

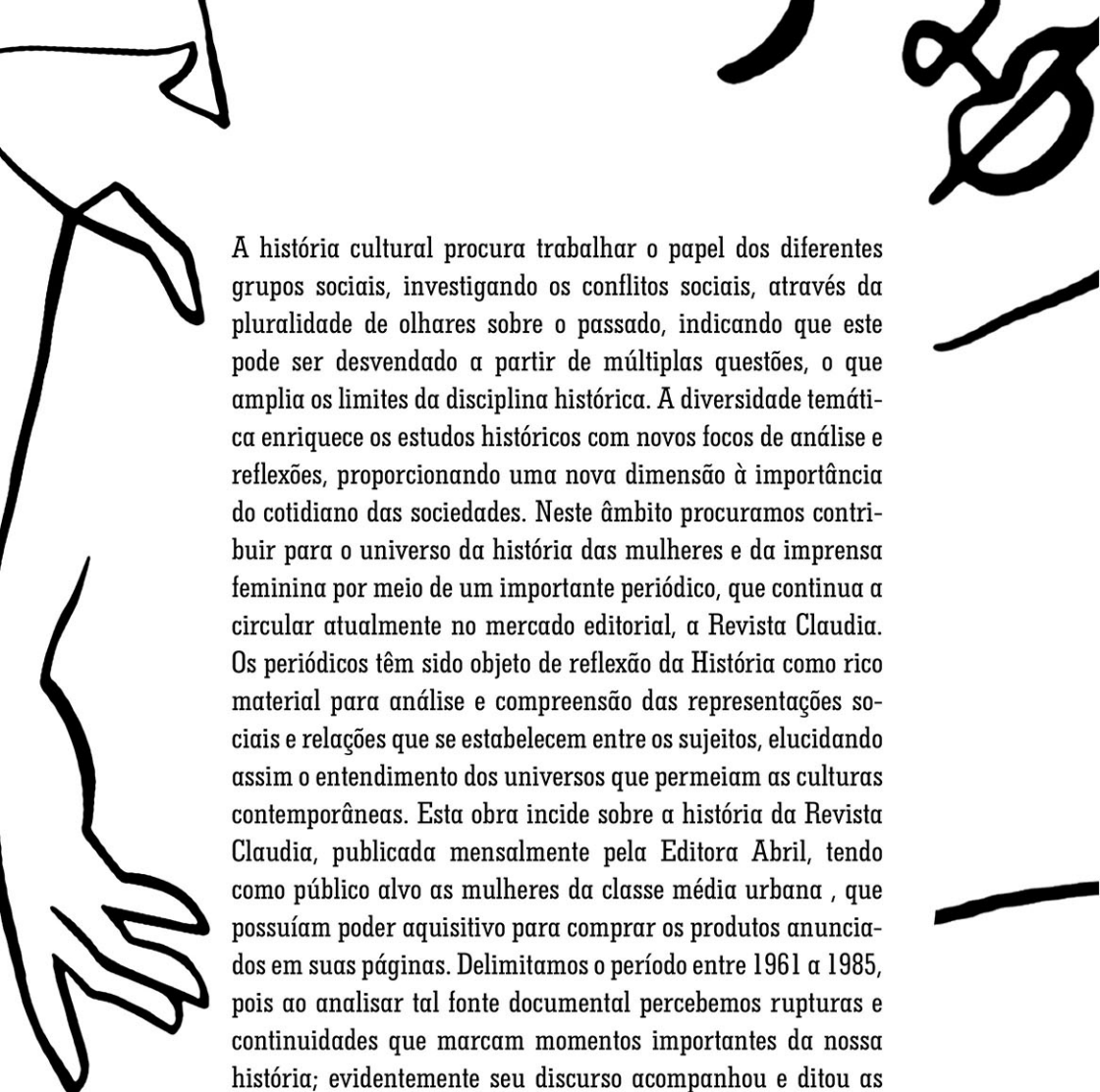


ENTRE O SONHO & O CONSUMO

As representações femininas
na revista Claudia (1961 – 1985)

Maria Paula Costa





A história cultural procura trabalhar o papel dos diferentes grupos sociais, investigando os conflitos sociais, através da pluralidade de olhares sobre o passado, indicando que este pode ser desvendado a partir de múltiplas questões, o que amplia os limites da disciplina histórica. A diversidade temática enriquece os estudos históricos com novos focos de análise e reflexões, proporcionando uma nova dimensão à importância do cotidiano das sociedades. Neste âmbito procuramos contribuir para o universo da história das mulheres e da imprensa feminina por meio de um importante periódico, que continua a circular atualmente no mercado editorial, a Revista Claudia. Os periódicos têm sido objeto de reflexão da História como rico material para análise e compreensão das representações sociais e relações que se estabelecem entre os sujeitos, elucidando assim o entendimento dos universos que permeiam as culturas contemporâneas. Esta obra incide sobre a história da Revista Claudia, publicada mensalmente pela Editora Abril, tendo como público alvo as mulheres da classe média urbana, que possuíam poder aquisitivo para comprar os produtos anunciados em suas páginas. Delimitamos o período entre 1961 a 1985, pois ao analisar tal fonte documental percebemos rupturas e continuidades que marcam momentos importantes da nossa história; evidentemente seu discurso acompanhou e ditou as transformações de cada período, e até hoje continua mantendo suas leitoras e influenciando sobre elas.



Entre o Sonho e o Consumo



Diretores da Série

Prof. Dr. Niltonci Batista Chaves

Departamento de História, UEPG

Profa Dra. Valeria Floriano Machado

Departamento de Teoria e Fundamentos da Educação-UFPR

Comitê Editorial Científico

Prof. Dr. Cezar Karpinski

Departamento de Ciência da Informação/UFSC

Prof. Dr. Charles Monteiro

Departamento de História, PUC-RS

Prof. Dr. Cláudio DeNipoti

Departamento de História, UEL

Prof. Dr. Cláudio de Sá Machado Júnior

Departamento de Teoria e Fundamentos da Educação, UFPR

Profa. Dra. Daniela Casoni Moscato

SEED PR

Prof. Dr. Erivan Cassiano Karvat

Departamento de História, UEPG

Prof. Dr. Fabio Nigra

Departamento de História, Universidad de Buenos Aires

Profa. Dra. Georgiane Garabely Heil Vazquez

Departamento de História, UEPG

Prof. Dr. José Damião Rodrigues

Centro de História, Universidade de Lisboa

Profa. Dra. Méri Frotscher Kramer

Departamento de História, UNIOESTE

Profa. Dra. Patrícia Camera Varella

Departamentos de Artes, UEPG.

Prof. Dr. Robson Laverdi

Departamento de História, UEPG

Profa. Dra. Rosângela Wosiack Zulian

Departamento de História, UEPG

Entre o Sonho e o Consumo

**As representações femininas
na revista Claudia (1961 – 1985)**

Maria Paula Costa



Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Lucas Margoni

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Associação Brasileira de Editores Científicos

<http://www.abecbrasil.org.br>

Série História, Cultura e Identidades — 2

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

COSTA, Maria Paula

Entre o sonho e o consumo: as representações femininas na revista Claudia (1961 — 1985) [recurso eletrônico] / Maria Paula Costa -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018.

286 p.

ISBN - 978-85-5696-469-4

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Feminismo. 2. Brasil. 3. História. 4. Gênero. 5. Consumo; I. Título II. Série

CDD: 900

Índices para catálogo sistemático:

1. História 900

Apresentação de Proposta do Livro

Esta proposta de publicação tem como objetivo publicar a tese defendida na Universidade Estadual Paulista, campus de Assis, em 2009, no Programa de Pós-graduação em História.

Este trabalho procura analisar as representações presentes na Revista Claudia, uma publicação da Editora Abril, durante o período de 1961 a 1985. Como uma revista destinada ao público feminino, tratou de diversos temas pertencentes ao cotidiano de sua leitora, definida como esposa, dona de casa, mãe e pertencente à classe média em ascensão no âmbito de uma sociedade que estava se constituindo como moderna, enfim, inserindo-se numa real sociedade de consumo.

Nossa principal preocupação consistiu em trabalhar essas três décadas, observando, mediante os artigos, anúncios e depoimentos que foram publicados na Revista Claudia, as representações construídas em torno do feminino e expressas em questões como a família, a casa, os filhos, a sexualidade, o trabalho, o corpo, a moda, a culinária e o consumo com o claro intuito de inseri-la dentro do processo de modernização pela qual passava a sociedade brasileira.

Analisamos o papel que Carmen da Silva, articulista responsável pela seção a “A Arte de Ser Mulher”, exerceu na revista como pensadora debatendo os temas de forma crítica e muitas vezes contraditória do discurso geral da revista.

Dessa forma, procuramos contribuir com a investigação histórica no âmbito dos comportamentos, costumes e representações que constituem a história cultural. Portanto, compreendermos que tal discussão pode agregar a proposta da Série “História, Cultura & Identidades. ”

Sumário

Introdução	11
1º Capítulo	29
1. A revista Claudia no processo de modernização da sociedade brasileira.	29
1.1 A Revista Claudia: Simpática, Completa E Moderna	65
2º Capítulo.....	75
2. Casa, Comida e Roupa Lavada: a moderna família brasileira	75
2.1 Entre o Tradicional e o Moderno: a Vida Conjugal e seus Atores	78
2.2 Doces Lares: a Construção da Casa Ideal	100
2.3 A Maternidade: da certeza à possibilidade.....	106
2.4 A Vida Familiar sob Impacto: a Mulher em Busca de uma Profissão.....	119
3º Capítulo.....	141
3. As representações e a remodelagem do corpo Feminino	141
3.1 O corpo feminino e a construção da beleza.....	143
3.2 A vitrine ao alcance das mãos: a moda de Claudia “vestindo” o corpo e a mente da mulher.	161
3.3- Os assuntos de Cozinha: a arte de saber escolher, comprar, preparar e servir.....	180
4º Capítulo.....	201
4. O mito de Claudia: Carmen da Silva e seu papel de conscientizadora	201
4.1 Carmen da Silva e a construção de uma personagem: sua infância, seu percurso e seus escritos	204
4.2 “A Arte de Ser Mulher” e a Revista Claudia: um diálogo possível?	222
Considerações finais	267
Referências	271
Fontes	271
Bibliografia	271

Introdução

A história cultural procura trabalhar o papel dos diferentes grupos sociais, investigando os conflitos sociais, através da pluralidade de olhares sobre o passado, indicando que este pode ser desvendado a partir de múltiplas questões, o que amplia os limites da disciplina histórica. A diversidade temática enriquece os estudos históricos com novos focos de análise e reflexões, proporcionando uma nova dimensão à importância do cotidiano das sociedades.

Neste âmbito procuramos contribuir para o universo da história das mulheres e da imprensa feminina por meio de um importante periódico, que continua a circular atualmente no mercado editorial, a *Revista Claudia*. Os periódicos têm sido objeto de reflexão da História como rico material para análise e compreensão das representações sociais e relações que se estabelecem entre os sujeitos, elucidando assim o entendimento dos universos que permeiam as culturas contemporâneas.

Esta tese incide sobre a história da *Revista Claudia*, publicada mensalmente pela Editora Abril, tendo como público alvo as mulheres da classe média urbana¹, que possuíam poder aquisitivo para comprar os produtos anunciados em suas páginas. Delimitamos o período entre 1961 a 1985, pois ao analisar tal fonte documental percebemos rupturas e continuidades que marcam momentos importantes da nossa história; evidentemente seu

¹ A Revista Claudia definia como sendo suas leitoras as mulheres de classe média. Dessa forma o conceito de classe média está sendo utilizado neste trabalho como expressão da nossa fonte documental, que afirmava ser a classe média o seu público leitor. Não pretendemos aprofundar essa discussão, pois não temos como objetivo trabalhar com a recepção da Revista.

discurso acompanhou e ditou as transformações de cada período, e até hoje continua mantendo suas leitoras e influenciando sobre elas.

Tal estudo tornou-se possível com o dinâmico processo ocorrido na historiografia e a ampliação das fontes de investigação histórica. A História Nova abriu-se de tal modo a outros saberes e questionamentos, que colocou em risco a legitimidade da disciplina, acuada por críticas de diversas matrizes. O grande refúgio da história das mentalidades, de seus temas e objetos, foi a chamada história cultural ou nova história cultural, um campo em geral mais consistente, posto que em suas principais versões procurou defender a legitimidade do “mental” sem abrir mão da própria história como disciplina específica, buscando corrigir as imperfeições teóricas que marcaram a corrente das mentalidades da década de 1970.²

A história cultural atinge todos os campos da historiografia. Ao se descobrir a cultura e as combinações que a possibilitam, evidenciou-se a complexidade de sua construção, contendo as ambições que tiveram a história econômica e social; no entanto esta tem uma característica que, ao atingir todos os níveis, possibilitou fazer uma história cultural da religião, como da política.

Outro fator importante para compreensão da história cultural é que esta é contemporânea de uma nova fase do capitalismo. A sociedade volta-se para si mesma, numa época individualista com mudanças drásticas nos valores e comportamentos. Assim estamos interessados pelas identidades, sociabilidades, divergências e confrontos, pois, ao fragmentar os objetos, os historiadores fragmentaram a realidade da sociedade. A revolução da história cultural não é um fenômeno isolado, mas articulado a uma sociedade global, dentro de um contexto de transformação mundial.

² VAINFAS, Ronaldo. *Micro-história*. Os protagonistas anônimos da História. Rio de Janeiro, Campus, 2002.

Podemos delimitar algumas características gerais da história cultural que são identificáveis nos diversos modelos propostos por ela, como: a rejeição ao conceito de mentalidades, interesse pelas manifestações de massa anônimas, como festas, resistências, crenças, ou seja, o popular; preocupação em recuperar o papel das classes sociais, da estratificação e do conflito social. É uma história plural que fornece caminhos alternativos para a investigação histórica.

A história cultural entrou no Brasil e provocou deslocamentos dos saberes, possibilitando que autores fossem revisitados e que fossem ampliados os instrumentos para a investigação histórica. Neste sentido as bases de nossa pesquisa encontram-se apoiadas na história cultural desenvolvida pelo francês Roger Chartier, que define o objeto da história cultural como a preocupação em identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída pensada, dada a ler.³

Em sua obra, *Leituras e leitores na França do Antigo Regime* (1987), percebemos o distanciamento em relação às mentalidades e à exposição de seu modelo, que se afasta da dicotomia popular/erudito, pois acredita nas circulações fluidas, nas práticas compartilhadas e em diferenças indistintas, ou seja, possui uma noção mais abrangente, mas não homogênea, de cultura. Chartier propõe um conceito de cultura como *prática* e sugere para seu estudo as categorias de *representação* e *apropriação*.⁴

Representação, segundo o autor, é pensada quer como algo que permite “ver uma coisa ausente”, quer como “exibição de uma presença”. Para ele esse conceito é superior ao de mentalidade, pois permite articular três modalidades da relação com o mundo social: em primeiro lugar, o trabalho de classificação e de delimitação, que produz as configurações intelectuais múltiplas,

³ CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; 1999. p.16.

⁴ Idem. *Leituras e Leitores na França do Antigo Regime*. São Paulo: Unesp, 2004.

através das quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos; seguidamente, as práticas que visam fazer reconhecer uma identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição; por fim, as formas institucionalizadas e objetivadas graças às quais uns representantes marcam de forma visível e perpetuada a existência do grupo, da classe ou da comunidade.⁵

A problemática do mundo como representação, moldado através das séries de discursos que o apreendem e o estruturam, conduz obrigatoriamente a uma reflexão sobre o modo como uma figuração desse tipo pode ser apropriada pelos leitores dos textos (ou imagens) que dão a ver e a pensar o real. Assim, se a noção de representação é vista por Chartier como a pedra angular da nova história cultural, o conceito de apropriação é o seu centro.

Apropriação tem por objetivo uma história social das interpretações, remetidas para as suas determinações fundamentais (que são sociais, institucionais, culturais) e inscritas nas práticas específicas que as produzem.

Devemos pensar a história cultural como a análise do trabalho de representação, isto é, das classificações e das exclusões que constituem, na sua diferença radical, as configurações sociais e conceituais próprias de um tempo ou de um espaço. As estruturas do mundo social não são um dado objetivo, são historicamente produzidas pelas práticas articuladas (políticas, sociais, discursivas) que constroem as suas figuras. São essas demarcações, e os esquemas que as modelam, que constituem o objeto de uma história cultural levada a repensar completamente a relação tradicionalmente postulada entre o social próprio, e as representações, supostas como refletindo-o ou dele se desviando.⁶

As *práticas* dão significado ao mundo de forma plural e contraditória, podendo caracterizar as práticas discursivas como

⁵ Ibid.

⁶ Idem., p.27.

produtoras de ordenamento, de afirmação de distâncias, de divisões; daí o reconhecimento das práticas de apropriação cultural como formas diferenciadas de interpretação, ou seja, são as práticas complexas e múltiplas que constroem o mundo como representação.

Uma das propostas de Chartier consiste num estudo sobre as práticas de leitura, articulando um espaço de trabalho entre o texto e o leitor que compreenda as práticas que constroem o mundo como representação: consiste na forma como uma dada realidade é moldada, através das séries de discursos que a apreendem e a estruturam.

Esses discursos são apropriados de diferentes maneiras pelos diferentes leitores, e entre o mundo do texto e o mundo do leitor se coloca a prática da leitura capaz de compreender as apropriações dos discursos. Essa prática da leitura tem que levar em consideração o ato de ler e a questão da recepção, já que a recepção só pode ser compreendida historicamente e socialmente. O leitor constrói um sentido do texto a partir da historicidade e a partir do suporte material através do qual o texto lhe é apresentado.

Pensamos que para nossa problemática não podemos trabalhar com os conceitos de apropriação e de práticas, já que esses recursos nos levariam para a questão da recepção da revista desarticulando nosso foco: partir da proposta inicial da *Revista Claudia*, em 1961, destinada ao público feminino, e observar as transformações, rupturas e continuidades pelas quais passou tal periódico especificando os momentos importantes da história do Brasil na ótica dos valores culturais e articulá-los com a grande onda modernizadora que modificou o cotidiano das pessoas.

Pretendemos utilizar o conceito de representação de Chartier e cruzar tal método com a revista, percebendo quais são as periodizações internas da revista e dentro dessas periodizações fazer os recortes temáticos para assim perceber os problemas que atingem o comportamento e inseri-los na complexidade do processo de modernização da sociedade brasileira naquele

momento. Importante é fazer que a leitura sobre a modernização e a pós-modernidade ajudem a pensar tais problemas, pois mesmo eles estando em outras sociedades a reflexão é sobre o universo global do capitalismo e iluminam os caminhos da pesquisa.

A utilização da imprensa como fonte documental na escrita da história no Brasil não é recente, mas faz parte do próprio processo da historiografia de ampliar os objetos de estudos, introduzindo “novos objetos, problemas e abordagens” para a disciplina histórica. Nesse sentido torna-se essencial para nossa pesquisa abordar o crescimento dos debates que enfatizaram o papel feminino e o gênero como categorias de análises para a pesquisa histórica, uma vez que nosso trabalho possui como foco um periódico da imprensa feminina.

Para compreendermos a ampliação dos estudos sobre as mulheres nas universidades, devemos evidenciar a própria história do movimento feminista, que possibilitou, juntamente com a crise dos paradigmas tradicionais da história, emergir uma série de sujeitos históricos e identidades múltiplas que se encontravam renegados até então. Eram os que Michelle Perrot chamou dos “excluídos da história”⁷.

Ao nos referimos ao feminismo devemos considerá-lo como um movimento plural. Tivemos vários feminismos, que são denominados como ondas.

O feminismo, como movimento social visível, tem vivido algumas “ondas”. O feminismo de “primeira onda” teria se desenvolvido no final do século XIX e centrado na reivindicação dos direitos políticos – como o de votar e ser eleita –, nos direitos sociais e econômicos – como o de trabalho remunerado, estudo, propriedade, herança. O feminismo chamado de “segunda onda” surgiu depois da Segunda Guerra Mundial, e deu prioridade às lutas pelo direito ao corpo, ao prazer, e contra o patriarcado –

⁷ PERROT, Michelle. *Os Excluídos da História: Operários, Mulheres e Prisioneiros*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

entendido como o poder dos homens na subordinação das mulheres.⁸

O feminismo denominado de *segunda onda* compreende o período focalizado pela nossa pesquisa⁹. Nesse sentido, parece essencial salientar o cerne do discurso, pois na década de 60 as feministas incorporavam frentes de luta fazendo reivindicações e questionando não só as desigualdades políticas, mas as raízes dessa desigualdade; clamavam assim por uma história de heroínas, que recolocassem as mulheres na história; exigiam uma revisão, uma reescrita da história. Dessa forma havia uma conexão direta entre a política e a intelectualidade.

