moda”*. Dicas de beleza que se relacionam cada vez mais não apenas ao rosto, mas ao resto do corpo.

O subtítulo da coluna de novembro de 1965 *“DIRETAMENTE DE PARIS (Via Air France)”* mostra a importância atribuída à jornalista. Alçada à condição de correspondente internacional de moda, ela chama a atenção para o poder da indústria do vestuário e sua capacidade de criar *“tipos”* tão estranha e rapidamente seguidos pelas mulheres. A notícia destacada nessa edição nos conta que para estar na moda naquele ano a mulher deveria ter *“um ar fúnebre”*: *“A musa – 1965 (por enquanto) tem palidez romântica”*. O texto – que merece ser transcrito na íntegra – nos faz lembrar a beleza feminina que reinava no sistema patriarcal, destacada por Gilberto Freyre: *“uma beleza meio mórbida. A menina de tipo franzino quase doente”* (2004, p.207):

Ninguém parecerá mais saudável e feliz do que a mulher moderna que se fantasia funerariamente para estar na moda e ser absolutamente *“sensas”*, como se diz por aqui. A cor predominante nos trajes 1965 é o preto. É verdade que deixa entrever, generosamente, largas porções de pele que, sempre para acompanhar a moda, deve ser desbotada a todo vapor. (...) os centros lançadores inventaram essa mulher esguia e falsamente lânguida para contrastar a sua palidez marmórea com o negrume dos vestidos colantes. (...) o resultado foi um incremento nas vendas dos magazines especializados em artigos femininos.

Na única foto que ilustra a seção, uma jovem vestida com um maiô negro, feito de uma espécie de rede. Deixando a barriga inteiramente à mostra, o modelo parece mais um biquíni com uma tela por cima, bastante esportivo e descrito como última moda na Europa. A autora se refere a ele com a frase: *“(...) por enquanto (no Brasil), porém, a idéia do maiô com redes pode ajudar a pescar o seu homem...”*. O texto da seção *“Dernier Cri”*, (transcrito abaixo) combina importantes referências à década e às transformações na moda por ela impostas: a adoção da moda jovem por parte das mulheres mais velhas; a difusão da moda esporte; e o culto à magreza – que ao que tudo indica, já começava a incomodar as mulheres.

Importante: o comprimento das saias que se encolheram e, deliberadamente, mostram o joelho. As mulheres que, antes achavam impossível adotar linha tão extravagante, pensam agora duas vezes antes de emitir opiniões contrárias”; “(...) uma feminilidade mais enérgica talvez do que nas estações passadas, mas ainda assim muito cativante e sedutora”; “(...) realizar modelos de linhas geométricas que parecem endurecer a silhueta”; “ou realmente o reflexo do que as mulheres pensam ao defrontar-se com manequins muito esgalgas que parecem ter saído das histórias em quadrinhos à la Flash Gordon? Chi vivrà verrà: moda espacial.

O grande destaque da coluna que encerra 1965 é “O segredo das parisienses”. Uma vez mais a revista se dedica a desvendar o charme das mulheres francesas e tira algumas conclusões: “(...) *o corte! Ah, o divino corte francês que reduz à metade, as gordinhas e dá porte às magras!*”. A seção “Dernier Cri” mais uma vez sobressai. Um discurso que hoje seria considerado politicamente incorreto fala das “*menos endinheiradas, as de caixa alta e as pobretonas*”, descrevendo o que cada uma, de acordo com seu poder aquisitivo, poderá usar.

A coluna entra 1966 decretando que “*a moda atual permite todas as audácias, todas as fantasias*”. Em fevereiro deste mesmo ano, um importante texto sobre as descobertas da nova mulher: “*A mulher 66*”.

(...) que certas influências e modificações ocorridas na moda surgiram para ficar. À resistência inicial sucede-se, como sempre acontece, a aceitação suscitada pelo hábito. É a insistência dos costureiros em manter determinadas linhas e a receptividade a elas por parte de certas mulheres – chave da moda – que faz com que as outras, as simples mortais, acabem por adotá-las ou, pelo menos, por admiti-las. Os joelhos à mostra, (...), já estão na ordem do dia, e em Paris, mulheres de todas as idades exibem-nos descontraídas. (...) lembrando que estamos sendo influenciados pela era cósmica e pelos vôos dos astronautas. É preciso aí, que a silhueta acompanhe a intenção da moda e nada tenha de barroca ou renascentista. Linhas retas e não mais arredondadas, como as que marcavam a feminilidade há pouco tempo. Se a natureza não as providenciou como manda o figurino atual, não importa. As dietas, as massagens, as saunas, as ginásticas estão aí, ao alcance de todas. (...) vaticinamos, pois, que a mulher – 66 em tempo de moda, será ainda mais esportiva, “degagée” e desinibida. (...) os homens... bem, os homens acabarão por aceitá-la... e se não o fizerem, não importa. A mulher, todo mundo sabe, veste-se para outras mulheres.