Podemos observar também pelo menos três gerações de grupos feministas na prática da militância entre os anos 60 e meados de 80. A primeira geração marca a superação da diferença entre os sexos e o estabelecimento da igualdade político-social entre homens e mulheres. A segunda propunha o estabelecimento das diferenças radicais entre os dois sexos, buscando uma especificidade universal feminina, que unia todas as mulheres em torno de um ideal comum a ser alcançado por todas elas. E a terceira geração, menos radical, insistia na diferença não só entre os homens e mulheres, mas também nas diferenças existentes entre as mulheres, refutando a proposta de estabelecer um mundo unicamente feminino, uma vez que este se definia em relação ao masculino. Vale ressaltar, portanto, que o movimento feminista sofreu modificações dependendo da época estudada e das condições sócio-econômicas e políticas do espaço em que se desenvolveu. Embora abordasse reivindicações básicas das

⁸ PEDRO, Joana Maria. *Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica*. Texto preparado para ser apresentado como conferência no evento: III Seminário Educação e Gênero e II Seminário sobre Infância, a ser realizado em Tocantinópolis - TO, entre 8 e 10 de março de 2006.

⁹ No quinto capítulo analisaremos como o movimento feminista do Brasil apareceu nas páginas da *Revista Claudia* pela seção de Carmen da Silva, “*A Arte de Ser Mulher*”.

condições femininas, tal movimento possui especificidades e complexidades que merecem considerações.¹⁰

O feminismo (**dito de segunda onda**) ressurgiu num momento histórico em que outros movimentos de libertação denunciavam a existência de formas de opressão que não se limitam ao econômico. Saindo de seu isolamento, rompendo seu silêncio, movimentos negros, de minorias étnicas, ecologistas, homossexuais, se organizam em torno de sua especificidade e se completam na busca da superação das desigualdades sociais. Esta complementação não implica uma fusão de tais movimentos, que mantêm a sua autonomia e suas forças próprias de organização.¹¹ [grifo nosso]

Tais questionamentos no Brasil afloraram seus debates na década de 70 em pleno regime militar dando visibilidade a novas perspectivas de pesquisas nas universidades com o objetivo de reconstruir, através de novas fontes, as experiências vivenciadas por mulheres. No entanto as abordagens naquele momento tratavam da “mulher” evidenciando a articulação entre a produção acadêmica e o movimento feminista que lutava em prol da categoria em oposição ao “homem” como sujeito universal.

Os temas que emergiram indicavam as diversas possibilidades de ampliação dos estudos sobre as mulheres, ficando fácil identificar as teses que problematizaram naquele momento os movimentos sociais, a política, a violência contra a mulher e o trabalho feminino.

No entanto, a categoria “mulher” passou por questionamentos, pois dentro do movimento feminista havia uma diversidade de questões e lutas indicando que não bastava a utilização de uma categoria única (“mulher”) e sim identidades múltiplas. Passa-se a reivindicar a diferença dentro da diferença.

¹⁰ COSTA, Maria Paula. *Da Mulher para a Mulher: uma análise historiográfica do correio dos leitores da revista O Cruzeiro (1950-1963)*. Dissertação de mestrado. Assis: Unesp, 2003. p.23.

¹¹ ALVES, Branca Moreira & PITANGUY, Jaqcqueline. *O que é feminismo*. São Paulo: Brasiliense, 1985. p.7.

Convém destacar que, independentemente de usar a categoria “mulher” ou “mulheres”, a grande questão que todas queriam responder, e que buscavam nas diversas ciências era o porquê de as mulheres, em diferentes sociedades, serem submetidas à autoridade masculina, nas mais diversas formas e nos mais diferentes graus. Assim, constatavam, não importava o que a cultura definia como sendo atividade de mulheres: esta atividade era sempre desqualificada em relação àquilo que os homens, desta mesma cultura, faziam.

Foi desta forma que também nos trabalhos acadêmicos, e entre eles os da História, inicialmente a categoria de análise mais usada foi, justamente, “mulher”. Foi com esta categoria que as historiadoras e historiadores procuraram integrar, na narrativa que se fazia da história da humanidade a presença das mulheres. Foi, também, buscando mostrar a diferença no interior da categoria “mulher” que passaram a utilizar a palavra “mulheres”¹².

No início dos anos 80 a história das mulheres procurou evidenciar o cotidiano das experiências vividas no âmbito coletivo e dialogar com as práticas da relação homem-mulher, analisando novos objetos como a sexualidade, a criminalidade, a morte, a alimentação, os laços familiares. Exemplo disso foi o livro organizado por Georges Duby e Michelle Perrot sobre a *“História das Mulheres no Ocidente”* onde alertaram ser “... preciso recusar a idéia de que as mulheres seriam em si mesmas um objeto de história...”, uma vez que a história deve ser relacional interrogando toda a sociedade. Assim a história das mulheres passa a recuperar suas condições, seus lugares, os papéis, as formas de ação, as representações, sendo também a história dos homens.¹³

A história das mulheres foi tratada não só como o estudo da condição feminina, mas também no aspecto das relações entre os sexos. O avanço das pesquisas não ocorreu apenas nos anos 70

¹² PEDRO, op. cit., p.5.

¹³DUBY, Georges. & PERROT, Michelle. (orgs.). *História das mulheres no Ocidente*. Porto: Afrontamento, 1990. v.1 e 2.

com os movimentos feministas, mas também na historiografia. Esta de fato trabalhava temas como a família, contribuindo para o crescimento das investigações como também para o sucesso da Nova História, que, preocupada com o cotidiano, com as representações, deu espaço às mulheres e fez com que o estudo sobre elas chegasse às universidades.

Uma vasta produção nacional e internacional apontava para a reconstrução da atuação das mulheres no processo histórico repensando os estereótipos e questionando os papéis desenvolvidos em diversos espaços - públicos e privados - na sociedade.

Contudo, torna-se cada vez mais necessário, sem esquecer a opressão histórica sobre as mulheres, superar a dicotomia ainda fortemente presente entre a ‘vitimização’ da mulher – uma análise que apresenta um processo linear e progressiva de suas lutas e vitórias – e a visão de uma “onipotência” e “rebeldia” feminina que algumas vezes estabelece uma heroização das mulheres.¹⁴

No final da década de 80, Joan Scott publicou nos Estados Unidos um texto propondo uma nova categoria de análise: o gênero. Tal categoria procurava articular o masculino e o feminino por meio das condições sociais, históricas e culturais que moldavam ambos os sexos. O comportamento entre os sexos possui historicidades e são construídos socialmente, variando no tempo, espaço e na cultura em que estão inseridos.

Para compreender melhor tal construção, Joan Scott indica quatro elementos que funcionam de maneira articulada, embora não obrigatoriamente ao mesmo tempo: os símbolos (culturalmente disponíveis; de representações múltiplas e contraditórias); os conceitos normativos (que são expressos nas doutrinas religiosas, educativas, científicas, políticas, jurídicas e colocam em evidência as interpretações limitantes dos símbolos e

¹⁴ MATOS, Maria. Izilda. Santos. de. *Por uma História da mulher*. Bauru: Edusc, 2000. p.14.

suas contradições, definidos por oposições binárias, de forma categórica entre o feminino e masculino); as instituições e organizações sociais (família, mercado, sistema político, sistema educacional, sistema de saúde, que divulgam e reafirmam conceitos) e as identidades subjetivas (vinculadas ao indivíduo, na construção do sujeito, definindo sua forma de reagir ao que lhe é apresentado como “destino”). A articulação desses elementos compõe: as identidades, os papéis, os valores, as crenças e as relações de poder. Essas posições normativas muitas vezes são descritas pela história como consensos, e não como conflito na sociedade.¹⁵

Deste modo que as relações de gênero associam-se em diferenças hierárquicas que remetem a relação de poder; e segundo Foucault para se compreender tal poder não se pode: ...tomar o poder como fenômeno de dominação maciço e homogêneo de um indivíduo sobre os outros, de um grupo sobre os outros, de uma classe sobre as outras [...] não é algo que se possa dividir entre aqueles que não o possuem e lhe são submetidos. O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer esse poder e de sofrer sua ação, nunca são alvos inertes e consentidos do poder, são sempre centros de transmissão.¹⁶

As relações entre os sexos passam a partir dos estudos de gênero, a ser vistas além da dominação masculina, ou de associação, como faziam as feministas que se apoiavam na teoria do patriarcado entre uma inferioridade feminina versus uma superioridade masculina, pois o poder define-se como uma trama

¹⁵ SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise historiográfica. *Mulher e Realidade*: mulher e educação. Porto Alegre, v.16, n.2, jul/dez. 1990.

¹⁶ FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I. A Vontade de Saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988. p.183

em que os sujeitos não são somente receptáculos ou propagadores dessa ação, mas fazem parte de uma rede.

Dentro desse universo de abordagens e métodos, o gênero teve importante presença, procurando re-visitar as experiências coletivas e individuais de homens e mulheres no passado com a preocupação em analisar as diferenças sexuais como construções culturais, lingüísticas e históricas que, conseqüentemente, incluíam relações de poder, definidas na trama histórica.

Entretanto, no final do século XX alguns estudos já apontavam suas críticas aos estudos de gênero. Um exemplo é o livro de Judith Butler, que encontrou bastante repercussão no Brasil, intitulado *“Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade”*.¹⁷

Assim, seguindo a perspectiva de Foucault sobre o caráter discursivo da sexualidade, Butler propõe o que ficou sendo chamado como “teoria performática”. De acordo com esta teoria, a “performatividade” do gênero é um efeito discursivo, e o sexo é um efeito do gênero.

[...]

Judith Butler está, então, questionando a própria categoria gênero como “interpretação cultural do sexo”. E mais: afirma, categoricamente “gênero não está para a cultura assim como o sexo está para a natureza”. Desta forma, a autora focaliza o sexo como resultado “discursivo/cultural”, e questiona a constituição do sexo como “pré discursivo” e, portanto, anterior a cultura.¹⁸

Podemos perceber que existe um movimento para pensar o papel dos sujeitos na sociedade e a forma como a disciplina histórica está observando e articulando tais teorias nas suas pesquisas. Sabemos que as fontes são inesgotáveis arsenais que nos possibilitam ao mesmo tempo reconstruir o passado e desconstruir verdades absolutas.

¹⁷ BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

¹⁸ PEDRO, op.cit., p.12.

Com essa perspectiva pretendemos direcionar a pesquisa para a imprensa feminina por meio da *Revista Claudia*, enfatizando o universo feminino presente nesse periódico e sua relação com o mundo que cercava as relações da mulher com a família, consigo mesma e com o mundo; não perdendo de vista o momento das transformações ocorridas nesse longo período e seus efeitos nos modos de vida retratados pela revista.

As revistas femininas são produtos históricos que traduzem, à sua maneira, a história do desenvolvimento capitalista da nossa economia, ao reduzir muitas vezes a participação das mulheres a simples consumidoras de produtos ligados à indústria do lar e do corpo. São produtos culturais destinados a um público específico que aparece construído e concretizado nas páginas do periódico veiculando concepções sobre os papéis sexuais da família e da relação entre os sexos.

A *Revista Claudia* entrou no mercado editorial iniciando uma nova fase para a imprensa feminina, ao ser concebida como periódico com textos que abordam o cotidiano e os assuntos femininos. Sendo uma revista nacional, veicula produtos de diversas empresas ligadas ao universo estabelecido como feminino. Assim afirma Moraes: “*Claudia foi e continua sendo uma grande vendedora*”.¹⁹

Pertencendo à Editora Abril, que investiu no campo das publicações setorizando seu público alvo e adaptando-se às diversas fases históricas da nossa sociedade, mantém-se atualmente no mercado ocupando lugar de destaque em toda a América Latina. *Claudia* consiste num periódico mensal, preocupado em atender a todas as necessidades de um perfil de mulher: dona de casa de classe média.

A revista apresentou-se como uma inovação ao propor às suas leitoras assuntos práticos da vida cotidiana da mulher. Ao

¹⁹ MORAES, Maria Lygia Quartim de. *Família e Feminismo*: Reflexões sobre papéis femininos na imprensa para mulheres. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 1981.

longo de seus 25 anos de publicação, observamos as mudanças não apenas na forma, como também no conteúdo da revista. Valorizar essas transformações e as contradições presentes nesse importante periódico do mercado editorial brasileiro torna-se fundamental para a compreensão de valores no universo do relacionamento entre homens e mulheres, além de expressivas mudanças na própria estrutura familiar, nos cuidados com a casa e com os filhos e com o próprio corpo, passando-se a privilegiar o indivíduo e sua identidade própria. Tais questões estão estreitamente ligadas ao consumo de produtos e conceitos que necessitam ser abordados, já que a sociedade cada vez mais creditava ao consumo seu status de sociedade moderna.

Destinada ao público feminino, tinha como proposta atender a todos os aspectos da figura da mulher numa sociedade que estava se constituindo numa modernização como real sociedade de consumo; contudo a análise do universo feminino na *Revista Claudia* só é possível por meio das relações de consumo articuladas com a imagem e o comportamento presentes nas diferentes décadas pesquisadas.

Assim, fizemos uma análise desse periódico, que se revelou um corpus documental rico nas representações sociais dos sujeitos e nas relações do indivíduo com a sociedade, articulando seu desenvolvimento com todo o processo histórico da relação de gênero, da relação de consumo, das mudanças de valores no que tange a comportamentos e a continuidades de costumes, o que indica que tal estudo contribuiria para a história das representações culturais.

No primeiro momento a preocupação foi realizar a leitura da fonte documental, a *Revista Claudia* nas três décadas (1960, 1970, 1980), observando quais eram as temáticas mais freqüentes e quais as estratégias da revista para pensar a mulher e a família no âmbito dos comportamentos, costumes e representações.

Após essa fase, procuramos verificar quais eram os temas que apareciam com mais freqüência e como eram tratados nas

diversas seções da revista. Passamos então a reunir as temáticas em torno de questões que apareciam como secundárias: família, corpo, moda, culinária, trabalho e a figura expressiva de Carmen da Silva.

Cada tema se desdobrou em torno de outros assuntos, como por exemplo: Família (casamento, sexualidade, maternidade, casa, vida profissional); Corpo (maquiagem, penteado, dietas, ginástica, envelhecimento); Moda (feminina, masculina, infantil); Culinária (receitas, etiqueta, utilidades domésticas); Trabalho (fora de casa, relacionamento familiar, organização do tempo) e Carmen da Silva (família, maternidade, trabalho, feminismo).

Assim no primeiro capítulo procuramos discutir o processo de modernização ocorrido no Brasil após a Segunda Guerra Mundial, compreendendo o processo histórico nacional e internacional que proporcionou uma urbanização e industrialização baseada na entrada do capital estrangeiro. Esse primeiro modelo foi analisado em nossa dissertação de mestrado, que se centrou na década de 50; em seguida analisamos a década de 60, anterior e após o golpe militar no Brasil e seus desdobramentos até meados dos anos 80.

Os anos 60 marcaram um processo de mudança nos hábitos, costumes e comportamentos influenciados pela crescente urbanização e pela idéia de modernização e progresso nos grandes centros urbanos que fortaleceram a indústria cultural brasileira, ao mesmo tempo em que as empresas disponibilizavam mercadorias que alteraram os hábitos de consumo. Tal fato recebeu forte apoio dos meios de comunicação de massa, que representaram espaços de exposição de produtos e de novos valores sociais para uma sociedade que estava sob a expectativa criada pelo desenvolvimento.

A *Revista Claudia* foi um dos veículos desse processo de modernização que veio sob as botas dos militares e envolto em uma série de contradições. Procuramos analisar o período de nossa pesquisa, principalmente o que se refere à expansão da indústria

de bens de consumo que atingiu a classe média desencadeando uma busca ao consumo.

A felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, que se caracteriza por ser excludente, acelerando a fragmentação social e expandindo uma nova classe média que assimila as ideologias individualistas. Essa é a realidade da leitora de *Claudia*, que buscava construir uma identidade e administrar seus problemas pessoais e familiares.

Para compreendermos a construção da revista que incitava o sonho e despertava a ânsia pelo consumo, tornou-se fundamental analisar as modificações do capitalismo e as transformações do consumo e dos aspectos culturais. Para tanto nos apropriamos da discussão da pós-modernidade, por perceber que ela reflete questões culturais, num plano da sociedade de consumo, que, embora não tenha alterado a natureza do capital, insere coisas novas que não caracterizavam o capitalismo até 1950.

No primeiro capítulo, portanto, procuramos analisar o processo de transformação do próprio capitalismo associando o que alguns autores denominaram de pós-modernidade e da sociedade de consumo. Tais referenciais nos permitiram compreender as modificações que ocorreram na sociedade brasileira, que buscava a modernização apoiada num modelo proposto pelo regime militar. Como a *Revista Claudia* estava inserida nessa nova realidade, apresentamos nossa fonte documental e buscamos mostrar suas características, a forma de organização interna do conteúdo, o grupo responsável pela publicação, o público alvo da revista e suas problemáticas principais.

Os capítulos que seguem vão tratar dos principais temas discutidos na revista. O tema principal do segundo capítulo consiste no papel que a mulher desenvolveria na família, daí o enfoque nas representações de dona de casa, esposa e mãe. Buscamos na primeira parte deste capítulo compreender a composição da família proposta pela revista; as discussões do

patriarcalismo; as crises que o casamento sofreu ao longo do período pesquisado que alteraram a estrutura familiar (crise do casamento e crise sexual); a sexualidade na família e as relações que se estabelecem na construção do ser homem e ser mulher; a educação dos filhos e as implicações em torno do desquite e do divórcio. Na segunda parte deste capítulo procuramos perceber como a *Revista Claudia* construía a representação da casa ideal e estabelecia os papéis hierárquicos no interior da família. A maternidade, os filhos, a educação destes foram nosso terceiro enfoque neste capítulo, procurando ressaltar a representação de mãe. Para finalizar este segundo capítulo analisamos como *Claudia* tratou o impacto da saída da mulher para o mercado profissional na vida familiar. Procuramos apresentar as principais questões publicadas e as representações que vão sendo reunidas em torno da mulher que pretende desempenhar uma atividade profissional. A questão da temporalidade feminina, ou seja, a organização do tempo aparecerá como crucial para que a mulher desempenhe as diversas representações que são propostas no discurso de *Claudia*. O trabalho profissional implicava para o periódico uma certa organização do tempo para que os papéis femininos e masculinos não fossem prejudicados.

No terceiro capítulo nosso foco compreende três temas: “Corpo, moda e culinária”. Além do conceito de representação também utilizamos o de remodelagem proposto por Norbert Elias²⁰. A remodelagem e as representações estão construídas considerando-se que há um esforço em indicar as diversas representações do corpo feminino através de um discurso que buscava remodelar os corpos por meio da culinária e da moda. O consumo auxiliaria a modificação do corpo e o transformaria no ideal proposto pelo periódico.

²⁰ ELIAS, Norbert. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. v.1 e 2.

No quinto capítulo procuramos discutir o papel que Carmen da Silva, articulista responsável pela seção a “*A Arte de Ser Mulher*”, exerceu na revista como pensadora debatendo os temas de forma crítica e muitas vezes contraditória o discurso geral da revista. Para tanto dividimos esse capítulo em duas partes: num primeiro momento procuramos, através de pesquisas que já foram desenvolvidas, percorrer os caminhos da articulista. Utilizamos também seus livros (autobiografia e o romance) por acreditarmos enriquecer nossa análise de seus artigos publicados em *Claudia*.

Na segunda parte desse capítulo analisamos os principais temas que foram debatidos em seus artigos e apontamos algumas contradições que ficaram explícitas em seu discurso com a forma como o periódico tratava a mesma questão. Também destacamos sua escrita, que ressaltou o movimento feminista no Brasil e convocou a seu modo as leitoras a atentarem para as tensões em torno do papel que a mulher desempenhava na sociedade.

1º Capítulo

1. A revista *Claudia* no processo de modernização da sociedade brasileira.

A historiografia atual favorece a compreensão e ampliação dos estudos que enfatizam o cotidiano e as imagens de seus atores sociais. Ter como fonte a *Revista Claudia* remete para uma série de questões que envolvem a mulher e seu debate no campo histórico: a imprensa, como importante expressão de uma nova realidade dos meios de comunicação; e as diversas fases do capitalismo, que aparecem de forma implícita nas páginas do periódico com o estímulo ao consumo, conduzindo ao debate sobre o processo de modernização.

Abordar a questão feminina, a imprensa e a discussão das novas tendências na ótica da história cultural permite incorporar e mapear as fases que se processaram na sociedade no campo político, econômico e social, pois esses processos muitas vezes alteraram a dinâmica do mercado, influenciando nas imagens, comportamentos e valores do papel da mulher, leitora de *Claudia*.

Ao analisar o século XX, o historiador Eric Hobsbawm propôs a reflexão sobre a dinâmica transformação ocorrida na sociedade, pois afirma que com a Primeira Guerra Mundial vimos representados o colapso da civilização ocidental do século XIX, que se caracterizava por uma economia capitalista, burguesa e orgulhosa de suas conquistas científicas, estando convencida da centralidade da Europa como berço do sistema mundial.¹

¹ HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos* – O breve século XX – 1914 –1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

Essa sociedade foi abalada por duas guerras mundiais, seguidas por duas ondas de rebelião e revolução globais, colocando as economias capitalistas mais fortes em um sistema de economia mundial único. São apontados como momentos críticos da história do século XX os anos de 1930 e 1940, com a difícil relação entre o capitalismo e o comunismo. Embora o primeiro tenha sobrevivido à depressão, ao fascismo e à guerra, ainda parecia enfrentar o avanço global da revolução.

Segundo Hobsbawm, entre 1947 e 1973 o capitalismo salta para uma época de ouro, que criou uma economia mundial única, integrada e universal, ultrapassando as fronteiras dos Estados. Entretanto nas décadas de 80 e 90 o mundo capitalista sofreu novamente os efeitos da crise com o desemprego em massa e as desigualdades sociais, uma crise não só econômica como também política.

Todas essas transformações do capitalismo nos ajudam a entender a modernização e o consumo como um fenômeno de massa. O período denominado por Hobsbawm de a Era de Ouro veio associado a uma revolução tecnológica que havia sido utilizada para a guerra e acabou modificando a vida cotidiana das pessoas, na medida em que as várias idéias e técnicas foram aproveitadas para a eletrônica e para a tecnologia da informação. Diversos produtos foram colocados à disposição dos consumidores, e o principal recurso de venda era o slogan “novo”, com a crença de que o novo era além de sinônimo de melhor, absolutamente revolucionado.²

Grandes investimentos foram empregados tanto em pesquisas, como em técnicas aprimoradas, e o resultado era a grande produção em massa e o número crescente de bens e serviços sendo oferecidos aos consumidores. Isso foi possível devido a uma grande reestruturação e reforma do capitalismo e

² Ibid., p.261.

um avanço bastante espetacular na globalização e internacionalização da economia, democratizando o mercado.³

Logo após o término da Segunda Guerra Mundial, instaurou-se a chamada Guerra Fria (EUA X URSS), encorajando os americanos a adotarem uma visão mais ampla de que era necessário “ajudar” os países que precisavam se modernizar. Tal “cooperação” foi concretizada com o plano Marshall, no sentido de elaborar um programa de ajuda econômica para a reconstrução da Europa pós-guerra. Evidente que tal medida encontrava-se respaldada no interesse americano de conter o avanço comunista e recuperar os mercados para suas exportações. Desenvolvia-se desse modo uma economia capitalista mundial em torno dos EUA.

Como podemos perceber, uma série de transformações indicavam que o mundo Pós-Guerra não seria mais o mesmo. Revoluções no transporte e na comunicação permitiam que o mundo se tornasse uma unidade só e que os grandes centros industriais instalassem em outros países seu foco de produção, principalmente em locais onde a mão-de-obra era vasta e barata. Assim afirma Hobsbawm:

O espantoso “grande salto avante” da economia mundial (capitalista) e sua crescente globalização não apenas dividiram e perturbaram o conceito de Terceiro Mundo como também levaram quase todos os seus habitantes conscientemente para o mundo moderno. (...) Esse mundo lhes chegava em forma de ônibus ou caminhões em poeirentas estradas marginais, a bomba de gasolina, o radinho de pilha transistorizado, que trazia o mundo até eles. (...) Viviam agora num mundo de embalagens plásticas, garrafas de coca-cola, relógios digitais baratos e fibras artificiais. Por uma estranha inversão da história, o país atrasado do Terceiro Mundo começou até a comercializar suas habilidades no Primeiro Mundo.⁴

³ Ibid., p.264.

⁴ Ibid., p.357.

Neste mundo sem fronteiras a produção e comercialização de produtos foram reverenciadas sob o signo da modernização: um país que buscasse o moderno deveria basear-se na lógica do consumo. Esse consumo estava localizado na vida cotidiana das pessoas e associado à idéia de conforto, bem-estar, felicidade e mais tarde como uma necessidade criada pelo próprio sistema.

Baudrillard, ao escrever *A Sociedade do Consumo*⁵, analisou as sociedades ocidentais contemporâneas e concentrou-se no fenômeno do consumo de objetos, afirmando que o consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve a todo nosso sistema cultural. Para esse autor os objetos pertencem à lógica dos signos e dos símbolos e não se associam com qualquer função ou necessidade definida, respondem à lógica social ou do desejo, que servem de campo móvel e inconsciente de significado. A publicidade funciona como um operador mítico e a lógica do consumo define-se como manipulação dos signos e funda-se na exterioridade.

Nessa nova realidade, a informação, comunicação, cultura e abundância são instituídas, descobertas e organizadas pelo próprio sistema, como forças produtivas, pois o indivíduo serve ao sistema industrial não pela oferta de suas economias ou pelo fornecimento de capitais e sim como consumidores de produtos. O consumo revela-se como um poderoso elemento de dominação social, por meio da atomização dos indivíduos consumidores.⁶

O mundo da segunda metade do século XX tornou-se urbanizado como jamais havia sido. Nas grandes cidades floresciam os shopping centers, oferecendo num ambiente climatizado, os mais variados tipos de produtos: alimentação, objetos para a casa, roupas para toda a família, sapatos, perfumaria, móveis, livros, além de cultura e lazer, com cinema, brinquedos para as crianças, uma praça de alimentação, com a

⁵ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1970.

⁶ Ibid., p. 83-85 passim.

comodidade de possuir estacionamento próprio e postos de combustíveis com serviços variados para automóveis. A abundância de serviços, de bens materiais tornam evidentes o consumo e geram a ausência de contato humano, uma vez que as relações sociais ocorrem mais pela manipulação de bens e mensagens, do que por laços com os semelhantes, já que se vive rodeado de objetos e não de homens.

O conceito de abundância é utilizado por Baudrillard para indicar que os objetos não possuem mais nesta sociedade um caráter unicamente utilitário e individual, mas adquirem força na medida em que são apresentados na sua totalidade, num sentido global, organizados ordenadamente oferecendo ao público uma cadeia de significados que lhes leva a motivação de consumi-los.

Nesta ótica temos como exemplo o shopping center e as revistas, que cumprem o papel ao apresentar um universo variado de objetos, carregados de significados que fazem sentido quando apresentados juntos, na sua totalidade.

A curiosidade e o desconhecimento, a abundância e o desperdício, a reciclagem são termos usados por Baudrillard para pensar essa sociedade do consumo. A curiosidade e desconhecimento designam, segundo ele, um só e mesmo comportamento global a respeito do real, comportamento generalizado e sistematizado pela prática das comunicações de massa e, portanto, característico da nossa sociedade de consumo: trata-se da recusa do real, baseada na apreensão ávida e multiplicada dos seus signos.⁷

Já a abundância e o desperdício estão associados à necessidade que a sociedade tem dos seus objetos para existir e sobretudo à necessidade que sente de os destruir. O uso dos objetos conduz apenas ao seu desgaste lento. O valor criado reveste-se de maior intensidade no desperdício violento. Por tal motivo, a destruição permanece como a alternativa fundamental da produção: o consumo. Existe a tendência profunda para se

⁷ Ibid., p.25.

ultrapassar, para se transfigurar na destruição. Só assim as coisas adquirem sentido.⁸

Associada à idéia de destruição, o termo reciclagem indica que, ao destruir tais objetos, torna-se necessário substituí-los, ou, como Baudrillard afirmou, reciclá-lo. A falta dessa reciclagem leva a um profundo constrangimento ou rejeição social.

Como podemos perceber, uma realidade no mundo capitalista pós-guerra havia modificado a relação da sociedade com o consumo e trazia a diversos países, como mostrou Hobsbawm, a idéia de que era possível se modernizar. Uma sociedade de consumo foi teorizada por Baudrillard: o consumo constituiu-se um mito, presente numa idéia retomada pelo discurso do cotidiano e referenciada pela publicidade.

Para compreendermos essas modificações do capitalismo e as transformações do consumo e dos aspectos culturais, entendemos como essencial a discussão da pós-modernidade, por perceber que ela reflete questões culturais, num plano da sociedade de consumo, que, embora não tenha alterado a natureza do capital, insere coisas novas que não caracterizavam o capitalismo até 1950. Baudrillard, como podemos perceber, antecipou a discussão que posteriormente vai ser chamada de pós-modernidade, pois suas idéias e estilos certamente contribuíram para a cristalização do conceito de pós-moderno, embora jamais tenha teorizado sobre esse tema e não aceite ser identificado como tal.

Para alguns autores esse momento de modificação criou o fim de uma época dita moderna, já que novos modelos foram estabelecidos, rompendo com um ritmo de vida da sociedade que não mais era compatível com a realidade. Várias discussões apontam para uma pós-modernidade.

Lytard mostra-se um referencial na discussão sobre pós-modernidade, já que escreveu a primeira obra filosófica a adotar essa noção: *A condição pós-moderna*, publicada em Paris em 1979.⁹

⁸ Ibid., p.43.

Recebeu forte influência de Ihab Hassan, que havia escrito sobre a pós-modernidade na ótica estético-cultural, incluindo tendências que ou radicalizam ou rejeitam as principais características do modernismo, discutindo desde as artes visuais, à música, à tecnologia e à sensibilidade em geral.

Já o livro de Lyotard teve sua gênese em um texto escrito a pedido do Conseil des Universités do governo de Quebec, como um “informe sobre o conhecimento” e acabou se tornando um referencial que influenciou teóricos da pós-modernidade. “*A Condição Pós-Moderna*” procurou explorar a condição do saber na cultura ocidental, pois o autor acreditava que o saber estava passando por uma reformulação que alteraria seu estatuto e sua natureza.

Para Lyotard, a chegada da pós-modernidade ligava-se ao surgimento de uma sociedade pós-industrial, na qual o conhecimento tornara-se a principal força econômica de produção, concebendo a sociedade como uma rede de comunicação lingüística e definindo como condição da pós-modernidade a perda da credibilidade das grandes narrativas que foram desfeitas pela evolução imanente das próprias ciências, por meio de uma pluralização de argumentos e por uma tecnificação da prova.

Assim argumentou em torno da função da narrativa no discurso e no conhecimento científico enfatizando não tanto o conhecimento e os procedimentos científicos como tais, mas a forma como buscam uma legitimidade e lutam por ela.

Para o autor o desenvolvimento de técnicas e tecnologias na ciência e a renovação do espírito de livre iniciativa capitalista que vem ocorrendo desde a Segunda Guerra Mundial colaboraram para uma perda do poder das grandes narrativas como conceitos universais e totalizantes estabelecendo a autonomia fragmentadora das micronarrativas.

É interessante que, ao anunciar o fim dessas metanarrativas, a produção de bens culturais se esvaziou de ideologias ou verdades.

⁹ LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Paris: 1979.

Os meios de comunicação começaram a se apropriar de uma nova linguagem que pudesse atrair seu público na busca de um prazer momentâneo, em que a ausência de um pensamento crítico ou racional fosse substituída pela emoção ou pela liberdade e pela ilusão de que a felicidade estava acessível para todos.

Tal argumento se encaixa na discussão que o filósofo alemão Adorno desenvolveu sobre a indústria cultural, em 1947, já que para ele o consumidor começou a perder sua categoria de “sujeito” para tornar-se “objeto”. No caso do nosso objeto de pesquisa podemos estabelecer um caminho que é muito tênue na revista entre o sonho e o consumo de objetos, já que muitas vezes a leitora acaba se tornando o próprio “objeto” a ser consumido.

A discussão sobre a pós-modernidade foi se cristalizando e se fortalecendo no século XX quando algumas disciplinas acadêmicas e áreas culturais foram legitimando esse debate e principalmente após a publicação de Jean-François Lyotard sobre “*A Condição Pós-Moderna*”, em 1979, e com sua tradução para o inglês em 1984. Várias críticas sobre o uso do termo e de suas teorias foram e continuam sendo elaboradas, mas é inegável que o pós-modernismo e a pós-modernidade já possuem seu espaço nas universidades e até mesmo fora delas.

Entretanto, mesmo sendo Lyotard o primeiro autor a tratar o tema como uma mudança na condição humana e a perceber que o fermento do final da década de 70 era a esperança na geração e não mais nas classes, sua obra concentrou-se nas ciências físicas, deixando de lado as manifestações culturais e políticas.

Já Fredric Jameson desenvolveu uma teoria da lógica cultural do capital, ampliando o debate, oferecendo um retrato das transformações sociais como um todo, indicando em sua obra, “*Pós- Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio*”, publicada em 1984, que a pós-modernidade era um sinal cultural de um novo estágio na história do modo de produção reinante. Estrutura sua concepção de pós-modernismo em quatro eixos: nas

transformações do capitalismo, no exame das alterações do sujeito, na ampliação do raio de investigação cultural e nas bases sociais.¹⁰

Para esse autor vários fatores apontavam para o fim da modernização: o novo momento do capitalismo nacional, a explosão tecnológica moderna como fonte de lucro e inovação, as empresas que representavam corporações multinacionais, alterando assim a vida da sociedade. Demonstra que houve uma mudança fundamental na organização econômica global, no entanto ressalva que tal fenômeno ocorreu com a intensificação das formas e energias capitalistas.

Jameson distingue três épocas de expansão do capitalismo: o capitalismo de mercado, o capitalismo monopolista e mais recentemente a fase pós-moderna do capitalismo multinacional marcada pela superação das fronteiras nacionais. Assim afirmou:

Desse modo, a preparação econômica do pós-modernismo, ou do capitalismo tardio, começou nos anos 50, depois que a falta de bens de consumo e de peças de reposição da época da guerra tinha sido solucionada e novos produtos e novas tecnologias (inclusive, é claro, a da mídia) puderam ser introduzidos. Por outro lado, o *habitus* psíquico de uma nova era exige uma quebra radical, fortalecida por uma ruptura de gerações, que se dá mais propriamente nos anos 60 (lembrando que o desenvolvimento econômico não pára em função disso e continua em seu próprio nível, de acordo com sua própria lógica).¹¹

Quanto ao sujeito indicava uma passagem psíquica, que fora rompida com as agitações dos anos 60, desfazendo as identidades. Entretanto com as derrotas políticas dos anos 70 não se encontravam mais resíduos radicais. A experiência pós-moderna do sujeito passa a ser marcada pela diminuição do afeto, resultando numa superficialidade caracterizada por súbitas depressões e mudanças no

¹⁰ JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.

¹¹Ibid., p.23.

humor. A exaltação da corrida às mercadorias, o entusiasmo do consumidor, tudo caminhou para o vazio do ser.

A análise de Jameson sobre as transformações do capitalismo e as alterações geradas nos sujeitos não deixa de lado o terreno da cultura, passando pela arquitetura, cinema, arte, pop-art, música e literatura. Para o autor a cultura se expandiu e se tornou coexistente com a própria economia, ou seja, neste novo estágio do capital é necessário compreender que a lógica do sistema é cultural.

Em relação ao consumo e à produção, Jameson afirmou que o pós-moderno foi marcado por novos padrões, e os grupos até então excluídos - mulheres, imigrantes, minorias étnicas - ganharam acesso às formas pós-modernas, ampliando a produção artística. Entretanto ressalta que as grandes obras-primas do modernismo estão encerradas: expressão de uma nova relação do mercado e cuja medida se identificava a uma cultura de acompanhamento da ordem econômica. Dessa forma identificou o pós-moderno como um novo estágio do capitalismo.

Como podemos perceber em meados do século XX e principalmente após a Segunda Guerra Mundial, o mundo vivenciava um processo de transformação na política, na economia e na própria sociedade. As relações de mercado alteraram os hábitos de consumo e a própria identidade de seus sujeitos.

Compreender essa nova fase do capitalismo nos fornece um olhar crítico sobre nosso objeto, situando-o no espaço e no tempo em que tais modificações atingiram, a seu modo, o público da *Revista Claudia*.

No Brasil, o impacto dessa política mundial pós-guerra esteve presente, entre outros fatores, na busca de uma modernidade - no setor industrial, publicitário, ou político - na tentativa de conceber novos rumos para o país, um ideal a ser perseguido. Anunciavam sinais de mudanças com novas tendências (modismos, linhas de conduta, comportamentos, estilos, tecnologias), faziam parte de um momento de criação e construção de uma identidade nacional da época.

Como parte desse processo a Editora Abril chegou ao Brasil em 12 de julho de 1950 com o primeiro número da revista “*O Pato Donald*”, um empreendimento do empresário Victor Civita. Tal negócio foi motivado por seu irmão César Civita, que tinha se instalado na Argentina desde o início dos anos 1940 com a mesma editora. Num encontro que tiveram na Itália, onde ambos passavam férias, César contou ao irmão Victor o desejo de expandir os negócios na América Latina.¹²

Victor Civita, que era italiano, mas morava com a família nos Estados Unidos, ficou interessado e, interrompendo suas férias, foi com o irmão para Buenos Aires e de lá seguiu para Rio de Janeiro e depois para São Paulo. Esta última cidade foi escolhida para sediar a nova editora. Em seguida enviou uma carta para sua esposa, Sylvana, que se encontrava em Nova York com os dois filhos, Roberto (13 anos) e Richard (10 anos), para que viessem ao Brasil.

Ao vir para o Brasil no final dos anos 40, a conselho do irmão Cesar Civita, não tinha experiência anterior como editor, mas trazia da América sua “moeda número 1”: os direitos de reprodução dos quadrinhos Disney que, nessa época, já eram o maior fenômeno de comercialização do mundo. [...]

Pela Abril brasileira, em 1950, sai o gibi *O Pato Donald* com 82,37 mil exemplares, o qual será durante anos o carro-chefe da editora. A tal ponto que nos empreendimentos mais arriscados, Victor Civita costumava acalmar seus colaboradores com a célebre frase: “O Pato paga”. Em 1952 foi a vez de *Mickey*. Em 61, *Zé Carioca*; em 63, *Tio Patinhas* e os quadrinhos Disney não pararam de crescer.¹³

A Editora Abril inicia sua publicação feminina, em 1952, com o lançamento de “*Capricho*”, uma revista destinada a trazer para leitoras as fotonovelas que, no início, eram italianas e que tinham como regra retirar as cenas de sexo e de assassinatos, respeitando

¹² < http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43901.shtml > Acesso em: 04 set. 2007.

¹³ MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas*. A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água, 2001. p.29-30, passim.

e reproduzindo a moral estabelecida na época. Inicialmente tal publicação era quinzenal e tinha formato pequeno (14 X 19 cm), mas passa por uma reformulação a partir do número 9: seu formato aumenta de tamanho (20,5 X 27,5 cm) e passa a ser mensal. Tal revista teve grande aceitação do público, sendo que no final da década de 1950 a venda atingiu 500.000 exemplares.¹⁴

Nessa primeira metade da década de 50 a Editora Abril vai estabelecendo seu lugar no mercado de publicações e ampliando seu público. Segundo Ortiz entre 1950 e 1959 a Editora Abril editou sete títulos e praticamente se sustentou de suas fotonovelas (Capricho, Você, Ilusão, Noturno) e o Pato Donald.¹⁵

Esse crescimento no mercado de publicações indicava os sinais de mudança e ritos de passagem para o mundo urbano e industrial que geraram a celebração de um nacionalismo-desenvolvimentismo¹⁶, que foi baseado na necessidade de investimento na infra-estrutura urbana, gerada a partir de um processo de subordinação do capital nacional ao capital estrangeiro. O avanço da indústria automobilística é um exemplo desse desenvolvimento, já que possuíamos, no final da década de 50, implantadas no Brasil onze montadoras; Fábrica Nacional de Motores, a Ford, General Motors, Mercedes Benz, Scania Vabis, Simca, Toyota, Vemag, Volkswagen e Willis; o que nos obrigou a desenvolver a indústria de construção civil (estradas de rodagem, hidroelétricas), tornando-nos dependentes, na área dos transportes, do uso de derivados do petróleo. O aumento de empregos gerou uma elevação na renda da população urbana, incentivando o consumo e

¹⁴ BUITONI, Dulcília H. Schroeder. *Mulher de papel*: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Loyola, 1981. p.86.

¹⁵ ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001. p.123.

¹⁶ O governo de JK adotou como propaganda oficial “50 anos em 5”, e suas prioridades estruturais constituíam o Plano de Metas que incentivava os setores industriais mais avançados, assim como energia, transportes, alimentação, indústrias de base, educação e a chamada meta-síntese: a construção de Brasília. Para promover tais empreendimentos assumiu a necessidade de atrair o capital estrangeiro e, para tanto, concedeu-lhe grandes facilidades.

ocorrendo desse modo uma expansão no comércio de alimentos, vestuários, calçados, bebidas, móveis, cosméticos, remédios, brinquedos, eletrodomésticos, veículos e na área de comunicação. Houve também investimentos na construção de escolas e hospitais.

Compreendermos a expansão e o crescimento da indústria brasileira nos anos 50 torna-se fundamental, pois os anos posteriores estão alicerçados e são parte desse processo. Buscamos em Celso Furtado as bases econômicas de análises, pois para esse autor os anos 50 representam uma fase decisiva da industrialização brasileira. Há um empenho do Estado em ampliar a base do sistema industrial que surgira da crise da economia primário-exportadora. Furtado afirmou:

Coube ao Estado criar meios para atrair capital e técnica do exterior, ao mesmo tempo que multiplicava incentivos à iniciativa industrial local e canalizava essa iniciativa de forma a reduzir a pressão sobre a balança de pagamentos. O Estado deu subsídios consideráveis aos industriais mas, ao mesmo tempo, exigiu a progressiva nacionalização das atividades produtivas, no sentido de reduzir o conteúdo de insumos importados. O resultado foi uma rápida integração do sistema industrial em função do mercado interno.¹⁷

Com esse panorama propício e aproveitando o crescimento da indústria têxtil no Brasil, em 1959, a Editora Abril vai abarcar outro segmento do mercado, a moda, lançando a revista *“Manequim”*, ocupando um espaço que vinha sendo usado por revistas estrangeiras. Tal revista vai crescendo aos poucos, principalmente quando os desenhos das roupas foram substituídas por moldes.¹⁸

É significativo ressaltar que os anos de JK foram alicerçados na possibilidade e no sentimento de melhorar. Ocorreu uma reviravolta na auto-estima nacional, marcando a vida dos brasileiros, que vivenciaram esse momento de grande entusiasmo, otimismo e progresso, clima típico de descontração pós-guerra,

¹⁷ FURTADO, Celso. *O Brasil pós-milagre*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. p.31

¹⁸ MIRA, op. cit., p.50.

contagiando grupos e pessoas que se percebiam como tradutores dessa modernidade ou desse “Novo Brasil”. Entretanto essas transformações foram insuficientes para terminar com as desigualdades sociais da população brasileira. E seu governo deixou, além de uma grave crise social, o aumento das taxas inflacionárias, gerando uma queda dos investimentos.