Com a última frase lembramo-nos de Morin e do fenômeno da *cover-girl*: a mulher funciona como o “sujeito identificador para as leitoras”. A foto da modelo que ilustra o texto não deixa dúvida de que essa mulher “conceituada” pela

jornalista seja mesmo diferente: muito mais magra, esportiva e seminua.

Em março a autora se deterá nos ingredientes que fazem uma idéia virar moda. No “Dernier Cri”, ela decreta: “*Chez Yves Saint-Laurent determina a libertação do corpo de qualquer imposição*”. Foi nesse ano que o costureiro francês apresentou pela primeira vez o *smoking* como peça do vestuário feminino. “Le smoking”, como foi chamado, sinalizava uma mudança na forma como as mulheres se vestiriam dali por diante. O novo traje também representava poder e uma nova atitude feminina.

Em abril de 66 mais uma vez as fotos trazem casais. O detalhe fica por conta da atitude do modelo masculino, sempre segurando a moça de uma forma protetora. Na seção “Dernier Cri” as tendências dos estilistas europeus são demonstradas por lindas ilustrações – cada vez mais presentes na coluna – de modelos muito magras.

Maió é o mês das noivas! A jornalista resolve falar delas na edição de 1966. Em um texto com o título de “Nouvelle Vague”, clara referência ao movimento artístico do cinema francês de mesmo nome, Walda discorre sobre a audácia dos estilistas franceses. Com as frases “*A extravagância não disse ainda a última palavra*” e “*Ousadia sem limites, coisa nunca dantes tentada*”, ela se refere ao costureiro Esterel que, além de mostrar na passarela os tradicionais vestidos de noiva, apresentou um “*modelo para segundas núpcias!*”. Enquanto o primeiro era “*vaporoso, ingênuo, romântico, como convém ao Grande Dia*”, o segundo era “*atrevido, moderno, anticonvencional*”. E conclui: “*Como se vê, moda está virando coisa para ser mais discutida do que usada*”.

Em junho de 1966 a coluna sofreria uma grande reformulação, passando a ter duas páginas e uma diagramação bem mais moderna. Dividida em três seções, podia-se ver claramente a influência da estética da juventude européia nas ilustrações e nas modelos (muitos jovens), que não se pareciam em nada com as brasileiras. Nos textos sobram expressões como: “*moda juvenil*”; “*garotas européias*”; “*garotas*”; “*fica bem nas muito jovens*”. Não vemos mais o estilo sóbrio, que caracterizava algumas fotos e roupas de quando a coluna “Em Dia com a Moda” foi lançada, apenas três anos antes. Temos a sensação de que, como

num passe de mágica, nada passou a ser mais importante na moda, do que ser jovem e mostrar o corpo:

Atenção ao comprimento. É por ele que se julga a idade dos modelos: encurte a bainha para que apareça meio joelho, se não quiser adotar a extravagância (que já está deixando de ser extravagância para tornar-se moda), de mostrá-los inteiramente.

Nenhum joelho atrever-se-á a se esconder, sob pena de parecer velho!

Tecidos menos rígidos do que os do ano passado, aproximam-se mais do corpo, em lugar de fechá-lo numa espécie de caixa, esculpida longe das linhas naturais.

Em julho começa a aparecer também com mais intensidade um discurso sobre a vontade de ter um corpo mais livre. Sobre moda para a praia a jornalista nota que há *“uma preocupação em eliminar o supérfluo, em dar ao corpo toda a sua capacidade elástica, em permitir a liberdade total dos movimentos. (...) com aberturas generosas que mostram cintura e partes dos quadris”*. O corpo livre deve se mostrar à vontade. Mais um imperativo da moda.