Ao analisar a estrutura econômica percebemos que o sistema industrial no Brasil apresentou algumas características que são fundamentais para compreender as tensões e turbulências que ocorreram no início dos anos 60. Para Furtado o excessivo fechamento do aparelho produtivo (houve uma redução nas importações e o atraso relativo do setor de bens de capital), num momento em que as grandes economias industriais se abriram para uma progressiva articulação aos mercados, reduziu a capacidade de autotransformação do sistema econômico. A internalização da produção de bens de capital trazia exigências no plano financeiro, devendo ocorrer um esforço para aumentar a poupança interna, caso contrário todo o empenho em utilizar plenamente a capacidade produtiva existente engendraria pressões inflacionárias.¹⁹

Outro fator que estava esterilizando parte da poupança interna disponível era a integração das distintas regiões do país em um só mercado, exigindo consideráveis investimentos em infra-estrutura; assim como a elevação do nível de vida dos grupos de rendas médias que procurava a rápida ampliação da faixa de bens de consumo duráveis. Segundo Furtado, já nos anos 50, cresceu duas vezes mais o consumo que o conjunto dos bens de consumo e, como a venda dos bens duráveis se realizava a crédito, a demanda crescia mais que o produto, assim a poupança disponível para investimentos reprodutivos tendia a decrescer, a menos que o coeficiente de poupança estivesse em elevação. Para Celso Furtado outro fator explica a insuficiência estrutural da poupança. Vejamos:

¹⁹ FURTADO, op.cit., p.34.

“... a insuficiência estrutural de poupança não decorria apenas da mutação de uma economia primário-exportadora em um sistema industrial auto-centrado. A incapacidade deste para elevar o coeficiente de poupança não se explica sem ter em conta o estilo de desenvolvimento que se foi impondo na medida em que empresas transnacionais assumiram o controle do sistema industrial e dos meios de comercialização.”²⁰

As empresas transnacionais, pela ânsia em ampliar os próprios mercados e dotados de abundantes recursos tecnológicos, enxertaram novos padrões de consumo e assumiram o controle do processo de desenvolvimento. Assim, no início dos anos 60 no Brasil, o desafio que se colocava era, segundo Furtado, aumentar o esforço de poupança e canalizar o investimento em função de prioridades claramente definidas; no entanto, segundo o autor, o caminho trilhado foi outro.

Concomitantemente esgotavam-se as condições históricas que possibilitaram a manipulação populista, uma vez que a política desenvolvimentista de Kubitschek havia, como vimos, deixado consequências para a economia brasileira. Ocorreu também uma crise na estrutura dos dois principais partidos (Partido Social Democrático – PSD e na União Democrática Nacional-UDN), o que permitiu a ascensão ao poder, pelo voto popular, de Jânio Quadros, que concorreu às eleições pelo Partido Democrata Cristão, apoiado pela UDN. No entanto a população elegeu como vice-presidente João Goulart, um dos principais líderes do PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) e um dos maiores adversários da UDN.²¹ Como afirmou Benevides:

Jânio Quadros surge com força total nesse aparente vácuo institucional e caos partidário, agravados pela crise econômica. Sua

²⁰ Ibid., p.35.

²¹ DELGADO, Lucília de Almeida Neves. “Partidos políticos e frentes parlamentares: projetos, desafios e conflitos na democracia”. In: DELGADO, Lucília de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3, p.145.

postura tradicionalmente suprapartidária será, ao mesmo tempo, causa e consequência do esfacelamento do sistema partidário. Não se trata apenas da famosa “crise do poder”, como também da crise de representatividade dos partidos políticos. Jânio apresenta-se ostensivamente como candidato independente, “acima dos partidos” prometendo um governo “sem donos e sem influências”.²²

Jânio Quadros mostra-se muito contraditório em suas posições e decisões centralizando o poder em suas mãos e jogando com forças políticas opostas. Isso se torna evidente ao examinarmos seus ministérios, que reuniram pessoas de diferentes setores, o que evidenciou a inexistência de uma política sólida necessária para resolver a crise econômica que Jânio havia herdado de JK.

Com um estilo autoritário e moralista seu governo teve como marca a ambigüidade. Proibiu o desfile de *misses* com maiôs cavados nos concursos de beleza, assim como o uso do lança-perfume nos bailes carnavalescos e, em nome da defesa da família e dos bons costumes, aplicou uma censura moralizadora na televisão, nas diversões públicas e na publicidade comercial.²³

A política financeira para conter a crise econômica consistiu num pacote ortodoxo de estabilização, que envolveu uma forte desvalorização cambial, contenção dos gastos públicos e da expansão monetária. Diminuiu o subsídio para a importação do trigo e petróleo, o que provocou o aumento dos preços do pão e dos combustíveis. Tal política e a possibilidade de Jânio representar a figura que impediria a América Latina de se encaminhar para a instabilidade e o comunismo fez com que o presidente Kennedy dos Estados Unidos concedesse novos empréstimos ao Brasil.²⁴

No entanto, seu governo teve um curto período de quase sete meses, já que foi empossado em 31 de janeiro de 1961 e renuncia ao mandato no dia 25 de agosto do mesmo ano sob a alegação de que

²² BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. *O Governo Jânio Quadros*. São Paulo: Brasiliense, 1985. p.20.

²³ *Ibid.*, p.40.

²⁴ FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1995. p.440.

“forças terríveis” se levantaram contra ele. Quem assume é seu vice, João Goulart.²⁵

É com esse quadro político, econômico e cultural que a *Revista Claudia* chegou às bancas em outubro de 1961. Embora ocorra a ausência de debates políticos e econômicos nesse periódico, que objetivava um público feminino, urbano, de classe média, fica evidente que o discurso de seus idealizadores apoiava-se no processo de modernização em curso, como vimos, no momento político em que vivia a sociedade brasileira. Os valores e comportamentos foram construídos e muitas vezes ressignificados pela revista tendo em vista a idéia de moderno associada a essa sociedade de consumo.

Esse consumo, que compunha o processo de industrialização da sociedade brasileira, foi direcionado como vimos na análise de Celso Furtado por empresas multinacionais, que modificaram os padrões e incitaram principalmente parte da população ao ato de possuir, traduzindo o estilo de desenvolvimento que havia sido adotado pelo Brasil.

Os anos 60 marcaram um processo de mudança nos hábitos, costumes e comportamentos influenciados pela crescente urbanização e pela idéia de modernização e progresso nos grandes centros urbanos que fortaleceram a indústria cultural brasileira, ao mesmo tempo em que as empresas disponibilizavam mercadorias que alteraram os hábitos de consumo. Tal fato recebeu forte apoio dos meios de comunicação de massa, que representaram espaços de exposição de produtos e de novos valores sociais para uma sociedade que estava sob a expectativa criada pelo desenvolvimento.

Nos meses posteriores ao lançamento de *Claudia*, João Goulart e seus gabinetes tiveram que enfrentar não só os problemas não solucionados por Jânio Quadros, como os problemas sociais ligados ao crescimento da população urbana (saúde, habitação, educação, transporte e saneamento).

²⁵ BARROS, Edgard Luiz. *O Brasil de 1945 a 1964* – O populismo e a democracia liberal, os governos de Getúlio, Dutra, JK, Jânio e Jango, as crises políticas e o golpe militar. São Paulo: Contexto, 1999. p.58.

Nesse sentido Jango defendeu um programa de reformas de base, anunciadas em 1º de maio de 1962, abrangendo uma reforma agrária, urbana, eleitoral, tributária e universitária. Entretanto tais medidas sofreram grande resistência de grupos conservadores e do Congresso.

Segundo Boris Fausto, tais reformas representavam uma tentativa de modernizar o capitalismo e reduzir as profundas desigualdades sociais do país a partir da ação do Estado, pois, para os defensores das reformas de base, os investidores estrangeiros seriam competidores desleais do capitalismo nacional. Tais medidas, o clima de mobilização social e a incerteza de investimentos fizeram com que a burguesia nacional não apoiasse Jango.²⁶

As pressões em torno de Jango faziam parte de um processo político, econômico e social agravado pela aceleração inflacionária e a desaceleração do crescimento. Juntamente com essa crise econômica, sucessivas crises políticas atingiram o Congresso desprestigiando e impedindo o governo de se organizar administrativamente, o que acabou desencadeando um processo que não teria volta.

A aproximação de movimentos civis com o grupo de militares possibilitou maior articulação para que se concretizasse o golpe. Segundo Martins Filho:

O golpe de 1964 deixou tragicamente claro que as forças políticas civis – à direita ou à esquerda – pecaram ao subestimar a capacidade das Forças Armadas de intervir de maneira autônoma nos destinos do país. Nesse sentido, não apenas a vitória do movimento golpista, mas a forma como os chefes militares trataram seus aliados da classe política depois da derrubada do regime civil, mostraram um desembaraço imprevisível das forças castrenses. Além disso, a própria permanência do regime ditatorial ao longo de duas décadas, num processo que inclui sucessivos “golpes dentro do golpe”, escapou a todos os vaticínios. O mesmo vale para a forma com que os militares saíram do poder, ao final de um longo e controlado processo de abertura política, em condições

²⁶ FAUSTO, op.cit., p.448-449.

institucionais que lhes permitiram manter, até hoje, um status especial no interior do aparelho de Estado.²⁷

Os militares, apesar de se alinharem a outras classes políticas em prol do golpe, souberam após esse ato aplicar suas doutrinas e instaurar um regime ditatorial autônomo e longo, no qual os atores políticos que participaram para o êxito do movimento ficaram excluídos das decisões e do poder, que passou a ser centrado nas Forças Armadas.

Tal política, segundo Martins Filho, foi possível devido a um processo anterior a 1964, já que as Forças Armadas constituíram parte integrante e indissociável do poder político brasileiro desde 1930 e, principalmente, depois de 1937. Seu posicionamento na cena política brasileira pós-guerra foi um amadurecimento, e em 1964 estavam prontos para assumir o poder.²⁸

No livro *Visões do Golpe – a memória militar de 1964*²⁹, seus organizadores procuraram mostrar, através de uma série de depoimentos concedidos por militares ao Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), a percepção e o ponto de vista de militares que não tiveram uma liderança destacada nos preparativos do golpe, mas que foram peças importantes na implementação e manutenção do regime pós-64.

Esses depoimentos apontam a figura de João Goulart não como associada a alguém intrinsecamente perverso, nem comunista, mas sim como um fraco que havia deixado se influenciar pela esquerda maléfica de Leonel Brizola. Esse sim para eles era o maior vilão da história.³⁰

²⁷ FILHO, João Roberto Martins. “Forças Armadas e política, 1945-1964: a ante-sala do golpe”. In: DELGADO, Lucília de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3, p.99.

²⁸ Ibid., p.103.

²⁹ D’ARAÚJO, Maria Celina & SOARES, Gláucio Ary Dillon & CASTRO, Celso (orgs). *Visões do Golpe – a memória militar de 1964*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

³⁰ Ibid., p.11.

A bandeira do anticomunismo estava presente na justificativa do golpe, mas para esses militares entrevistados havia um apelo também por parte da sociedade civil, assustada com a possibilidade de a esquerda tomar o país. Dessa forma afirmam que a Igreja, os empresários e a classe média foram cúmplices do golpe, embora não houvesse, segundo esses militares, nenhum esquema pronto.

Tal argumento, segundo os organizadores de *Visões do golpe*, tinha a finalidade de legitimar o golpe e se contrapor à visão de analistas do período, de que teria sido produto de um amplo e bem elaborado plano conspiratório que envolveu não apenas o empresariado nacional e os militares, mas também forças econômicas multinacionais.³¹

Como podemos perceber ao analisar esse momento histórico brasileiro não podemos reduzi-lo apenas a uma questão econômica com base nas mudanças do padrão de acumulação de capital que ocorreram ainda no governo de JK e sim tentar compreender num quadro maior as relações, os conflitos e as lutas sociais que fizeram parte do processo político do governo João Goulart.³²

Assim de 1964 a 1985 temos instaurado no Brasil o Regime Militar, que rompe com as formas tradicionais de representatividade. A alta cúpula militar assume o poder político do país utilizando-se dos órgãos de informação e repressão e da burocracia técnica do Estado, ancorados na Doutrina de Segurança Nacional³³, que havia sido instrumentalizada pela Escola Superior de Guerra.

³¹ Ibid., p.14-16 passim.

³² FERREIRA, Jorge. “O governo Goulart e o golpe civil-militar de 1964”. In: DELGADO, Lucília de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano*. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3, p.346-347 passim.

³³ Segundo Nilson Borges, com o término da Segunda Guerra Mundial ocorreu uma mudança no conceito de segurança nacional baseando-se na concepção de segurança coletiva, principalmente em face à ameaça comunista. Isso fez com que os EUA enviassem para o Brasil, em 1942, missões militares com um programa de assistência militar. Assim a segurança estava ligada ao bloco ocidental, pois com a Guerra Fria a segurança não podia ser mais um sistema isolado. BORGES, Nilson. “A doutrina de Segurança Nacional e os governos militares”. In: DELGADO, Lucília de A. *O Brasil Republicano*. O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.4, p.24.

Após o golpe de 64, a sociedade testemunharia uma abertura econômica, indissociável do fechamento dos canais de representação política. O regime constituiu expressão da hegemonia do grande capital internacional associado com o empresariado nacional, com tecnocratas e militares. A política econômica do governo centrou-se na concentração de renda e capital, privilegiando as multinacionais. Segundo Celso Furtado:

As modificações institucionais introduzidas entre 1964 e 1967 abriram novas possibilidades de ação, mas também revelaram a intenção dos grupos que ascenderam ao poder mediante o golpe militar de abandonar a orientação do desenvolvimento às forças do mercado. Caberia aos interesses que aí se confrontam definir essa orientação. As empresas transnacionais seriam as principais beneficiárias dessa política. A lei bancária de 1964, e a do mercado de capitais do ano seguinte ampliaram o campo de ação dos intermediários financeiros, os quais viriam a ganhar posteriormente grande autonomia na criação de liquidez, no manejo dos recursos financeiros e na captação de poupança externa. Em função dos interesses desses intermediários, cuja participação na renda nacional viria a crescer de forma exorbitante, parte significativa da poupança foi canalizada para o financiamento do consumo de grupos de rendas médias e altas. Concomitantemente, o salário básico real era reduzido, o que permitiu comprimir custos, liberar recursos e ampliar os mercados que a concentração da renda ia modelando. A conjunção desses dois fatores – crédito ao consumo e redução do salário básico – produziu o perfil de demanda que favorecia as empresas produtoras de bens duráveis de consumo.³⁴

É importante ressaltar que essas empresas de bens duráveis de consumo dedicados à mulher e principalmente ao lar vão encontrar na Revista Claudia uma vitrine para exposição de seus produtos, daí o grande número de publicidade presente nas páginas desse periódico. Essas empresas, empenhadas em controlar o mercado do país, vão estimular e facilitar o acesso às

³⁴ FURTADO, op. cit. p.39.

formas sofisticadas de consumo privilegiando as classes médias e altas, ao mesmo tempo em que assumiram o controle do processo de desenvolvimento do país.

A partir de 1968 ocorre um processo de crescimento econômico que estimulou ainda mais o consumo principalmente pela classe média, dando início ao que ficou conhecido como o “milagre econômico”. Tal processo “milagroso” foi possível devido a uma série de fatores, segundo Habert, principalmente três pilares básicos: o aprofundamento da exploração da classe trabalhadora submetida ao arrocho salarial; a ação do Estado garantindo a expansão capitalista e a solidificação do grande capital nacional e internacional; e a entrada maciça de capitais estrangeiros na condição de investimentos e de empréstimos.³⁵

Tal política de desenvolvimento acelerado caracterizada pela entrada de capitais estrangeiros, fortalecimento do setor estatal da economia combinado com o apoio à indústria nacional, ocasionou a abertura de supermercados e shoppings centers e a venda de automóveis por preços mais acessíveis, estimulando o consumo. Essa fase de euforia conferia um ar de cumplicidade entre o povo e o governo, enquanto este último continuava a prática da censura e tortura aos opositores do regime.

A análise de Maria Hermínia Tavares de Almeida e Luiz Weis confirma esse processo:

O aprofundamento do autoritarismo coincidiu com, e foi amparado por, um surto de expansão da economia o festejado “milagre econômico” – que multiplicou as oportunidades de trabalho, permitiu a ascensão de amplos setores médios, lançou as bases de uma diversificada e moderna sociedade de consumo, e concentrou a renda a ponto de ampliar, em escala inédita no Brasil urbanizado, a distância entre o topo e a base da pirâmide social.³⁶

³⁵ HABERT, Nadine. *A década de 70: apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São PAULO: Ática, 2003. p.13.

³⁶ ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de. & WEIS, Luiz. “Carro Zero e pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar”. In: NOVAIS, F. (coord), SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1998. v.4, p.333.

As empresas multinacionais proliferaram no território nacional e consolidaram um mercado principalmente de bens de consumo duráveis: carros, a construção civil e os eletro-eletrônicos. Os consumidores foram estimulados com linhas de crédito que facilitavam o acesso ao produto. Tais acontecimentos alteraram os hábitos e comportamentos no cotidiano principalmente da classe média, em detrimento da maioria da população.³⁷

Por outro lado, com a publicação de atos institucionais o governo militar procurou legitimar uma série de repressões à oposição reforçando os poderes executivos em detrimento da ação do Congresso. No entanto, como afirmou Rezende, o grupo que assumiu o poder do regime militar lutou para construir um sistema de valores e idéias com que o povo brasileiro se identificasse, para acreditar que o movimento de 64 legitimava a expressão da sociedade. Ou seja, havia um empenho em construir um hipotético ideário de democracia, que não funcionava num regime ditatorial. Daí a necessidade da permanente publicação dos atos institucionais buscando estabelecer a relação autoridade e legitimidade.³⁸

Com o AI-5, em 1968, ocorreram o enrijecimento da repressão e da tortura, e a censura é instaurada aos meios de comunicação sob o pretexto de que havia a necessidade de combater a intensificação da luta armada. Tais medidas ficaram conhecidas como o golpe dentro do golpe, já que, ao contrário dos outros atos institucionais, o AI-5 não tinha prazo de vigência e concedia ao presidente poderes para fechar provisoriamente o Congresso. Parecia evidente a incapacidade do regime de dialogar com os diferentes grupos sociais e de atender suas reivindicações por meio de reformas.

³⁷ Segundo Celso Furtado a propensão a consumir de uma população não é uma relação mecânica entre variáveis abstratas; traduz padrões de comportamento que são um reflexo do estilo de desenvolvimento econômico empregado. In: FURTADO, loc. cit. p.39.

³⁸ REZENDE, Maria José de. *A ditadura Militar no Brasil – repressão e pretensão de legitimidade 1964-1984*. Londrina: Ed. Uel, 2001. p.33-34 passim.

Com a instauração da ditadura militar no Brasil as empresas multinacionais foram privilegiadas e assumiram o controle do mercado estimulando cada vez mais a prática do consumo e agindo no cotidiano da população, ou seja, a alteração do hábito de consumo foi facilitada não só pelo acesso ao crédito, mas porque essas empresas souberam agir no imaginário das pessoas. A ânsia por ser moderno estava associada a possuir e com este argumento as empresas utilizaram a indústria cultural para incitar o sonho do consumo.

Todo esse processo político, econômico, social e cultural nos interessa, pois a Editora Abril foi lançada, como vimos, no Brasil nos anos 50 e fez parte dessas transformações. A publicação de Claudia nos anos 60, destinada segundo seus editores a um público específico, indica não só o crescimento da própria editora, que está ampliando seu público e suas publicações, como também é produto do desenvolvimento da indústria de bens duráveis, já que ao folhear este periódico, a mulher vai ser apresentada à modernidade via consumo; antes de ter determinado produto ela é apresentada ao sonho de consumir. Vejamos a afirmação de Ortiz:

O crescimento da classe média, a concentração da população em grandes centros urbanos vão permitir ainda a criação de um espaço cultural onde os bens simbólicos passam a ser consumidos por um público cada vez maior. 64 inaugura um período de enorme repressão política e ideológica, mas significa também a emergência de um mercado que incorpora em seu seio tanto as empresas privadas como as instituições governamentais. Durante o período 64-80 ocorre uma formidável expansão, a nível da produção, da distribuição e do consumo de bens culturais. É nesta fase que se dá a consolidação dos grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação de massa (TV Globo, Ed, Abril, etc.); Gabriel Cohn associa este processo de monopolização à centralização de poder no plano nacional. Um rápido apanhado das diferentes áreas culturais mostra a evidência do processo de expansão – *boom* da literatura em 1975, advento dos Best-sellers, crescimento da indústria do disco e do movimento editorial. Os dados relativos à imprensa exprimem claramente a expansão do volume do mercado consumidor. Em

1960 a tiragem dos periódicos diários era de 3 951 584 e de não diários, de 4 213 802; em 1976 ela passa para 1 272 901 104 diários e 149 415 690 não diários.³⁹

Como afirmou Ortiz, ocorre uma expansão do consumo de bens culturais e as grandes empresas que comandam essa indústria cultural crescem. Dois fatores nos parecem essenciais nesse processo de modernização da sociedade brasileira: a consolidação de grandes conglomerados que passam a controlar os meios de comunicação de massa, daí a possibilidade de crescimento da Editora Abril, e o desenvolvimento da classe média e sua relação com o consumo, pois em diversas análises observamos a afirmação do crescimento dessa chamada classe média e a própria Revista Claudia define sua leitora como a mulher urbana de classe média. No entanto essa classe média aparece muitas vezes como um bloco homogêneo e sem especificidades.