Agosto de 1966: a seção “*Dernier Cri*”, responsável por trazer para as leitoras as últimas tendências de moda, avisa que as *“Pernas estão na ordem do dia”*. E já que elas *“são verdadeiramente o ponto de mira nesta estação”*, provocando *“todos os olhares”*, *“é preciso trabalhá-las muito bem”*. As sugestões da jornalista que a essa altura já se transformou em consultora de beleza, são a depilação *“rigorosamente indispensável”*, massagens para ativar a circulação e ginástica – claro – para ajudar a dissolver as gordurinhas.

Em setembro um interessante artigo destaca a importância da moda: *“a moda volta a ocupar um posto importante na compreensão de nossa época, em suas motivações sociológicas e psicológicas”*. Na página ao lado, a prova: no texto “Elegância em duas idades”, a jornalista destaca que a moda ditada pelos criadores acaba sendo responsável pela definição de feminilidade no nosso tempo:

Hoje em dia a idade da mulher divide-se em: juventude e florescimento. Nesta classificação ficam incluídas todas as balzaquianas (...), dos trinta em diante. (...) no entanto, por mais que queiramos distender os limites da juventude, é preciso não cair no ridículo. Não é por falta de sugestões dos criadores de moda que isso acontece. Courrèges afirmou, de público, que suas criações são para serem usadas por jovens dos 17 aos 25 anos. Ou quando muito, por quem tenha a silhueta dessa idade.

Ao definir as novas “idades” da mulher, os criadores acabam por limitá-la no estilo pode-não-pode, assim como acontecia um século antes nas definições clássicas do feminino.

Em outubro, mais uma coluna dedicada às crianças. No entanto, nada de psicologia infantil, o que importa apenas é “*festejá-las com roupa nova!*”. O consumo atinge todas as esferas. O destaque é para o fato de que os pequeninos desta vez não aparecem em fotos, mas apenas em ilustrações feitas pela mesma artista que desenha as mulheres adultas: os traços também mostram modelos magros e esticados. Essa passou definitivamente a ser uma característica da coluna; mas, ao contrário das primeiras ilustrações que apareceram nas revistas femininas, as de agora trazem mais modernidade para as páginas. Em nota sobre Yves Saint Laurent a jornalista repete a frase: “*A moda torna-se, cada vez mais, algo para ser discutido e não usado*”.

Em novembro uma frase também se destaca por sua importância no contexto brasileiro: “*Mas a moda – única ditadora (ênfase adicionada) que goza de simpatias e que é sempre obedecida – tem por vezes, nostalgia daqueles tempos*”. Walda a usaria novamente algumas vezes, o que nos faz pensar em uma pequena – e por isso mesmo permitida – crítica à situação política do país. Uma pergunta, no entanto, vem à mente: “quem tem nostalgia? A moda ou a jornalista?” Lembramo-nos de Virginia Woolf em um teto todo seu e de sua opinião a respeito de como a conversa era mais amena e o amor era mais bonito antes da primeira Grande Guerra (1985, p.21).

Em dezembro as sugestões para os modelos a serem usados na festa de ano novo repetem o discurso do ano que se despede: “*destinam-se (os modelos sugeridos) especialmente às jovens ou às mulheres privilegiadas que possuam uma silhueta de adolescente*” e ainda “*recortes mostrando a cintura, ou vestidos de duas peças, que a deixam desnuda, são bonitos para as mulheres que possuem uma bela silhueta*”. Na “O que há de novo” o uso de referências do cinema e dos quadrinhos marca a evolução dessa mulher que “precisa” se renovar constantemente:

e não fôra ela mulher, essa mutação permanente faz com que ela se sinta sempre jovem. É preciso mudar a aparência a cada nova estação. E se ela há dois anos já

foi romântica, como Eliza Doolittle, quer ser ousada hoje em dia, como a Modesty Blaise, ou espacial como um astronauta.

A romântica personagem de Audrey Hepburn, no filme *My Fair Lady* de 1964, dando lugar à heroína sexy e aventureira dos quadrinhos *Modesty*. A palavra “sexy” também aparece pela primeira vez nessa edição para exemplificar um tipo de fenda que vai até a altura dos joelhos.

O ano de 1967 começa com nova mudança na coluna que passa a se chamar apenas “Últimas”. Nela a jornalista declara que *“toda mulher de menos de vinte anos (e às vezes de muito mais!) sonha com um vestido de metal”*. Uma seção sobre crianças fala de... moda. Na seção “Dernier Cri” o destaque vai para os “tipos” que uma mulher pode escolher fazer, apresentados pela moda *“a única ditadora (ênfase adicionada) que merece respeito”*. Assim sendo a maquiagem seria capaz de criar diferentes tipos de personalidade, que são assim exemplificados:

a pequena vamp: muito séria, com raros sorrisos (...). A boca, (...) como num riso contido (que não atrapalhe a austeridade do olhar); o anjo rosa: pele de criança, olhos límpidos, a terna maquiagem de boneca lhe vai bem. (...) faz um pouco o gênero Catherine Deneuve. Assim mesmo, o anjo rosa é esportivo (...); a menininha: bom humor, (...) sempre alegriinha, ela adota o estilo colegial. A boca é gorda, sensual, mas pequena. Toda ela é dinâmica e elástica, mas disfarça muito bem, sob aparência juvenil e natural, a sua eficiência em fazer-se bonita e graciosa”; a nova esportiva: cabelos caídos sobre os ombros, bem lisos e espessos. Silhueta alongada, do tipo Françoise Hardy, que aprecia a mini-saia, as túnicas e as calças compridas. Finge não ligar a coisa alguma. Sente-se bem com mocassins e procura imitar Julie Christie na maquiagem em tons dourados.

Segundo a jornalista, são esses os *“rostos da atualidade”*. O destaque fica por conta do fato de que um estilo de maquiagem passa a determinar estilos de vida diferentes, mas com um ponto em comum: todas são sensuais e esportivas – sempre jovens. Seguem o estilo de ícones da música e do cinema e continuam a ter que se identificar com características que são em parte contraditórias: *“ela é dinâmica, mas disfarça muito bem”*; além do mais *“finge (ênfase adicionada) não ligar a coisa alguma”*. Virginia Woolf acreditava que se *“a mulher só existisse na ficção escrita pelos homens, poder-se-ia imaginá-la como uma pessoa da maior importância”* (1985,57), assim podemos imaginar aquelas que são

representadas nas revistas femininas. Liberadas, mas com carinho de anjo, inteligentes que disfarçam muito bem sua independência, práticas e decididas, mas doces e meigas. Talvez os “tipos” da imprensa feminina sejam a evolução das heroínas de romances burgueses.

Na seção “Dernier Cri” – sempre ela – de fevereiro de 67, “*os pontos cardeais da moda*” para aquele ano – “*as saias acima do joelho, maquiagem audaciosa, perucas indispensáveis, magreza obrigatória* (ênfase adicionada)”. Com especial destaque para a “nova revolução” da moda: a minissaia e suas consequências no estilo da “nova mulher”:

desde o advento do “new look”, após a guerra, não acontecia na moda uma revolução tão violenta quanto a liderada por Mary Quant. A mini-saia, o plástico, o cintilante, apareceram como uma reação em cadeia, e se na Inglaterra foi dado o brado pioneiro, logo a seguir surgiram os adeptos, tais como Paco Rabannes, espanhol radicado em Paris, que idealizaram uma nova mulher, baseada no cosmos, na caça submarina e... nos heróis juvenis. Batman, Superman e Modesty Blaise deram a tônica divertida a essa moda que obriga a mulher a permanecer sempre jovem. Como conseguirá, ninguém sabe... mas o fato é que a velhice é cada vez mais adiada e a juvenilidade da silhueta mostra que Mary Quant “et all” têm razão.

Ao analisar a coluna de abril de 1967 temos a nítida sensação de que a autora, antes tão cheia de referências interessantes, foi vencida pelo mercado estabelecido. Há uma repetição de frases e expressões do tipo: “*os joelhos à mostra, para não parecer desatualizada (e aí é necessário cuidá-los)*”; “*adorado pelas adolescentes ou por aquelas que... tenham a silhueta da adolescência*”.

“*Diretamente de Paris*”, a autora nos conta que Chanel teve um “*mot d’esprit delicioso*” ao dizer que “*a moda atual está sendo criada por homens... que detestam as mulheres*” fazia e faz todo sentido. Walda Menezes concorda. Dessa forma mostra que continua a mesma: “*realmente, é difícil encontrar nas mais recentes coleções algo que não faça a mulher assexuada*”. E retoma no seu melhor estilo: “*mas ‘blague’³⁹ à parte, acho que a moda está procurando uma definição: saiu da detestável cinturinha de vêspera para o ‘cosmocorps’⁴⁰, sem transição*”.