Embora nosso trabalho não seja a recepção de nossa fonte documental, compreendemos como necessário analisar as especificidades desse grupo social que permitiram à *Revista Claudia* construir discursos e incitar o sonho e o consumo de suas leitoras pertencentes a essa classe e para ela estabelecer várias representações.

Nas páginas da *Revista Claudia* evidencia-se, portanto, a impulsão da indústria ofertando cada vez mais benefícios e produtos que facilitariam a vida da mulher moderna. Sob o *slogan* da “utilidade” tudo poderia ser adquirido para otimizar o tempo da dona de casa, que recebia todo mês um catálogo de artigos e uma infinidade de adjetivos para convencê-la a comprar tais mercadorias.

Os meios de comunicação e a indústria cultural aproveitaram o momento de crescimento econômico para vender seus produtos em escala industrial e receberam estímulos por parte do regime para fazê-lo. Como afirmou Ridenti, as grandes empresas de comunicação, empresas estatais de incremento à cultura, como a Embrafilme, o

³⁹ ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p.83.

Instituto Nacional do Livro, o Serviço Nacional do Teatro, a Funarte e o Conselho Federal de Cultura, assim como a iniciativa privada, não só televisiva, como fonográfica, editorial (livros, revistas, jornais, fascículos), agências de publicidade, indicavam que o florescimento cultural veio sob as botas dos militares e trouxe grandes modificações no campo das sociabilidades.⁴⁰

Os meios de comunicação ampliam e diversificam seu público segmentando o mercado e buscando por meio de seus produtos atrair uma classe apta para consumi-los, transmitindo assim bens culturais que contribuíram para formar valores políticos, morais e culturais. Como afirmaram Fernando Novais e João Manuel Cardoso de Mello:

O domínio da grande empresa da indústria cultural, estabelecido à sombra do autoritarismo plutocrático, caracteriza um monopólio tecnológica e organizacionalmente avançado, o dos novos meios de comunicação social, que escapa inteiramente do controle público. Mas não é um monopólio qualquer: difunde valores – morais, estéticos e políticos – que acabam por determinar atitudes e comportamentos dos indivíduos e da coletividade.⁴¹

Essas grandes empresas eram dirigidas por homens empreendedores que entraram no espírito dessa nova fase em que o capitalismo encontrava-se e conseguiram consolidar seus negócios, muitas vezes ancorados e apoiados pelo regime militar. Podemos citar a Rede Globo de Televisão como um dos exemplos expressivos de crescimento nos anos 70 que incorporou essa nova mentalidade empresarial e apostou em uma programação que buscava vender a

⁴⁰ RIDENTI, Marcelo. “Cultura e política: os anos de 1960-1970 e sua herança”. In: BORGES, Nilson. “A doutrina de Segurança Nacional e os governos militares”. In: DELGADO, Lucília de A. *O Brasil Republicano. O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.4, p.155.

⁴¹ MELLO, João Manuel Cardoso de & NOVAIS, Fernando. “Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna”. In: NOVAIS, F. (coord), SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1998. v.4, p.640.

idéia de entretenimento, informação rápida e objetiva à qual todos teriam acesso, gerando assim a integração nacional.

Talvez não tenha sido mera coincidência o fato de a primeira edição do *Jornal Nacional*, da TV Globo, ter ido ao ar no dia da posse da Junta Militar (31 de agosto de 1969), a mesma que encaminhou a escolha do general Médici dois meses depois. Em poucos anos, apoiada por uma moderna estrutura e respaldada pelo governo, a TV Globo constituiu uma poderosa rede que alcançou quase todos os cantos do País. Sua rápida escalada acompanhou o clima do “milagre econômico”, alardeando a ideologia do “Brasil Grande” e não poupando elogios às realizações do regime militar.⁴²

Uma forma diferente de gerir seus “grandes impérios” apontava que esses novos homens de negócio haviam abandonado certo caráter aventureiro e apostavam na gestão empresarial com profissionais especializados que gerenciariam seus projetos. Ortiz afirmou que a história das organizações que construíram não coincidia mais com a história individual do seu fundador, pois os novos homens de negócio haviam compreendido melhor os novos tempos, e se conformaram com o anonimato de sua própria criação.⁴³

No entanto vale ressaltar que a censura atuou de forma intensificada na década de 70, legitimada pelo AI-5, além de outros decretos que ampliavam o poder militar em todas as áreas: livros, revistas, jornais, músicas, teatro, filmes, educação, rádio e na própria televisão. Alguns jornais que tinham suas páginas censuradas preenchiam-nas com poemas, ou receitas de culinária; já os artistas imprimiam sua forma de resistência com trocadilhos e signos tratando de se fazer entender ao seu público, ao mesmo tempo em que buscavam driblar as tesouradas dos militares.

⁴² HABERT, op.cit., p.24.

⁴³ ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001. p.135.

Heloísa Buarque de Hollanda e Marcos Augusto Gonçalves afirmaram que a censura e a modernização conviveram juntos no período militar e o estímulo à cultura ocorria pelo discurso da integração nacional. Vejamos:

[...]a censura e o sufoco convivem com o desenvolvimento da indústria cultural que com a modernização do país procura o padrão internacional. Da TV Globo aos “fascículos semanais”, passando pelo rádio e pela indústria do disco, um misto de *entertainment* e ufanismo promove a integração nacional pela via da cultura. Marchinhas exaltativas do tipo “eu-te-amo-meu-Brasil, eu-te-amo” dos inacreditáveis Dom e Ravel, o sambão-jóia, embranquecido e repetitivo, as reportagens de divulgação das obras governamentais e das riquezas naturais do país – que faziam luzir os olhos das multinacionais –, a literatura ligeira, pasteurizada, o espetáculo, enfim, da superficialidade e do consumo.”⁴⁴

Essa integração nacional via cultura interessava às multinacionais e representava a ode ao consumo. A classe média, como vimos em diversos momentos, aparece como a principal consumidora desses novos produtos disponíveis no mercado. Entretanto essa classe média não se apresentava, como já afirmamos, como um conjunto homogêneo de pessoas que possuíam a mesma ocupação, renda e valores.

Décio Saes afirma que, na década de 60 e principalmente no período do golpe militar, a classe dominante (burguesia industrial, proprietários de terra) vai mobilizar setores das camadas médias tradicionais urbanas contra o Estado populista. Essa camada média tradicional seriam as associações de mulheres e os profissionais liberais (advogados, médicos e engenheiros). Entretanto o autor apresenta também um terceiro grupo denominado de nova camada média, esse teria se desenvolvido a partir de 1956 com a política econômica monopolista de industrialização periférica que

⁴⁴ GONÇALVES, Marcos Augusto & HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Cultura e participação nos anos 60*. São Paulo: Brasiliense, 1982. p.95.

permitiu o surgimento de um novo terciário, assim esses seriam os detentores da autoridade técnica ou administrativa no seio da empresa moderna, como gerentes, chefes de serviço, economistas, técnicos médios, engenheiros industriais, que também temiam a proletarianização, daí voltar-se contra o Estado populista.⁴⁵

Essa nova camada média, segundo Saes, foi a grande beneficiada com a política de desenvolvimento econômico conduzida pelo Estado militar desde 1964 e teve um aumento considerável no poder aquisitivo. Afirmou o autor:

A política de crédito volta-se desde 1966 para a expansão do nível de consumo dos setores assalariados integrados ao “mercado moderno”, através do financiamento da compra de bens de consumo duráveis (carros, aparelhos de televisão, eletrodomésticos, etc.). Em resumo, o conjunto da política econômica do Estado contribuiu para alargar sensivelmente o poder aquisitivo dos “setores modernos” do “terciário urbano”; através desta via, o grupo dirigente completou o processo, já esboçado desde o início do desenvolvimento monopolista, de separação entre o produtor e o consumidor, e criou um mercado de consumo urbano adequado aos imperativos de expansão dos setores monopolistas mais dinâmicos.⁴⁶

Esse grupo dos setores modernos do terciário urbano e o desenvolvimento monopolista (indústrias de bens duráveis) são identificados nas páginas da Revista Claudia, já que esta possuía o discurso sobre modernidade via consumo dos novos produtos disponíveis no mercado, que eram fabricados por essa indústria. A

⁴⁵ O autor afirma que, se para as camadas médias tradicionais as soluções autoritárias (extra constitucional e militar) eram admitidas em caso de crise política e como medida excepcional, para essa nova camada média não se tratava de apoiar um autoritarismo de crise, mas sim existia uma concepção autoritária do mundo social e da vida política. Assim, as crises políticas concedem a seu autoritarismo a oportunidade de ultrapassar os limites da empresa e de ganhar a cena política; a solução da crise não anularia, portanto, seu potencial autoritário. In: SAES, Décio. *Classe Média e Sistema Político no Brasil*. São Paulo: T. A. Queiroz, 1984.

⁴⁶ Ibid., p.180.

leitora definida pelo periódico era a mulher moderna de classe média urbana.

Entendemos, portanto, como a classe média definida pela Revista Claudia, essa identificada por Décio Saes como a nova camada média urbana, localizada no setor terciário urbano e que vinha se desenvolvendo a partir de 1956. Outros autores, como José Pastore⁴⁷, identificam a classe média pelo status ocupacional⁴⁸, e a dividem em três grupos: médio-inferior, médio-médio e médio-superior. Em nossa pesquisa a leitora de Claudia se situaria entre o estrato médio-médio e médio-superior; entretanto como o próprio trabalho de Pastore indica, entre o médio-médio e o médio-superior ocorrem mobilidades que devem ser consideradas.

Entre 1967-1968 a média burguesia industrial, certos representantes da grande propriedade fundiária e da agricultura de exportação, a classe operária, as camadas médias tradicionais, os setores mais avançados das baixas camadas médias (bancários, pequenos comerciantes e pequenos funcionários públicos), cada um a sua maneira se lançaram à luta política contra o Estado militar. Entretanto essas forças de oposição ainda estavam associadas às formas e interesses de luta do passado populista e não conseguiram superar as diferenças e consolidar uma oposição forte ao regime militar.⁴⁹

Nos anos que ficaram conhecidos como do “milagre econômico”, Bonelli analisou que a classe média-alta passou a dispor de um grande poder aquisitivo, o que a aproximou da classe alta no que diz respeito ao estilo de vida, mas não ao patrimônio. Já a classe média-média, segundo a autora, foi se consolidando e chegou a representar 20% da população nos centros urbanos,

⁴⁷ PASTORE, José. *Desigualdade e mobilidade social no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1979.

⁴⁸ Emprega a distribuição das ocupações elaborada por Valle e Silva que para a construção utilizou a amostra de 25% do censo de 1970 e hierarquizou os 259 títulos ocupacionais. *Ibid.*, p.45.

⁴⁹ SAES, op.cit. p.195.

experimentando a ascensão social e material transformando-se em importantes consumidores dos bens de prestígio.⁵⁰

Essas camadas médias sonhavam em atingirem os parâmetros de consumo, valores e comportamentos do grupo a que desejam pertencer, são os chamados grupos de referência. Segundo Lipset e Bendex, a teoria do grupo de referência sugere que as pessoas com mobilidade ascendente potencial revelem em geral, uma socialização antecipatória, isto é, absorvam as normas e características de comportamento dos estratos superiores muito antes de mudar realmente de posição social.⁵¹

Nesse sentido, a Revista Claudia instigava seu público ao deixar implícito que revelava o acesso aos códigos pertencentes a camadas mais sofisticadas da sociedade. Tal estratégia pode ser observada por meio da publicidade com as novidades em produtos, na moda com os últimos lançamentos das coleções, na culinária com pratos finos da cozinha brasileira e internacional e nos chamados valores modernos e comportamentos à frente do seu tempo, incutindo representações de mulher em relação à família, ao corpo e ao trabalho. Nas décadas de 60 e 70 a revista instituiu um discurso para essa classe média em expansão e favorecida pelo crescimento da economia que lhe permitiu sonhar com a ascensão social e buscar o reconhecimento e prestígio.

Como caracterizou Décio Saes, ou como analisou Pastore, muitos pertencentes a essa nova camada média, - o médio-superior - atingiram a camada mais alta, assim como muitos indivíduos pertencentes ao estrato médio-médio conseguiram ascender para o estrato acima. Tal mobilidade indicou que no Brasil a classe alta

⁵⁰ BONELLI, Maria da Glória. *A Classe média do "Milagre" à recessão: mobilidade social, expectativas e identidade coletiva*. São Paulo: IDESP - Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo, 1989. p.17.

⁵¹ LIPSET & BENDIX, 1963 apud BONELLI, Maria da Glória. *A Classe média do "Milagre" à recessão: mobilidade social, expectativas e identidade coletiva*. São Paulo: IDESP - Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo, 1989. p.51.

recrutava para seu grupo não somente indivíduos da própria elite e sim de outras camadas. Vejamos a análise de Pastore:

De fato, quando se analisam os chefes de família que, em 1973, formavam o estrato mais alto da estrutura social brasileira (dado da amostra PNAD/73), verificamos que apenas 17,5% provinham de pais que eram do mesmo estrato. Em outros termos, para cada 10 indivíduos que compõem classe alta, menos de 2 vêm da própria classe alta. É surpreendente o grau de heterogeneidade social deste estrato no Brasil: cerca de 14 % provêm do estrato médio-superior; mais de 1/3 do médio-médio; 10% do médio-inferior e quase 1/4 dos dois estratos baixos. Por mais que se queira atribuir esta heterogeneidade à escala de *status*, é inquestionável que o país possui uma classe alta bem diferente daquela de 80 a 100 anos atrás, quando a elite recrutava seus quadros única e exclusivamente dentro da própria elite.

O mesmo padrão de heterogeneidade ocorre com o estrato médio-superior. Apenas 14,3% são auto-recrutados e cerca de 7% vieram do estrato alto, tendo descido na escala social. Quase 80% dos indivíduos do estrato médio-superior vieram de famílias cujos pais estavam em estratos bem mais baixos. Cerca de 32% eram de estrato médio-médio.⁵²

As transformações dessa classe média nas décadas de 60,70 e 80 do século XX devem ser analisadas seguindo algumas especificidades, pois como vimos no interior da classe média temos grupos heterogêneos e com o processo de crescimento da economia temos, muitas vezes, uma mobilidade na estrutura da sociedade, assim como no momento de recessão outros deslocamentos tornam-se visíveis.

Ao definir seu público como sendo de classe média, a *Revista Claudia* não se preocupa em definir as especificidades dessa camada social, nem é nosso objetivo neste trabalho aprofundar essa análise, entretanto vimos a necessidade de indicar a diversidade dessa

⁵² PASTORE, op.cit. p.155.

camada na sociedade brasileira no período pesquisado. Seus deslocamentos são de ordem política, econômica e social.

A entrada maciça de capital estrangeiro havia possibilitado nos anos do “milagre” o crescimento das importações dos bens de produção e o aumento das exportações. A ausência naqueles anos de pressões inflacionárias e uma conjuntura favorável do mercado mundial tinham garantido o crescimento da economia. Entretanto nem todas as mercadorias são importáveis (serviços de comunicação, transporte interno, energia e no caso específico do Brasil no período, mão de obra) e às vezes algumas sofrem uma escassez no mercado mundial, e isso afeta a economia brasileira. Foi o que ocorreu, principalmente de julho de 1972 a julho de 1973.⁵³

Em 1973, uma crise mundial anunciava o esgotamento do modelo empregado pelos militares no Brasil, pois nossa economia estava associada à expansão da exportação de bens manufaturados dependendo da importação de equipamentos e tecnologias avançadas. O quadro internacional até aquele momento fora favorável a tal política, entretanto a crise do petróleo desencadeou um panorama que desvendou a fragilidade da estrutura econômica brasileira e expôs as contradições do regime.

A crise do petróleo e o arrefecimento econômico mundial vinham levantar o “véu de euforia” que o “milagre” produzira, desnudando o caráter desequilibrado da fase anterior, que estivera dissimulando – e também agravado – por uma conjuntura internacional extremamente favorável. A crise do “milagre brasileiro” caracterizou-se por duas peculiaridades: foi uma crise de endividamento e uma crise de fim de fôlego do Estado na manutenção do ritmo de crescimento.⁵⁴

A crise revelou vulnerabilidade da economia brasileira, e as medidas posteriores foram insuficientes para reverter a situação, já

⁵³ SINGER, Paul. As contradições do Milagre. São Paulo: *Estudos Cebrap*, 6. Out.- Nov.- Dez. de 1973.

⁵⁴ FONTES, Maria Virginia & MENDONÇA, Sonia Regina de. *História do Brasil recente 1964-1992*. 4 ed. São Paulo: Ática, 2004. p.54.

que, segundo Furtado, *a possibilidade do endividamento externo criou a falsa euforia de que tudo continuaria como antes, sendo a turbulência externa um incidente passageiro*.⁵⁵

Em 1974 os limites desse modelo emergiram através dos índices de dívidas internas e externas, eclodindo um novo surto de mobilização social; o clima de euforia foi substituído por uma tensão social que ao longo das décadas de 70 e 80 levou à contestação de tal regime e ao fortalecimento dos movimentos a favor da abertura política e redemocratização do país.

Os militares, para administrar a crise e controlar a oposição e as manifestações que denunciavam o fiasco do plano econômico e a violência obscura dos porões da ditadura, anunciavam com o governo de Geisel (1974-1979) um projeto de “abertura política”, que associava métodos antigos de repressão, com reformas políticas nas instituições do poder (Congresso, partidos políticos, legislação). Tais reformulações acompanhavam um discurso que procurava incluir as expressões “abertura lenta”, “gradual” e “segura” indicando uma reacomodação do regime realizada de cima para baixo.⁵⁶

Os dois principais pontos utilizados como estratégia para superar a crise foram definidos no II Plano Nacional de Desenvolvimento, sendo eles: ampliar a base do sistema industrial e aumentar o grau de inserção da economia no sistema de divisão internacional do trabalho. Entretanto Furtado afirma que, embora os objetivos estivessem corretos, a falta de realismo foi total no que diz respeito à identificação da magnitude dos meios a mobilizar. Vejamos:

Portanto, foi a obnubilação criada pelo “milagre” – racionalização dos interesses dos beneficiários do modelo de desenvolvimento – que forçou o recurso maciço à poupança externa, do que resultaria um efeito de bumerangue sobre a capacidade para importar gerada pela própria economia e sobre o potencial interno de financiamento. Com

⁵⁵ FURTADO, op. cit. p.44.

⁵⁶ HABERT, op.cit., p.43-44 passim.

efeito: o custo da dívida externa tenderia a crescer mais rapidamente do que as exportações e do que a poupança interna. Entre 1974 e 1978, ou seja, num período em que o preço real do petróleo importado esteve em declínio, o serviço da dívida – definido como a adição das remessas líquidas ao exterior sob forma de dividendos, de juros e de amortizações – passou de 3,4 para 10 bilhões de dólares, o que significou aumentar a parcela do valor das exportações dedicada a esse serviço de 39 para 73 por cento. Assim, antes mesmo do segundo choque petrolífero, a economia brasileira já se encontrava em situação de ter de dedicar cerca de 5 por cento do seu Produto Interno e três quartas partes das divisas geradas por suas exportações ao serviço de capitais estrangeiros investidos no país.⁵⁷

Para o autor, houve um apelo à poupança externa sem uma política que deliberasse a utilização desses recursos para aumentar a capacidade de autotransformação no período posterior. Foi uma política antiinflacionária fundada em diagnóstico impreciso e apoiada em instrumentos inadequados.

Na década de 80, com Figueiredo (1979-1985), tais medidas continuaram, ao mesmo tempo em que movimentos cada vez mais organizados manifestavam suas insatisfações frente às medidas tomadas ao longo de todo o regime militar. Essa fase de transição de um governo ditatorial para uma dominação mais aberta culminou na “Nova República”, em 1985. Entretanto, torna-se fundamental ressaltar que a prática democrática pós-85 apresentou-se respaldada em contradições.

Além da violência gerada pelo período autoritário, a “Revolução de 64” fortaleceu os privilégios e a dominação de uma camada da sociedade em detrimento de outra e moldou uma forma prazerosa de entretenimento, revestida de informação objetiva, a indústria cultural americanizada.⁵⁸

A *Revista Claudia* foi gestada no período anterior ao golpe militar, mas tentamos explicitar que esse momento já carregava o

⁵⁷ FURTADO, op. cit. p.48.