³⁹ Sobre a declaração de Chanel.

⁴⁰ Modelo de macacão futurista colado no corpo.

Em maio viria a confirmação “*a moda atual é feminino-masculina*”. No entanto, declara a jornalista que os trajes são muito femininos, os mais femininos de todos “*desde George Sand*”. As noivas aparecem com menos entusiasmo. Nada de fotos, apenas algumas ilustrações de modelos de vestido. Nada também daquele texto sobre o “Grande Dia”. O mais importante do casamento passou a ser apenas o vestido.

Em junho de 1967, Walda Menezes se despede da coluna que passa a ser escrita por Carmen Sílvia. Saem as referências sobre literatura e filosofia. O discurso fica cada vez mais descomplicado e direcionado ao culto à juventude. Talvez Walda estivesse velha demais para isso. Na primeira edição fica claro para quem a revista deveria falar a partir de agora: “*as jovens que agora são lançadoras da moda, adotaram-na (as boinas), as mais velhas não têm outro jeito senão adotá-las também. Isso talvez por medo de que, se não estiverem bem à la page, sentir-se-ão velhas... Hoje são as jovens que dão as cartas*”.

Há também pela primeira vez um texto sobre a influência da moda das ruas: “*são acessórios que pertencem inteiramente à linha da moda jovem que, saída das ruas inglesas, invadiu os salões. Ao contrário do que acontecia (...) quando a moda era criada nos “ateliers”, mostrada nas passarelas e daí ganhava a rua*”. As fotos mostram modelos bem jovens em atitudes confiantes. Numa delas um casal interage de forma diferente da anteriormente mostrada.

Na edição seguinte (em julho), a jornalista decreta que a minissaia não é apenas uma peça do vestuário, mas “*trata-se de um es-ti-lo*”, por isso, não é possível usá-la “*sem que o todo esteja em harmonia com ela*”. É a primeira vez na coluna que “estilo” vira um conceito.

Em relato ainda mais importante e novo, Carmen Sílvia reforça que vinha sendo dito: “*realmente, mais do que nunca a moda acentua o gênero masculino-feminino*”. E conclui com uma frase ainda mais impactante. Sobre o redingote, diz: “*É ainda um dos trajes mais femininos destes árdios tempos com que, digamos, parecer mulher está quase fora de... moda*”.

Num *box* sobre os vinte anos da Maison Dior ela destaca que a marca mantém uma “*juventude de espírito, ou melhor, juventude e espírito. Marc Bohan*

(então criador da Dior) *ganhou a difícil parada: jamais as mulheres terão sido tão jovens, tão alegres, tão imprevisas quanto no dia em que usarem suas criações*".

Jovens e alegres, uma coisa puxa a outra.

Agosto de 1967. Uma das fotos que ilustram essa edição merece atenção. Nela se vê uma modelo muito magra – a mais magra já vista na coluna. Na legenda acima se lê: “Bom dia juventude, diz a nova lingerie”. Nessa nova coleção de roupa íntima: *“tudo é curto, tanto para o dia, como para a noite”*.

Em setembro um título chama a atenção: *“Pernas à vista”*. O destaque é para o texto sobre cuidados, ilustrado por mocinhas vestidas em minissaias. São as pernas, agora *“objeto de beleza e de tantas massagens e cremes que reinam, soberbas, na moda atual. E, pelo jeito, ao contrário do que parecia, será um reinado longo”*.

Outubro traz crianças, ou melhor, roupa de crianças. Mas outubro traz também as tendências de moda, *“esta eterna ditadora (ênfase adicionada)”* para 1968. E o destaque é para a valorização da *“mulher-mulher. Será a moda antiinfantil, anti-garoto. Muito feminina, muito sedutora”*. Esta tendência deverá se refletir no corpo com *“ombros pequenos, busto ajustado e cintura marcada com discrição”*.

Em novembro a jornalista propõe uma *“Revisão dos ditames da moda”*. Aqui de novo a palavra estilo aparece denotando algo que uma mulher deve buscar nas coleções. E que deve se adequar ao seu *“tipo”*:

Cada uma de nós corresponde a um tipo de mulher. E se temos o ar cândido de uma Catherine Deneuve, inútil será imitarmos Veruschka⁴¹ e sua sofisticação; se temos o jeito anguloso de um corpo adolescente, será insensato imitar a opulência de uma Jacqueline de Ribes⁴².