⁵⁸ MELLO, op.cit., p.637.

estigma de moderno e a euforia do progresso, com a urbanização e a industrialização. No pós- 64 a classe média, que a revista denominava como sendo seu público alvo, encontrou um período de expansão econômica associada ao crescimento da indústria, conduzindo e estimulando novos hábitos de consumo. A mulher brasileira leitora de *Claudia* encontrou nas páginas da revista, lançada em 1961, a incitação para o consumo e a certeza de se incluir nessa nova fase de modernização da sociedade.

Os temas que circularam na revista nesses vinte e cinco anos, que correspondem à nossa pesquisa, evidenciam um momento de transformações históricas identificando como os comportamentos foram construídos, pensados por seus editores e pela sociedade, que vivia uma modernização baseada no consumo, pois os periódicos fazem parte desse processo. No caso da *Revista Claudia*, ela procurou influenciar diretamente nos comportamentos, nos costumes da classe média em franca expansão.

Embora ocorra a ausência explícita de debates políticos e econômicos nos periódicos da imprensa feminina, percebemos que os valores e comportamentos caminhavam para uma abertura, apoiados no discurso da modernização, permitindo redefinir alguns valores e ao mesmo tempo reafirmando antigos costumes.

As transformações do pós-guerra e a mentalidade nova de mercado podem ser pensadas ao se folhearem as páginas de uma revista feminina. O estímulo ao consumo inseriu no cotidiano das leitoras produtos vindos de uma fase de expansão da indústria brasileira e da relação entre a política interna e externa. O período de recessão também pode ser observado nas dicas de economia fornecidas ao seu público alvo.

Enfim, por meio da *Revista Claudia* pretendemos analisar as representações que circularam em suas páginas e chegaram às mãos de suas leitoras, assim como o ideal de modernização que fazia parte da sociedade nas décadas estudadas, constituindo a nosso ver uma das bases da sociedade de consumo no Brasil.

1.1 A Revista Claudia: Simpática, Completa E Moderna

*“Claudia revista feminina de atualidade. A mulher e o homem, casamento, moda, beleza, decoração, educação, filhos, economia no lar, culinária, contos, trabalhos, manuais, informação, pesquisas, sexo, atualidades, entrevistas, depoimentos, saúde, a vida prática. Leia Claudia para ser uma mulher bem informada, bem atualizada e, principalmente bem feminina.”*⁵⁹

A *Revista Claudia* foi lançada com a proposta de um periódico destinado à mulher moderna que vivenciava a seu modo as transformações que ocorreram na história contemporânea do país e do mundo, seja no que se refere ao comportamento e aos valores culturais, seja na associação destes com o universo do consumo.

Em outubro de 1961 a Editora Abril lançou outra publicação feminina⁶⁰, a *Revista Claudia*. O nome escolhido era o que Victor Civita e Sylvana queriam dar se tivessem tido uma filha, assim a revista foi tratada sempre com muito carinho por Victor Civita. Vejamos:

Eu já tinha dois filhos, Roberto e Richard.[...]

A idéia era de acrescentar uma menina, cujo nome, já escolhido, teria sido CLAUDIA. Mas os planos mudaram, e CLAUDIA tornou-se uma filha... impressa, que adquiriu vida própria. [...]

Lembro o dia, em 1961, em que o primeiro número da revista CLAUDIA chegou completo, pronto encadernado às minhas mãos. É inútil dizer que foi uma grata emoção e que, como todo pai, olhava para a menina recém-chegada com admiração e carinho desmesurados. Obviamente não reparei (porque não queria) que CLAUDIA não era tão bonita quanto as outras meninas (revistas) que, já com maior experiência e idade, circulavam pelo mundo afora! Mas era minha, era nossa, e a emoção quase alcançou a comoção.⁶¹

⁵⁹ Revista Claudia, maio de 1969. p.244.

⁶⁰ Como vimos, em 1959 tinha lançado a *Revista Manequim*.

⁶¹ Victor Civita, depoimento para edição comemorativa dos 20 anos de Claudia, outubro de 1981.

Thomaz Souto Corrêa, hoje vice-presidente da Abril, ex-redator-chefe e, mais tarde, diretor da revista, lembra que a leitora-padrão que o grupo tinha em mente em 1961 e com quem o Victor Civita brincava muito, era a dona Mariazinha de Botucatu, uma senhora que se interessava por casa, marido e filhos. Assim o mundo doméstico ganhou um novo espaço para brilhar, no momento em que chegavam ao mercado geladeiras, televisores, sabões que lavavam mais branco e chocolates solúveis.⁶²

Concebida num período no qual se abria um novo processo de modernização do país, destinava-se ao público leitor feminino de classes capazes de consumir os produtos anunciados em suas páginas com a proposta de ser uma revista “simpática, completa e moderna”.

Luís Carta⁶³, primeiro diretor da *Revista Claudia*, afirmou que este periódico foi idealizado com a proposta de criar uma revista brasileira, feminina e mensal, já que nos Estados Unidos tinha a *Mc Call's* e *Ladies Home Journal* e na Europa tinha a *Marie Claire* e *Arianna*. Aqui o objetivo era divertir a leitora, além de informá-la, ajudá-la e emocioná-la.⁶⁴

No entanto, no início de *Claudia* a revista seguia um modelo tradicional de periódico feminino italiano, que trazia basicamente roupa, comida e decoração. Em entrevista dada ao programa de televisão da TV Cultura, Observatório da Imprensa, Thomaz Souto Corrêa contou um pouco dos primeiros anos de *Claudia*. Vejamos:

As fotos eram importadas, eram compradas e a gente fazia as legendas aqui. Meu companheiro de redação era o [Reginaldo] Fortuna, e a gente se divertia enormemente escrevendo aquelas legendas para coisas que a gente não fazia idéia do que era. Enfim, tínhamos aí uma visão um pouco romântica do que era

⁶²Edição on-line comemorativa dos 50 anos da Editora Abril. Disponível em: <<http://www.abril.com.br/institucional/50anos/femininas.html>> Acesso em: 06 agosto 2006.

⁶³ Jornalista que trabalhou na Itália e tinha retornado ao Brasil pouco tempo antes do lançamento da Revista Claudia.

⁶⁴ Luís Carta, depoimento para a edição comemorativa dos 20 anos de Claudia, outubro de 1981.

uma revista feminina. O que a gente começou a perceber é que, de um lado, não poderíamos continuar fazendo uma revista estrangeira. A gente tinha que chegar perto da leitora brasileira, com um serviço que ela pudesse consumir. Dando a indicação de coisas, de roupas, dando o preço sempre que possível. Esse foi o primeiro passo para chegar perto da mulher. Nós montamos o primeiro estúdio fotográfico do Brasil para revistas, montamos o primeiro ambiente de decoração, a primeira cozinha experimental. E isso nos fez chegar perto da leitora. Eu me lembro que uma vez Luis e eu demos uma volta pelo Brasil. Nós pedimos aos nossos distribuidores que juntassem um grupo de mulheres leitoras de revista nas suas praças. E fomos do Nordeste ao Sul conversando com leitoras de revista. Foi um aprendizado sensacional.⁶⁵

Quando *Claudia* foi lançada havia um mercado consumidor de publicações dirigidas ao público feminino. Entretanto, essa revista veio ao encontro da mulher da classe média em ascensão, urbana e dona de casa, prometendo facilitar a vida das leitoras e ser a revista amiga.

O primeiro contato que a leitora tem com a revista ocorre pelas capas. Deste modo, tanto a imagem como as chamadas da capa têm a função de atrair o olhar da leitora e motivá-la a comprar e ler seu conteúdo. No caso de *Claudia*, as primeiras capas até abril de 1963 eram desenhadas, depois passam a ser fotos de modelos. A marca registrada dessas capas eram os rostos das mulheres, pois todo mês a revista trazia, e traz até hoje, um rosto feminino que expressava as situações cotidianas (alegria, surpresa, jovialidade, ternura, melancolia ou espanto). Essas representações geralmente ressaltavam a beleza e a juventude da mulher, assim como a maquiagem, o cabelo e os acessórios indicavam um ideal a ser almejado por suas leitoras.

⁶⁵ Entrevista concedida ao programa de televisão, Observatório da Imprensa, em 14 de outubro de 2003. Disponível em: < <http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iqo41120032.htm>. > Acesso em: 13 outubro 2006.

Esse modelo foi copiado da França, pois *Marie-Claire*, lançada em 1937, estampava toda semana um rosto de mulher bonita, jovem e alegre. Com o passar do tempo a mulher passou a ser desenhada em close, mas na década de 1950 as revistas tanto francesas, italianas, alemãs como americanas já trabalhavam com fotos em suas capas. Outro recurso utilizado era o nome próprio para a revista, que demonstrava a aproximação do periódico com as leitoras.⁶⁶

A partir de maio de 1963 as modelos escolhidas para fotografar para as capas de *Claudia* eram, na grande maioria, brasileiras, que expressavam o ideal de mulher branca, jovem e bela, excluindo a diversidade da mulher brasileira, negra, índia, oriental, mestiça, cabocla. Raríssimas vezes as capas foram estampadas por personalidades internacionais, homens, crianças, objetos ou imagens, como a de Nossa Senhora, que foi destaque algumas vezes no mês de dezembro.

Ao longo desses vinte e cinco anos de revista de que trata a nossa pesquisa quatro diretores de redação fizeram parte de *Claudia*: Luís Carta (1961 a 1965), Thomaz Souto Corrêa (1966 a 1972), Carlos Alberto Fernandes (1973 a 1977) e Maria Cristina Gama Duarte (1977 a 1985).

Embora a *Revista Claudia* fosse dedicada à mulher brasileira, por muito tempo ela foi pensada na grande maioria por homens. Como podemos perceber nesta propaganda da *Revista Claudia* escrita por Victor Civita :

É o que Thomaz Souto Corrêa faz o dia inteiro. A explicação é simples. Thomaz é o diretor editorial de *Claudia* e é responsável pela equipe que cria a mais completa revista feminina do país. [...] Para nós, da Editôra Abril, tanto o homem que faz como a mulher que lê são importantes. E o homem que faz está sempre preocupado com a mulher que lê. Foi assim que tanto *Claudia*, como tôdas as publicações da Abril tornaram-se veículos

⁶⁶ BUITONI, Dulcília H. Schroeder. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986. p.58.

pioneiros de entretenimento e divulgação e estão contribuindo para promover, no país, uma verdadeira revolução cultural.⁶⁷

Destacar as redes de sociabilidade presentes nos diferentes grupos que circulam na revista significa ampliar o estudo de nosso objeto de pesquisa, na medida em que o editorial de um periódico mostra a riqueza de valores que permeiam as diversas representações de mulheres que vão se delinear nas páginas que formam a revista como um todo. O grupo editorial da revista possuía uma estratégia de aproximação com a leitora, os editoriais são marcados por uma linguagem fácil e coloquial na tentativa de romper a barreira impessoal do público leitor com a equipe que pensava *Claudia*.

Na mensagem de boas vindas às suas leitoras, no primeiro número da revista, seus editores indicaram a principal proposta do periódico que mensalmente conquistaria o público feminino almejado:

Seja Benvinda,

Você tem em suas mãos o primeiro número de uma revista que pretende desempenhar um papel muito importante na sua vida futura!

CLAUDIA foi criada para servi-la. Foi criada para ajudá-la a enfrentar realisticamente os problemas de todos os dias. CLAUDIA lhe apresentará mensalmente idéias para a decoração de seu lar, receitas para deliciar a sua família, sugestões para mantê-la sempre elegante e atraente.

Mas o importante é a forma como isto será feito. Antes de mais nada, CLAUDIA deverá ser útil para você. Deverá tornar-se sua amiga íntima. E estará sempre às suas ordens para lhe proporcionar tôdas as informações e novidades que você espera há tanto tempo, numa só revista, simpática, completa e moderna. Seja benvinda, pois, às páginas de CLAUDIA. Temos certeza de que ela será sua companheira fiel nos anos vindouros⁶⁸

⁶⁷ Revista Claudia, dezembro de 1968. p.229.

⁶⁸ Revista Claudia, outubro de 1961.

O tom desse primeiro editorial mostrava os objetivos que a *Revista Claudia* perseguiria nos próximos anos fazendo parte do cotidiano de suas leitoras, aconselhando nos problemas e fornecendo dicas de produtos que tornariam moderno o seu público.

O sumário da *Revista Claudia* sofreu várias modificações ao longo desses vinte e cinco anos que pesquisamos, indicando muitas vezes novas formas de estrutura interna do periódico. Ao descrever tais alterações torna-se evidente a ênfase dada a certos temas; alguns se tornaram constantes, outros foram retirados ou repensados.

Desse modo em 1961 o sumário estava dividido em: “O mundo Claudia”, “Moda”, “Decoração”, “Beleza”, “Cozinha”, “Reportagens”, “Contos” e “Várias”. Esse modelo se estendeu por toda a década de 60 com algumas variações e inclusões como “Crônicas”, “Especiais” e “Artigos”.

Na década de 70 o sumário passou por uma reformulação, estruturando-se da seguinte forma: “O mundo Claudia”, “Novidades para você e sua casa”, “Leia, que é divertido”, “Agora, leia que é sério”, “Atenção: os assuntos especiais”.

Em meados de 1977, nova reestruturação foi feita na revista, algumas partes tornaram-se fixas e outras foram acrescentadas e retiradas de um mês para o outro. Regularmente eram publicados no sumário: “O mundo Claudia”, “A nossa moda”, “Cozinha”, “Assuntos Especiais”, “Trabalho”, “Beleza”, “Decoração”. Esporadicamente publicou-se: “Gente” (passando posteriormente a torna-se regular na revista), “Depoimentos” e “Festas”.

Em 1980 acrescentou-se ao sumário uma nova parte denominada “Só pra você”, e pequenas alterações foram realizadas nos nomes já existentes como, por exemplo: “O mundo Claudia” para “Mundo Claudia”, “A nossa moda” para “Moda”, “Assuntos Especiais” para “Especiais” (posteriormente sai do sumário).

Entre 1982 e 1983 o número de assuntos esporádicos aumentou. Entre eles tínhamos: “Comportamento”, “Saúde” (posteriormente se tornou regular), “Sexo”, “Casa”, “Filhos”,

“Utilidades Domésticas”, “Educação”, “Viagem”, “Mulher”, “Psicologia”.

Já em 1984 a estrutura de apresentação do sumário se modificou. Tínhamos seções, divididas em temas na maioria das vezes que não eram fixos. Manteve-se apenas: “Mundo Claudia”, “Moda”, “Cozinha” e “Beleza”.

Já em meados de 1985, nova alteração foi realizada no sumário. O “Mundo Claudia” é retirado, tornando-se fixo: “Só pra você”, “Viva melhor em Casa”, “Atualidades e fofoca”, “Ativa”, “Viva Melhor” e “Comportamento”.

O sumário indicava temas que eram desenvolvidos no interior da revista, no entanto algo muito importante não estava presente nessa primeira página de apresentação: a publicidade. Esta fazia parte constante de *Claudia* desde o início dos anos 60, trazendo uma diversidade de produtos que incitavam a leitora a consumi-los, seja para ela, para a casa, para os filhos seja para o marido. Vejamos:

Claudia, que surgiu com a mesma fórmula feminina tradicional, percebeu logo que, para servir a leitora, tinha que se afastar do modelo de publicar fotos estrangeiras, que mostravam produtos estrangeiros que não estavam à venda nas lojas brasileiras – da moda à comida, da decoração à beleza. Foi assim que apareceram em Claudia, pela primeira vez no Brasil, fotos de estúdios mostrando ambientes decorados com móveis nacionais, servindo de fonte de inspiração e informação de venda, uma vez que os mesmos móveis poderiam ser encontrados nas lojas de São Paulo e Rio de Janeiro.⁶⁹

Em 1968 a agência de publicidade, “Grant”, publicou nas páginas da *Revista Claudia* os progressos da imprensa brasileira e ressaltou a importância de se vincular anúncios em *Claudia*. Vejamos:

⁶⁹ CORRÊA, Thomaz Souto. “A era das Revistas de Consumo”. In: LUCA, Tânia Regina de & MARTINS, Ana Luiza (orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p.212.

Agência de Publicidade - Grant Publicidade LTDA. Faz 8 anos que nós vivemos de olho nesta revista: *Claudia*. E o culpado é você. Você lê esta revista, gosta dela, e isto é o mais importante para nós. Queremos que você a prefira sempre, que goste cada vez mais da maneira como ela informa, dos seus artigos e reportagens, da sua paginação, da sua impressão. E muito especialmente dos seus anúncios. Já reparou que quanto mais uma revista progride, mais anúncios ela tem? De 25 anos para cá, nossa imprensa progrediu muito – e nós temos dado uma boa contribuição para isso. É que há 25 anos nós somos uma agência de publicidade no Brasil. Nós fazemos anúncios e queremos que eles tenham excelentes veículos de divulgação. Nós vivemos de olho nesses veículos – nesta revista – para que você viva de olho em nossos anúncios. Para que você possa comprar melhor.⁷⁰

Desde o início o grupo editorial de *Claudia* deu ênfase às publicidades que muitas vezes compuseram a metade das páginas da revista, fornecendo o lucro necessário para manutenção e existência de *Claudia* nas bancas.

A análise desse conteúdo indica muito além de simples transações de compra e venda de produtos e explora o princípio de que os bens de consumo possuem significados que extrapolam sua razão utilitária e valor comercial, representam categorias culturais carregados de significadas.

Ao direcionar o olhar para os sentidos atribuídos ao discurso do periódico e seus diferentes significados tornam-se evidentes as representações no que tange ao comportamento e aos costumes, compartilhados com suas leitoras, dimensionando um quadro conceitual que torne visíveis as relações da mulher com seu corpo, sua sexualidade, sua família, sua casa e suas relações com o intenso consumo estimulado pela revista.

Neste primeiro capítulo nossa pretensão foi fazer uma leitura de teóricos que pudessem fornecer um referencial para pensarmos nosso objeto de pesquisa, assim como o período analisado e a

⁷⁰ Revista *Claudia*, dezembro de 1968. p.189.

complexidade do processo de modernização na sociedade brasileira nos anos anteriores e posteriores ao golpe militar.

Focalizamos o olhar para a classe média, por constituir o público para quem os editores de *Claudia* preparavam o discurso. Sabemos da abrangência dos debates que envolvem esse período e os diversos referenciais utilizados para estes estudos. Tentamos não reduzir, nem simplificar as análises, apenas mostrar que o periódico feminino está envolvido no processo histórico e necessita ser analisado sob este aspecto.

Procuramos também apresentar a *Revista Claudia* desde sua “gestação”, traçando seus principais objetivos e modificações sofridas ao longo de sua existência. Desse modo tratamos das influências que o periódico recebeu de outras publicações; das dificuldades iniciais relatadas por aqueles que participaram de sua “construção”; buscamos também indicar os nomes e o período dos diretores de redação; assim como mapeamos as alterações ocorridas nas três décadas no sumário da revista.

Um fator que nos interessa em *Claudia* consiste em seu caráter comercial, pois a nosso ver ela funciona como uma vitrine que expõe seus produtos e gera o desejo de consumo, conduzindo às noções de utilidade, modernidade e satisfação. Para criar tais necessidades, o periódico desperta o sonho que se transformará, ao consumir, em felicidade.

As capas iniciam esse processo, servem para atrair seu espectador e sugerem um mundo que poderá ser alcançado ao adquirir o periódico. Com ele nas mãos a leitora estará apta a entrar no universo das representações e do consumo.

Nos próximos capítulos pretendemos analisar os principais temas discutidos nas décadas de 60, 70 e parte de 80 pela *Revista Claudia* e os assuntos que foram abordados em torno desses temas.

2º Capítulo

2. Casa, Comida e Roupa Lavada: a moderna família brasileira

O discurso da *Revista Claudia* privilegiou a vida cotidiana feminina principalmente no âmbito familiar. No início dos anos 60, quando foi lançada, o perfil idealizado pelos editores seria a mulher casada, dona de casa, mãe e que teria no universo do lar o palco principal de suas experiências. O cotidiano familiar transformou-se em discurso nas páginas de *Claudia*, e várias representações em torno do feminino e do masculino foram construídas, pensadas, inventadas e reinventadas no decorrer do período pesquisado.

Como analisamos no primeiro capítulo, *Claudia* afirmava ter como foco a leitora de classe média em ascensão; a família idealizada, portanto, por seus produtores se referia à família de classe média. Vale ressaltar a pesquisa de Pastore de que a classe média nos anos 60,70 e 80 do século XX não se apresentava como uma classe homogênea; existia no interior dessa categoria uma grande mobilidade social que gerava desigualdade, causando deslocamentos tanto no sentido de ascensão como no de queda.¹

O modelo de família presente em *Claudia* seria pai, mãe, filhos e o grupo de parentesco (avó, avô e tios), ou seja, a família conjugal centrada no individualismo, na privacidade e nas relações afetivas entre seus membros. Segundo Philippe Ariès, a família a partir do século XVIII até nossos dias foi tomada por um sentimento, uma afeição entre seus membros.

¹ PASTORE, op.cit.