Os modelos-ideais a serem seguidos passaram da ficção para a realidade: mera fabricação da cultura de massa, com os quais as leitoras tentaram se identificar.

⁴¹ Vera Gräfin von Lehndorff-Steinort, nascida em 14 de maio de 1939 em Königsberg, na Prússia. Conhecida simplesmente por Veruschka, foi modelo e atriz muito popular nos anos 60.

⁴² Condessa Jacqueline de Ribes, nasceu em 14 de julho de 1929 em Paris. *Socialite e fashion designer*, integrante da lista internacional das mais bem vestidas desde 1962.

Dezembro de 67 já vivia a “‘onda’ 1968”. Nesse ano, segundo a autora da coluna,

o signo da feminilidade predominará, fazendo de cada mulher, ao menos por alguns momentos, o centro do universo. (...) a mulher ‘garçon manqué’ perderá muito de seu prestígio, sendo substituída pela mulher-mulher.

O final de 67 trazia também um destaque para a moda *hippie*:

agora, ousada como nunca, a moda jovem vai buscar inspiração nos ‘hippies’ para tornar-se mais jovem ainda. (...) e veja bem, tudo o que você precisa ter é uma silhueta elástica e bem proporcionada (...). Portanto, comece desde já a pensar nos exercícios e nas dietas.

O ano de 1968 chegou trazendo a sensualidade dos “*Dias de verão*” à tona:

O dourado da epiderme, a silhueta mais elástica pelos exercícios constantes, os cabelos ao vento reconquistam a juventude. É um tempo com que a mulher deve cuidar-se muito, em que sua feminilidade deve ser explorada com arte e... artificios. De manhã, exposta ao sol, de tarde passeando com as crianças ou fazendo compras, é justo que sejam escassos os momentos dedicados à sua beleza. Mas, à noite, retomando novamente o seu posto junto ao marido, mulher em sua plenitude, deve mostrar-se. E, para isso, ajudam-na a maquiagem, o penteado, o vestido bem escolhido.

Já no final da década de 60, quando os casamentos eram questionados, quando as mulheres se separavam “*porque era moda*” (Ventura, 1988, p.32), quando a revolução sexual já era intensamente vivida por alguns grupos, o texto acima apresenta certo descompasso ao afirmar que a mulher somente atingia a plenitude ao lado do marido. Talvez fizesse parte da imagem conservadora que *A Cigarra* manteve por quase todo o tempo de sua história. E talvez por isso também ela não resistirá até o final da década seguinte, encerrando seus trabalhos em 1974. Outra hipótese para tal ambivalência de temas pode se dever igualmente ao fato de que, ao agradar tanto a moça “romântica casadoira”, quanto a “moderninha namoradeira”, a revista conseguia atingir um público mais amplo.

A coluna de fevereiro de 68 fala de carnaval e é ilustrada por uma foto de Brigitte Bardot. Um texto sobre fantasias destaca que “*este ano, estamos palpitando que a bossa maior será a... hippie*”. Nas dicas sobre como fazer uma

mala de viagem – um clássico de todas as revistas femininas – a frase “*com elas na mala (os modelos de roupa sugeridos), você se sentirá muito mais segura da própria elegância. E isto importa*”. A leitora de *A Cigarra*, transformada em “consumidora” com certeza concordaria que segurança se compra, no momento em que se compra um vestido novo.

É interessante perceber que a coluna perdeu em texto e ganhou em imagens. No início, pequenas fotos (uma ou duas), eram usadas para ilustrar alguma sugestão ou notícia sobre tendência. Havia muito texto. Agora fotos grandes roubam a cena e o espaço das letrinhas miúdas. Nessa edição a seção “*Dernier Cri*” não foi publicada.