A família tornou-se o lugar de uma afeição necessária entre os cônjuges e entre os pais e filhos, algo que não era antes. Essa afeição se exprimiu, sobretudo através da importância que se passou a atribuir a educação.²

A família passa a cultivar o sentimento como mediador entre o casal e transporta para os filhos, ainda crianças, valores de afeto, segurança e atenção. A educação dos filhos torna-se algo fundamental para transmissão desses sentimentos desenvolvidos no interior do espaço privado, o lar.

Ana Maria Goldani afirma que muitas vezes há uma referência comum nos discursos quanto a um conceito de família, como se existisse um modelo hegemônico de família que o imaginário das pessoas constrói: família seria apenas um grupo de pessoas que residiria na mesma casa, mantendo laços de parentesco e dependência e estabelecendo relações hierárquicas.³ É com esse modelo hegemônico que *Claudia* trabalha, pois, mesmo quando tenta trazer outras possibilidades para o periódico como, por exemplo, a mãe solteira, ou a segunda união, recupera-se o modelo hegemônico.

O lar consistia no espaço principal, onde o cotidiano familiar estava inserido, a própria idéia de casamento trazia implícita a necessidade de se ter uma casa. Esse lar inicialmente composto da mulher e do homem, ou seja, da esposa e do marido, já elucidava uma série de papéis sobre o feminino e o masculino. A mulher deveria cumprir a tarefa de ser esposa, dona de casa e se preparar para a maternidade; já o homem tinha suas funções como marido, trabalhador, provedor do lar e futuro pai. O casamento e o lar consistiam os primeiros passos para a formulação da família, pois este casal para completar a vida

² ARIÈS, Philippe. *História Social da Criança e da Família*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1981. p.11.

³ GOLDANI, Ana Maria. As Famílias no Brasil Contemporâneo e o Mito da Desestruturação. In: *Cadernos Pagu*. Campinas, 1993. p.88.

conjugal deveria ter filhos. Como afirmou Moraes: “*Claudia transformava todos os homens em maridos, todas as crianças em filhos e todas as casas em doces lares.*”⁴

Casamento, lar e filhos são espaços e relações de lutas e tensões que revelam hierarquias de poder entre os sujeitos envolvidos, construindo no cotidiano do mundo doméstico, privado, redes de sociabilidades onde os afetos, os desejos, a moral, os costumes, a tradição, o novo, o moderno são elaborados e reelaborados por seus atores sociais.

A família se constitui num universo privado, no entanto a construção desse discurso sobre a família está ocorrendo, no caso da nossa pesquisa, nas páginas de um periódico, ou seja, num espaço público. Assim analisamos as representações construídas em torno de uma dada realidade familiar idealizada por quem concebe esse periódico.

A estrutura familiar estabelecida pela revista sofreu algumas transformações no que se refere ao número de filhos e na possibilidade de escolha em tê-los ou não. Na década de 80, principalmente por meio da segunda união, após a lei do divórcio, *Claudia* publicou alguns artigos na tentativa de pensar essa nova estrutura familiar, já que essa nova família agregaria os filhos de ambos, gerando uma família maior, entretanto percebemos que a revista procurou trabalhar sempre com o modelo hegemônico de família.

Neste capítulo nossa abordagem tratou da temática da família e de como *Claudia* construiu mensalmente este universo: a vida conjugal, a constituição do lar, os cuidados com a casa, a maternidade, a educação dos filhos, a sexualidade feminina e a escolha de exercer uma atividade profissional fora do lar.

⁴ MORAES, op. cit. p.167.

2.1 Entre o Tradicional e o Moderno: a Vida Conjugal e seus Atores

O casamento oferecia acesso da mulher ao lar e à maternidade, as concepções de mulher moderna não rompiam com esse estigma. O homem aparecia como o “sexo forte” e a mulher como “frágil”, aquela que sofria por amor e deveria se esforçar para cuidar bem do seu marido, sendo, segundo a *Revista Claudia*, a sacerdotisa do templo culinário, responsável pela boa organização da casa, pela fidelidade do seu companheiro, estando atenta para as suas necessidades materiais, como roupas e acessórios, já que essas funções indicariam seus dotes⁵ de esposa e dona de casa.

Ao mesmo tempo o discurso da revista, naqueles anos iniciais, apontava que a mulher moderna deveria livrar-se do peso da sociedade patriarcal e, antes de ser para o homem, deveria ser para si própria. Assim reconhecia que o sexo feminino poderia até igualar e superar o homem em alguns campos, entretanto ainda ressaltava que essa mulher necessitava dele nos momentos mais graves e importantes de sua vida. ⁶

Essa afirmação da necessidade da mulher se livrar do peso da sociedade patriarcal elucida as discussões em torno dos estudos sobre a família no Brasil, pois podemos conceituar dois modelos explicativos: um apoiado na família patriarcal e outro que busca a diversidade de estruturas ou arranjos familiares.⁷

⁵ Na Revista Claudia de maio de 1968 havia uma propaganda dos lençóis e fronhas Santistas que afirmava: “É nos detalhes que se conhece a dona de casa.”p.146.

⁶ Revista Claudia, novembro de 1961.p. 93.

⁷ TERUYA, Marisa Tayra. A Família na historiografia brasileira. Bases e perspectivas teóricas. In: XII Encontro Nacional de Estudos Populacionais da ABEP-Associação Brasileira de Estudos Populacionais, 1., 2000, Caxambu. Anais. Disponível em: <<http://www.abep.org.br>>. Acesso em: 04 novembro 2008.

Os debates em torno da família patriarcal situam-se nos trabalhos de Gilberto Freyre, *Casa Grande e Senzala* (1933)⁸, e no ensaio de Antonio Cândido, “The Brazilian Family” (1951)⁹.

Para Freyre, a colonização portuguesa no Brasil trouxe um sistema patriarcal representado pela casa-grande e estendendo sua influência à senzala. A família patriarcal em torno do engenho e da monocultura latifundiária apresentava uma família extensa: o patriarca e sua esposa, com seus filhos legítimos, os afilhados, agregados, além dos escravos, das concubinas e dos bastardos.

A casa-grande, completada pela senzala, representa todo um sistema econômico, social, político: de produção (a monocultura latifundiária); de trabalho (a escravidão); de transporte (o carro de boi, o bangüê, a rede, o cavalo); de religião (o catolicismo de família, com capelão subordinado ao pater famílias, culto dos mortos, etc.); de vida sexual e de família (o patriarcalismo polígamo); de higiene do corpo e da casa (o “tigre”, a touceira de bananeira, o banho de rio, o banho de gamela, o banho de assento, o lava-pés); de política (o compradismo).¹⁰

Pelas extensões das terras brasileiras, o governo português não conseguia exercer seu poder em toda a colônia; isso, segundo Freyre, favorecia o fortalecimento do poder patriarcal nas propriedades já que o senhor de engenho, o grande patriarca, passava a exercer, através de sua força econômica, o poder e o mando político na sua região. Tais relações beneficiaram a constituição da família patriarcal e fizeram parte da formação da sociedade brasileira.

Já Antonio Cândido, em seu artigo, procurou teorizar as transformações sofridas por esse modelo de família patriarcal colonial, rural e extensa para uma sociedade que estava se

⁸ FREYRE, Gilberto. *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 23.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1984.

⁹ CÂNDIDO, Antonio. The Brazilian Family. In: SMITH, T. Lynn (ed.). “In” *Brazil Portrait of Half a Continent*. Nova York: Marchant General, 1951.

¹⁰ FREYRE, op.cit. p.lxiii

reconhecendo como sendo urbana, industrializada e moderna no século XX. Ao perder a função produtiva da economia latifundiária, o grupo familiar passou a se relacionar através dos laços de afetos, houve segundo o autor uma redução do tamanho das famílias, assim como do poder do pai e do marido, entretanto manteve-se a moral patriarcal nessa moderna sociedade: a virilidade masculina e a virgindade feminina.

Para Mariza Corrêa, os dois autores ao tratar da organização familiar de um grupo dominante, num período específico e num espaço determinado, acreditam estar tratando das formas de organização familiar da sociedade brasileira. Assim faz uma crítica a esses autores:

A “família patriarcal” pode ter existido, e seu papel ter sido extremamente importante, apenas não existiu sozinha, nem comandou do alto da varanda da casa grande o processo total de formação da sociedade brasileira. Para ambos os autores parece não ter havido, neste país onde a colonização se fez de maneira tão dispare, um processo de constituição de unidades domésticas de variedade equivalente nas muitas regiões onde se instalaram os primeiros colonizadores. [...] O conceito de “família patriarcal”, como tem sido utilizado até agora, achata as diferenças, comprimindo-as até caberem todas num mesmo molde que é então utilizado como central de referência quando se fala de família no Brasil.¹¹

A crítica de Corrêa sobre esses dois textos recaiu sobre a homogeneização da sociedade colonial brasileira no que se referia ao modelo familiar, o patriarcal, como o único possível. Para a autora, tanto Freyre como Cândido desconsideram as outras possibilidades e as múltiplas realidades existentes no Brasil, fixando como limite o engenho ou a fazenda, apontando esses lugares como de origem da formação da família brasileira.

¹¹ CORRÊA, Mariza. Repensando a Família Patriarcal Brasileira. In: *Colcha de Retalhos: estudos sobre a família no Brasil*. Campinas: editora da Unicamp, 1993. p.27

Não se trata, portanto, de negar a existência da “família patriarcal”, mas de não tomá-la como única possibilidade vivenciada no Brasil, devendo sim, segundo Corrêa, elucidar as tensões existentes entre os impositores de uma ordem e os que resistiam cotidianamente. Assim afirma:

Nesse sentido, não podemos nem sequer imaginar a possibilidade de escrever a história da família brasileira, mas apenas sugerir a existência de um panorama mais rico, a coexistência, dentro do mesmo espaço social, de várias formas de organização familiar, a persistência desta tensão revelando-se, não aquela “quase maravilha de acomodação” que é para Gilberto Freyre o sistema da casa grande e da senzala, mas na constante invenção de maneiras de escapar ou de melhor suportar aquela dominação.¹²

Essa discussão em torno da família patriarcal rural de Freyre e da moderna família conjugal urbana de Cândido é um dos pontos de partida para os estudiosos sobre a família no Brasil e geraram interpretações variadas. Para Angela Mendes de Almeida a matriz da família patriarcal exposta por Freyre espalhou-se por todas as outras formas concretas de organização familiar. Assim afirmou:

Tomando a família patriarcal, rural, escravista, poligâmica como ponto de partida, nosso trabalho endossa ainda uma visão clássica de história política e na antropologia mais moderna, de que essa família é uma espécie de célula básica da nossa sociedade, e não apenas nos termos de Gilberto Freyre, mas mais ainda nos termos de um texto clássico, hoje meio esquecido, o *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda. Isso significa dizer que a família patriarcal de que estamos falando é uma espécie de matriz que permeia todas as esferas do social: a da política, através do clientelismo e do populismo; e das relações de trabalho e de poder, onde o favor e a alternativa da violência preponderam nos contratos de trabalho e na formação dos feudos políticos, muito mais que a idéia de direitos universais dos cidadãos; e por fim, nas próprias relações interpessoais que a

¹² Ibid., p.37

personalidade “cordial” do brasileiro impõe pela intimidade e desrespeita a privacidade e a independência do indivíduo.¹³

Almeida afirma também que a idéia de família nuclear burguesa chega ao Brasil vinda da Europa, no século XIX e encontra outra realidade completamente distinta daquela onde foi gestada, entretanto a mentalidade sobre o patriarcalismo continuava a ser a dominante.

O “aburguesamento” das famílias constituiu, inicialmente, mais um verniz superficial, atingindo parte dos hábitos das elites urbanas, mas sempre coexistindo como substrato da nossa formação engendrado antes do século XIX. É desse “casamento” que nasceu a nossa família conjugal atual.¹⁴

Todas as discussões sobre a família brasileira consideram a existência da família patriarcal, embora, como vimos, alguns estudos não a considerem como modelo dominante e único na formação da sociedade; já outros remetem esse modelo como célula básica da concepção de família.

Consideramos tais discussões, pois a *Revista Claudia*, em alguns momentos, se referiu à sociedade patriarcal, como sendo a responsável por valores que enalteciam os homens e remetiam as mulheres em situações de “submissão”. No artigo publicado em 1961, a revista considerou a existência de dois tipos de mulheres: as que foram criadas num lar patriarcal e as modernas, adeptas às idéias de Simone de Beauvoir. Apesar de definir a mulher moderna e de reconhecer a emancipação feminina, afirmava que a educação patriarcal havia deixado suas heranças.¹⁵

O discurso do periódico endossa, portanto, as idéias de Freyre e Cândido e concordam com Almeida, que essa família

¹³ ALMEIDA, Angela Mendes de. *Pensando a família no Brasil (da colônia à modernidade)*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1987.p.55

¹⁴ Ibid., p.65

¹⁵ Revista Claudia, novembro de 1961.p. 91.

patriarcal causou marcas na sociedade, marcas visíveis ao analisar a família conjugal. Torna-se notório, ao se analisar o periódico, a tensão existente entre um “modelo de família patriarcal” no sentido de valores, de um sistema hierárquico no interior da família e uma família apontada como de “classe média urbana”, que se intitulava moderna e que, apoiada em um discurso de novos valores e comportamentos, estaria vivendo outra etapa, em que as hierarquias estavam se diluindo e possibilitando pensar novos papéis para o feminino e o masculino.

Entretanto, em uma entrevista concedida a Carmen da Silva, em 1966, Roberto Carlos, tido como exemplo de uma geração que se intitulava liberada, deixava claro que alguns conceitos são mais fáceis de serem pronunciados do que vivenciados. A pergunta dirigida a ele recaía sobre a virgindade feminina. Sua resposta afirmava que virgindade não era mais importante para definir a dignidade e o caráter de uma mulher. No entanto, Carmen vai mostrar que isso ainda ocorria na teoria, já que na prática os homens preferiam casar com as moças virgens, de boa família e educadas; as mulheres que não eram mais “puras” tinham medo de não encontrar um companheiro que as aceitasse.

Pergunto que opina da virgindade: é importante ou não é? Como a encaram os moços de sua geração?

Para êle, dar importância demais à virgindade é prova de ignorância. A maioria dos jovens de hoje, afirma, já sabe que o essencial é o caráter; o homem tem mil modos de perceber se a mulher é ou não é digna, se merece ou não merece confiança; o fato de ser virgem ou não, é secundário. [...] Pergunto se acha que sua irmã casou virgem. [...] Roberto Carlos responde: “Acho que sim: minha mãe soube educá-la muito bem, orientando-a com relação à vida, aos homens e ao amor, dando-lhe a dose justa de liberdade e impondo-lhe a dose justa de restrições”.

A contradição salta à vista: virgindade não é importante, mas **as moças bem educadas casam virgens**.¹⁶

¹⁶ Revista Claudia, maio de 1966. p.34.

O discurso da liberação sexual, mesmo para um jovem da nova geração se mostrava complexo, e as mulheres que se consideravam modernas arcavam com as conseqüências dessa tensão: se a mulher tivesse relação sexual com seu namorado e depois casasse, ela assumia que era moderna; caso o casamento não se efetivasse, ela sofria a angústia e o medo de ficar só. A liberdade sexual não se apresentava como algo permitido para as mulheres antes do casamento, havia muita resistência em assumir tal ato, é evidente que para *Claudia* as mulheres na década de 60, na grande maioria, tinham sido formadas, educadas e preparadas para o casamento e assim buscavam encontrar um companheiro, um marido.

Desde seu lançamento, *Claudia* insistiu em que produzia uma revista para a “mulher moderna”. Definir o que seria uma mulher moderna para a época mostrava-se um caminho árido, pois essa modernidade apresentava várias facetas: moderna consistiria em aderir e aceitar os novos comportamentos femininos no que se referia à liberação sexual antes do casamento? Ou mulher moderna seria aquela que não aceitava e questionava os papéis fixos de homens e mulheres na família e no trabalho? Ou simplesmente poderia ser considerada moderna a mulher que se identificasse e se incluísse a sociedade de consumo, usufruindo das novidades da indústria equipando seu lar e sua família com objetos que facilitassem sua vida, apoiando-se muito mais no ter do que numa modificação do ser?

O que seria então uma mulher moderna nos anos 60? Para responder a essa pergunta, *Claudia* publica o depoimento de oito estrelas do cinema internacional que viviam uma realidade diferente da leitora brasileira. Suas respostas falavam de sexo, solidão e moralidade. Vejamos alguns trechos:

Jane Fonda: O sexo desempenha um papel de importância vital nos dias de hoje. É ele quem rege o comportamento da mulher moderna.

Vanessa Redgrave: Na minha opinião, a mulher dos dias de hoje deveria se preocupar com coisas mais importantes do que o sexo ou a solidão individual. [...] que é o abandono, a falta de amor aos nossos semelhantes. A mulher moderna deveria se preocupar mais com isso.[...]

Anouk Aimée: [...] Uma mulher precisa ser terna, meiga e prestativa para seu companheiro. [...] Mas estou convencida de que as mulheres de hoje arruinam o que a vida tem a oferecer de melhor, adotando uma atitude competitiva em relação ao homem.

Catherine Spaak: O maior problema que enfrentamos hoje em dia é justamente a solidão.

Nancy Sinatra: [...] O casamento como instituição, é a única solução viável para a união entre um homem e uma mulher normais.

Elke Sommer: [...] eu poderia dizer que a mulher moderna pode chupar cana e assobiar ao mesmo tempo. Pode trabalhar, ter marido, ter filhos.

Julie Andrews: Eu não me considero uma mulher moderna. Nem quero ser. [...] Continuarei defendendo a moral, a dignidade humana, o respeito entre os seres humanos.

Pamella Tiffin: Nós reagimos especialmente à transformação do homem. Ainda vivemos num mundo de homens, em termos masculinos. [...] “...a mulher que está ao seu lado ou atrás dele – denominada ‘mulher moderna’ – apenas tenta refletir o “homem moderno.”¹⁷

Para essas entrevistadas, definir a mulher moderna ainda apresentava-se como algo confuso, ora situado no relacionamento, ora no trabalho, na competição com o homem, no casamento. A revolução sexual, datada por muitos nos anos 60, ainda estava em processo. Embora o discurso sobre a sexualidade feminina e masculina ganhasse cada vez mais espaço, possibilitando repensar antigas práticas e elaborar novos saberes, alguns valores e crenças resistiam e permeavam as condutas da sociedade.

¹⁷ Revista Claudia, julho de 1969. p.151 a 158.

Michel Foucault em seu livro *História da Sexualidade I* problematizou que principalmente a partir do século XIX, intensifica-se uma série de discursos sobre a sexualidade, não no sentido repressivo e sim no sentido de gerar uma vontade de saber que constitui o poder disciplinar na sociedade moderna. Para esse autor, no século XIX a sexualidade foi esmiuçada em cada existência, tornou-se a chave da individualidade; ao mesmo tempo, tal prática permitiu analisá-la e tornou possível constituí-la. As operações políticas, as intervenções econômicas (por meio de incitações ou freios à procriação), as campanhas ideológicas de moralização ou de responsabilização foram empregadas, segundo Foucault, como índice da força de uma sociedade, revelando tanto sua energia política como seu vigor biológico. Essas táticas tinham como objetivo disciplinar os corpos.¹⁸

Ao trabalhar com o discurso sobre a mulher moderna e sobre a liberação sexual a revista disponibiliza e incita a vontade de saber sobre tais questões, ao mesmo tempo em que regulava, controlava os saberes do que seria publicado em suas páginas. Assim a tônica do discurso da revista mostrava a suas leitoras que a esposa, dona de casa e mãe deveria viver sua sexualidade dentro do casamento, cuidar da família e a ela oferecer as melhores condições, tanto emocionalmente, como materialmente, daí as sessões que tratavam de aconselhar as angústias de suas leitoras, como as inúmeras propagandas de produtos que indicavam a modernidade na forma de consumo.

Claudia também procurou se aproximar do marido de sua “moderna” leitora e lançou em agosto de 71 um suplemento, de tamanho menor que a revista, destacável e com cerca de vinte páginas, chamado, *Ele & Claudia*.¹⁹ O objetivo era trazer informações para os homens, de como arrumar um bar, quais as

¹⁸ FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988. p.137.

¹⁹ Devemos notar que tal projeto foi realizado quando Thomaz Souto Corrêa estava na direção da revista.

tendências da moda, do diálogo entre pais e filhos, como também tratar da boa forma, estimulando o tênis como esporte, numa tentativa de inverter a fórmula da revista feminina, mas voltada para os homens. Podemos até arriscar afirmar que a Editora Abril estava testando o público masculino para lançar uma revista específica para esse leitor, no estilo de *Claudia*.

Em abril de 1973 tal suplemento já aparece incorporado à revista, como mais uma seção, entretanto em 74 passa para *Claudia Moda* apresentando apenas a moda masculina. Ou seja, duas possibilidades podem ser pensadas: tal projeto não teve grandes repercussões para o público almejado? Ou o novo diretor da revista, Carlos Alberto Fernandes, não levou adiante o projeto de seu antecessor? O importante é ressaltar que essas questões indicam um projeto que não teve êxito, e a fórmula para discutir assuntos domésticos ou do cotidiano familiar ainda deveria ter como canal a mulher.