Em março a coluna volta excepcionalmente a ser assinada por Walda Menezes, o que não se repetiria nos meses seguintes. Vemos curiosamente mais texto e mais texto principalmente sobre moda, tendências internacionais e um pouco de história. Como uma característica sua, ela passeia pelo cinema e pela filosofia, sem deixar de lado o que a leitora de *A Cigarra* em 1968 quer mesmo saber - “*que na primavera (...) não vão descer as bainhas. Antes, aumentarão os decotes*”. Que a maquiagem terá “*a boca bem marcada em baton vermelho. Cílios pintados ou postiços na pálpebra inferior e olhos ‘fumês’*”. E que, sobretudo, “*os culotes somente podem ser usados pelas mulheres do tipo de Twiggy*”, ou seja, muito magras. Também nessa edição, a seção “*Dernier cri*” não foi publicada.

Em abril Carmen Sílvia volta ao comando de “*Últimas*”. Propagando o *prêt-à-porter*, sua difusão e popularização e o fato de que nos últimos quinze anos esse gênero ganhou o espaço da alta-costura “*vulgarizando*” suas criações.

Na seção “*Dernier Cri*”, também restaurada nessa edição a importância da “cintura” na moda:

cintura alta, cintura baixa, cintura no lugar anatomicamente certo, todas valem nas coleções-68, que são bem ecléticas. Depende do gosto ou das possibilidades físicas de cada uma. Para a brasileira, bom mesmo é vestido sem cintura, que alonga a figura e a adelgaça. (...) cintura à mostra é a moda que volta. Pode ser francamente nua, quando se usa vestido para a noite, composto de duas peças, ou escamoteando sob franjas ou redes de contas e perolas.

Maio de 68. Enquanto na França os jovens se mobilizavam em greves e passeatas, sua língua perdia terreno nas publicações femininas brasileiras. Foi o que aconteceu na coluna desse mês, quando para falar de noivas a jornalista recorreu um versinho em inglês: *“something old, something new, something borrowed, something blue”*. No box “Quem diria?” as fotos de modelos aparecem cortadas, onde se vê apenas o que se quer destacar: pernas, cintura, ombros e cabeça. Já a seção “Dernier Cri” adverte que *“A nova elegância é desbastada de tudo aquilo que possa sobrecarregar a silhueta. É preciso ser leve e descontraída”*.

Em junho de 1968 encerramos nossa análise. Nessa edição não há fotos de modelos, apenas ilustrações. Ao lado delas, dicas, é claro: *“a moda é elástica e está ao alcance de todas as mulheres. O importante é apenas conhecer o próprio tipo para senti-lo”*. Na última seção “Dernier Cri” analisada, muita modernidade: pele de sapo para fazer bolsas e sapatos e os sintéticos *“a mais bela conquista do homem sobre a madeira e sobre o benzol”*, capazes de serem utilizados para confeccionar vestidos que não amassam. A jornalista conclui: *“é o caso de dar as boas vindas a esse traje que chegou vencendo”*.

O fim da década de 60 traria uma geração de jovens mulheres que desejavam sobretudo “não repetir o erro de suas mães. Elas não queriam ser tão infelizes quanto julgavam ter sido a geração anterior” (Ventura, 1988, p.33). Uma geração disposta a experimentar ultrapassar os limites, não só na moda, como na política e nos relacionamentos pessoais. Algumas romperam casamentos estáveis pelo desejo de viver na prática a vida que a liberdade da revolução sexual difundia.

A vida que pregava essa geração de jovens mulheres entre vinte e trinta anos consistia em questionar os valores institucionais que davam sustentação ao que chamavam com desdém de ‘casamento burguês’: a monogamia, a fidelidade, o ciúme, a virgindade (Idem, p.32).

Claro que as formas de viver essa sexualidade variavam, não somente entre classes sociais diferentes, como em gerações diferentes. As mulheres de 40 anos, chamadas por Carmen da Silva de *“pequenas rainhas tristes”*, continuavam presas aos tabus do passado, sem conseguir exercer sua liberdade. Talvez por isso

algumas delas fossem realmente tristes. A verdade é que a revolução sexual trouxe também muitos problemas. Segundo Zuenir Ventura, isso se deve ao fato de que essas jovens sabiam mais o que não queriam do que o que queriam, fazendo seu projeto pessoal rejeitar mais que afirmar: “a teoria era uma coisa e o coração outra. Era a ilusão de que se podia driblar a emoção” (1988, p.34). Por isso não é de se estranhar que muitas “revolucionárias” vivessem a ambiguidade de “estar bem com seu tempo, sem precisar violentar aquelas camadas que a emoção, a tradição e a cultura haviam depositado no interior de cada uma delas” (Idem, p.39).