A vida conjugal esteve presente nas páginas de *Claudia* desde o início da revista, no entanto a ênfase em determinados assuntos aparece claramente em diferentes períodos. Podemos dizer que no início de 70 alguns artigos apontavam para uma crise na instituição do casamento e reforçava muitas vezes a idéia de que a vida sexual do casal é responsabilidade da mulher, assim procura mostrar para sua leitora questões que só ela tem condições de solucionar. Vejamos:

[...]

Como é que você pode fazer seu marido se sentir dez anos mais jovem sexualmente? Primeiro, lutando contra o tédio. Saiba que, mesmo em nossa época, de suposta libertação sexual, as idéias antiquadas sobre o que é “certo” e “errado” continuam oprimindo muitas mulheres e... homens também. Seria muito bom que todos se compenetrassem de que não há coisas ou horas “apropriadas”. O que vale é a espontaneidade.

Seja mais provocante e agressiva – isso diminui o tédio sexual do homem. E, se você perceber que ele está admirando uma garôta de míni-saia vermelha, com uma tatuagem na coxa, não pense

que seu marido gostaria de vê-la vestida assim. O que ele gostaria é de vê-la vestida na moda.

[...]

As mulheres podem, por outro lado, causar problemas sexuais aos maridos. Uma esposa fria é capaz de abafar a natureza mais apaixonada. E algumas têm maneiras sutis de destruir o desejo sexual do homem: controlar o próprio comportamento durante o ato sexual é uma forma de castração; um movimento errado, a indiferença, a irritação, um gesto rude, um sinal de impaciência – tudo isso perturba o encontro sexual.

Estudiosos que se ocupam do sexo encontraram seis fatores responsáveis pela falta de “resposta” sexual: monotonia, preocupação com a carreira, fadiga mental ou física, excesso de bebida ou comida, enfermidades físicas ou mentais e medo do insucesso. Em tudo isso, particularmente na primeira e última causa, você, como mulher, tem grandes possibilidades de ajudá-lo.²⁰

Incitava, assim, as mulheres a ousarem mais, serem provocantes e atraírem seus maridos para que estes se sentissem motivados para a relação sexual; todos os problemas que o homem possuísse a mulher poderia solucionar, e assim as relações sexuais não ficariam monótonas. Vemos que não bastava mais para a mulher desempenhar sua função de esposa, dona de casa e mãe; deveria ser a amante ideal, estimulando os desejos de seu companheiro.

O sexo, agora legitimado pelos diferentes discursos, pois os especialistas e cientistas do tema não param de proliferar (psicólogos, pedagogos, analistas, psicanalistas, terapeutas de todas as tendências – “bio-energéticos”, “reichianos” etc. – sexólogos e outros no estilo), também passa a poder figurar nas revistas femininas. Estas, então, respondem às necessidades das leitoras que passam por angústias e dúvidas próprias a quem vive despreparada, a época da “libertação sexual”. Assim, a leitora de *Claudia*, que sempre ouviu dizer que sexo é sinônimo de casamento e reprodução biológica, se vê perplexa diante da crescente erotização do casamento. Ser dona de casa eficiente, mãe dedicada e esposa submissa não são mais garantias de

²⁰ Revista *Claudia*, outubro de 1970. p.5 a 9.

sucesso frente ao marido e tampouco constituem os melhores meios para conservá-lo, preocupação primeira de toda mulher casada, segundo os cânones vigentes.

As antigas fórmulas caducaram e agora a mulher precisa ter também um desempenho sexual exemplar. O sexo, portanto, foi introduzido como parte legítima do universo familiar.²¹

A década de 70 viveu, portanto, nas páginas de *Claudia* muito fortemente a questão da erotização, mas, como afirmaram Moraes e Sarti, a erotização do casamento, sendo necessário para revista mostrar a sua leitora que esta deveria ousar no relacionamento para garantir a manutenção do seu casamento.

A seguir temos uma propaganda sobre tintura de cabelo, que indica como a esposa poderia agradar seu marido de acordo com o desejo deste. Se necessário, ela deveria mudar o seu visual em prol da fidelidade de seu companheiro. Vejamos:

A outra mulher na vida do seu marido.

Existirá um homem que ama apenas uma mulher?

Experimente ficar escutando o dia inteiro o disco que você mais gosta.

Veja meia dúzia de vezes seguidas o filme que mais a emocionou.

Recomece a ler o maravilhoso livro que você terminou ontem.

Por isso tôda a mulher tem a obrigação de colocar outra mulher na vida do seu marido. Antes que êle próprio o faça.

Você é morena – Instant Color pergunta se seu marido não está naquela fase em que os homens preferem as loiras? Nesse caso, use um tom de Instant Color mais claro que a sua côr natural de cabelo.

Os seus cabelos são claros – Instant Color poderá colocar uma belíssima morena nos braços do seu marido. Basta escolher Instant Color em tom mais escuro que a sua côr natural.

Alguns cabelos grisalhos – Instant Color levará até o seu marido aquela mocinha que passou a lua-de-mel junto com êle. É só procurar o Instant Color mais parecido com a sua côr natural.

²¹MORAES, Maria Quartim de. & SARTI, Cynthia. Aí a porca torce o rabo. In: BRUSCHINI, Maria Cristina A. & ROSEMBERG, Fúlvia. *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas*. São Paulo: Brasiliense, 1980. p.39.

Você vai ver como é incrivelmente simples ser a mulher com quem você sempre sonhou.

Este conselho também é importante para as solteiras. Afinal, antes de ser a outra mulher na vida do seu marido, você precisa casar com êle.²²

Tal publicidade explicita bem a representação ideal da esposa nessa década de 1970: a mulher continuava sendo a maior responsável pela manutenção e êxito do casamento. Deveria cuidar da casa, do marido, estando bonita e pronta para realizar todos os desejos que seu companheiro pudesse ter, para que este não sentisse a *necessidade* de realizar fora de casa os seus desejos íntimos. Segundo Moraes:

A dona-de-casa eficiente e mãe exemplar – pois estas continuam sendo tarefas a cumprir – aprende a arte da sedução, entendida como anulamento da mulher frente ao marido ou, então, pequenas aparências que simulam um erotismo de classe média. A importância da embalagem da mercadoria – pois, ao utilizar a expressão “valorizar seu corpo”, a mercantilização da relação sexual fica subentendida – é superestimada, reduzido-se a sexualidade feminina ao despertar da atração de outrem. [...]

Mas as leitoras de Claudia já foram previamente definidas, por suas características sociais, de idade, etc., como donas-de-casa da burguesia. Mulheres educadas na consideração de que a sexualidade é sinônimo de casamento e reprodução biológica. Mulheres que se sentem desamparadas, hoje, frente à “erotização” do casamento: elas foram traídas em sua crença de que bastava ser dona-de-casa eficiente, mãe dedicada e esposa compreensiva para ser feliz, como nos romances. E sua revista predileta diz exatamente o que elas querem e podem escutar sem traumas, pois o que está em questão é salvar as “instituições básicas da sociedade” (o casamento entre elas) e não proposições novas que coloquem formas alternativas e mais satisfatórias de

²² Revista Claudia, dezembro de 1970. p.224 e 225.

relações entre os dois sexos, ou quaisquer transformações na sociedade em que vivemos.²³

A liberação sexual para a leitora de *Claudia* veio com a finalidade de salvar seu casamento, sua família, assim o sexo passou a ser utilizado no discurso da revista como parte legítima do matrimônio e a vida íntima do casal, harmonia sexual foi publicizada nos anos 70 como sinônimo de felicidade conjugal.

Para Goldani os discursos em torno da chamada “crise” da família, em geral, apareceram estreitamente relacionados com certos modelos estereotipados de família; de um lado “a família patriarcal associada com o antigo ou “tradicional”, e de outro a família “classe média urbana”, vista como o novo, o “moderno”.²⁴

A autora destaca três dos principais argumentos usados pelos defensores da idéia de crise da família:

1) A família passa por uma desinstitucionalização interna. O fato de que os indivíduos se tornam mais autônomos, menos dependentes do grupo tem gerado grupos domésticos familiares cada vez menos coesos e integrados. Nesta linha de argumentação ganha destaque o fato do Estado e outras instituições interferirem direta e/ou indiretamente no processo de desinstitucionalização.

[...]

2) O declínio do familismo como valor cultural é evidente e teria como origem o crescente individualismo e igualitarismo, características apontadas como marcas dos processos de modernidade pelo qual atravessa o país.[...]

[...]

3) A família esta enfraquecida e debilitada para cumprir muitas de suas tradicionais funções sociais, inclusive com a reprodução de seus membros e a sua própria como grupo.²⁵

²³ MORAES, Maria Quartim de. A “nova moral sexual das revistas femininas. In: *Cadernos do Presente 3 – Sexo e poder*. São Paulo: Brasiliense, 1979. p.74.

²⁴GOLDANI, op.cit. p.69-70.

²⁵Ibid., p.89,90 e 93.

Entretanto, Goldani conclui que não acredita em desestruturação da família e sim em mudanças e transformações que contribuíram para a definição de novos estilos de vida e arranjos familiares.

Neste sentido, as especulações sobre a crise da família resultariam, também, de uma certa indefinição atual de valores e práticas sociais no âmbito doméstico, fato que estaria contribuindo para um quadro confuso de mudanças e permanências de difícil interpretação.²⁶

A revista feita para a classe média urbana moderna “vende” a idéia da crise da família e, para salvar essa antiga instituição, o matrimônio, libera a leitora para se informar sobre sua sexualidade.

Apesar de as questões sobre a sexualidade feminina sempre estarem presentes nos artigos sobre casamento e principalmente nos relativos à crise dessa instituição, evidencia-se que a sexualidade da mulher ganhou destaque de forma explícita nas páginas de *Claudia* no final da década de 70. Com uma linguagem mais direta com sua leitora passou a aconselhar e a debater o sexo ainda dentro do casamento.²⁷

O direito ao prazer passa a ser pauta da revista em diversas seções, sendo que em 1978 é lançada uma seção intitulada “*Amar Melhor*”, sob a responsabilidade do psiquiatra Dr. Ivan Mourão Dias com o objetivo de discutir e esclarecer as dúvidas sobre a sexualidade e o relacionamento do homem e da mulher, pois, segundo *Claudia*, isso tornaria o casamento mais feliz. Assim afirmava que assumiria esse papel estando ao lado da leitora todo mês com uma consultoria especializada.

²⁶Ibid., p.97.

²⁷No final dos anos 70 a revista também passou por uma reformulação no tamanho, pela definição da diretora de redação Maria Cristina Gama Duarte, tornou-se “mais portátil”.

Sempre com o intuito de continuar sendo a “revista amiga da mulher”, vai tratar do tema separação de uma forma bem realística, utilizando o recurso de depoimentos de mulheres que vivenciaram problemas conjugais e que conseguiram superar e reaver sua vida familiar. Esses depoimentos foram publicados na seção “*Como salvei meu casamento*”, em que a leitora enviava sua história e os “métodos” bem sucedidos (na maioria das vezes) utilizados para solucionar o problema; assim seu testemunho era analisado por uma psicóloga que ressaltava a eficiência dos artifícios empregados. Segundo Neckel:

O sexo não era mais um assunto “reprimido”, a “educação sexual” passou a ser apresentada como uma necessidade na busca pela felicidade do “casal”. Entretanto, a “revolução sexual” em debate nestas revistas foi proposta nos limites da preparação para o matrimônio e na manutenção do casamento. A durabilidade do casamento não se baseava mais no amor e na amizade entre os cônjuges, mas no “prazer sexual” que um propiciava ao outro. Nesse processo, observa-se a divulgação de informações sobre como manter o casamento e de que maneira alcançar a “perfeita adequação sexual”, que, de acordo com os conceitos da psicologia e da psicanálise apresentados nas revistas, era o “verdadeiro” indicativo de felicidade conjugal.²⁸

Quando tais métodos se esgotavam, a dissolução do casamento era inevitável²⁹ e por isso a revista informava as maneiras legais para a separação; o desquite num primeiro momento e, posteriormente, a lei do divórcio³⁰ aparecia esporadicamente em alguns números.

²⁸ NECKEL, Roselane. *Pública vida íntima: a sexualidade nas revistas femininas e masculinas* (1969-1979). Tese defendida no programa de estudos pós-graduados em História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.p.17.

²⁹ Em 1973, Carmen da Silva aconselhava uma leitora a aceitar que seu casamento já chegara ao fim.

³⁰ A Lei Nº 6.515 instituiu o divórcio e a dissolubilidade do vínculo matrimonial, possibilitando novas uniões em 26 de Dezembro de 1977.

Cabe ressaltar que a revista tinha como prática pensar a mulher dentro do casamento, assim, ao publicar tais temas que debatiam o fim dessa instituição, só reforçava a idéia de que estava atenta aos anseios vividos com a modernização da sociedade, já que essa realidade não poderia ser negada. No entanto, a revista não fazia apologia do divórcio.

Já no final de 1970 a revista passa a publicar artigos pensando uma nova estrutura familiar, agora legitimada pela sociedade; discutindo a segunda união, o papel da segunda mulher, o relacionamento da madrasta e do padrasto com os filhos e os problemas que enfrentaria quem passasse por tal situação. Porém esses temas não eram a pauta principal da revista e sim assuntos secundários.

Percebemos uma modificação importante e já concretizada nessa época no que se refere à família. Muitas mulheres tinham uma profissão e acumulavam suas funções de esposa, dona de casa e mãe com a de profissional. Assim havia a necessidade de discutir vários aspectos dessa nova experiência.

Alguns artigos exploram os novos caminhos do casal moderno, seja no que tange ao próprio relacionamento, aos papéis que ambos desempenhariam, assim como a educação dos filhos. Vejamos:

As exigências entre o casal também aumentaram. Se ela quer hoje um marido que seja de fato companheiro dentro de uma relação de igualdade, ele, por sua vez, já não se satisfaz com uma esposa apenas prendada. Também a quer mais ao seu lado, participante e responsável. Mas a maior novidade no contato com os filhos é a presença da figura paterna, que cresce a cada dia, inclusive na troca de fraldas do bebê. No entanto, a conquista mais significativa do casamento moderno tem sido a sinceridade dos sentimentos que comanda a convivência familiar: marido e mulher fazem reclamações mútuas quando acham necessário, sem medo de magoar ou provocar ressentimentos; até uma separação, apesar de dolorida, já não tem a carga das grandes tragédias que a caracterizavam anos atrás. E os filhos podem

expressar com mais liberdade até suas angústias e necessidades emocionais sem temer a falta de resposta.³¹

Esse novo quadro conjugal foi consequência não só da saída da mulher para o espaço público, mas também da vasta discussão sobre alguns tabus e preconceitos que marcavam a relação homem e mulher. Alguns conceitos foram repensados e apropriados, o que causou a modificação prática da vida cotidiana familiar, entretanto alguns conceitos estavam longe de serem rompidos e revelavam a tensão existente neste slogan “casal moderno”.

A revista procurou mostrar como os homens enfrentaram tais modificações e se eles conseguiam acompanhar essa mulher emancipada. Assim, publicou um artigo com o perfil e depoimento de três homens sobre o assunto:

O primeiro é Roberto, 32 anos, empresário bem-sucedido. É um conservador convicto; escolheu sua mulher conforme sua idéia: Sônia fez o curso normal e não trabalha, cuida dos filhos.

[...]

Roberto não esconde suas reservas contra a mulher emancipada ou bem preparada intelectualmente. “Deixa de ser feminina. Não satisfaz os anseios do homem, com o romantismo, que ele não dispensa na mulher.”

Mário, 31 anos, jornalista, é do interior paulista. Veio tentar a sorte em São Paulo mas não esqueceu a namoradina da cidade natal, com quem acabou se casando. Ela era formada em Letras, mas ao vir para a capital não conseguiu emprego. Então começaram suas insatisfações, somada às saudades da mãe. Os sintomas dessa inadaptação eram o mau humor diário, as queixas intermináveis e uma terrível superproteção sobre os filhos. A situação era tal que Mário não podia sequer levar os amigos para casa sob pena de receber admoestações e olhares enviesados. De início, ele tentou conciliar as coisas. Mas após sete anos deu um basta em Solange: “Ou você me acompanha ou, então, está fora da jogada.”

³¹ Reportagem de João Ascânio sobre uma tese defendida na PUC pela psicóloga Maria Sofia Chatah. Revista Claudia, julho de 1983. p.62.

[...]

Nelson, engenheiro, 36 anos, é casado com Sílvia, advogada, trabalhando atualmente como procuradora. Ele, logo de saída, admite ter-se casado pensando em fazer sua mulher mudar de idéia, isto é, não trabalhar.

[...]

E a liberdade sexual? “Isso é coisa pra homens”, diz ele. “As próprias mulheres discriminam aquelas que são mais liberadas.”. “Aliás, ele não vê com bons olhos nem o fato de Sílvia dançar com outro homem.” [...]

Mas Nelson melhorou muito. Hoje, até aceita que Sílvia use biquíni, embora ainda faça restrições a decotes e a alguma transparência. “Independente? Sílvia é independente, sim. Só que em liberdade vigiada, claro!”³²

Ao publicar esses depoimentos a revista oferece a sua leitora a oportunidade de conhecer e também reconhecer a representação que o “homem real” tinha das mulheres, pelo menos o que pensavam sobre suas esposas e sobre temas como a emancipação feminina e a liberdade sexual. O homem, que nesses anos todos de publicação ficou na grande maioria ausente dos temas principais da revista, teve a oportunidade de ser escutado.

Os homens escolhidos, o que pensavam e como foram dirigidos os depoimentos fazem parte da construção do que deveria ser apresentado a sua leitora. Assim a ênfase do artigo deixou evidente que os homens estavam pouco à vontade para aceitar as novas representações assumidas pelas mulheres e reafirmavam muitas vezes o discurso conservador frente à nova situação colocada.

Outro aspecto que assume grandes dimensões nos anos 80 é a dissolução do casamento e a possível segunda união, assim a revista traz depoimentos de mulheres que afirmaram terem vivido a crise conjugal e começaram uma nova vida. No entanto, segundo a revista esse recomeço é sempre marcado como um

³² Revista Claudia, fevereiro de 1980. p. 20 e 22 e 24.

momento de sofrimento e luta por parte da mulher dita como descasada. Em junho de 1980, *Claudia* publicou: “*O filho dele quase acabou com meu casamento*”. Vejamos:

Quais são as maiores dificuldades para viver com um homem desquitado? Até que ponto o passado dele mexe com a cabeça da segunda mulher? E quando ele tem filhos, então? Estas são perguntas que muitas mulheres se fazem atualmente, quando os desquitados (e os segundos casamentos) estão cada vez mais comuns. E está é uma história comum, de uma mulher que se uniu a um desquitado e depois de algum tempo teve de enfrentar um problema até certo ponto freqüente: como conviver com o filho do primeiro casamento dele.³³

Esse artigo trouxe o relato de um casal. Ele era desquitado e tinha um filho, e ela sonhava casar na Igreja. Depois de se conhecerem, segundo a revista, e de enfrentarem as dificuldades impostas para que ficassem juntos, casaram-se. Passaram-se dois anos e a ex-mulher do marido morreu num acidente de carro; e eles tiveram que assumir o filho, fruto do primeiro casamento. A criança estava com sete anos. Frente a esse “problema”, o artigo alerta as leitoras que quem escolhe casar com homens de segunda união, devem estar preparadas para os riscos que correm.

Como dissemos no início, a história de Maíra é comum, reflete problemas comuns à vida de muitos casais que estão no segundo casamento. [...] Pois, quem casa com um homem que já tem filhos, sempre está sujeita a ter que virar mãe deles. Não só por causa de uma morte, mas talvez porque a mãe da criança, a certa altura, arranje um novo companheiro e tema que o filho atrapalhe sua nova vida.³⁴

O tema do divórcio e da segunda união foi apresentado para sua leitora como um momento muito difícil para a mulher, para o

³³ Revista *Claudia*, junho de 1980. p. 208.

³⁴ Revista *Claudia*, junho de 1980. p. 213.

homem e para toda a família. Não procuravam destacar que, ao optar pelo divórcio, o casal poderia ser muito feliz; ao contrário, trazia para as leitoras os problemas, as dificuldades que enfrentariam frente à sociedade. A “descasada” que optasse por ficar sozinha não encontraria nas páginas, de até pouco tempo atrás (“sua amiga”), artigos que tratassem dessa nova condição.

A sexualidade feminina continuou a ser pensada dentro do casamento, e intensificaram-se os artigos que discutiam o relacionamento sexual do casal e as dúvidas sobre sexo. Assim tínhamos: “Sexólogos esclarecem 10 dúvidas mais comuns que a mulher tem sobre sexo” (junho de 1980); “Buscar prazer no sexo é ótimo se não virar uma obrigação” (novembro de 1980); “Claudia vai conversar com você sobre o erotismo” (dezembro de 1980); “É hora de você saber um pouco mais sobre a sexualidade masculina e entender como os homens amam e, às vezes, deixam de amar” (junho de 1981); “Desconfortos íntimos” (setembro de 1982) “Os mitos do sexo que afetam o prazer do casal” (fevereiro de 1983); “Especialistas falam das causas que levam o casal a se desentender no amor” (março de 1983); “Orgasmo, adultério, sexo” (setembro de 1983); “O que pensam as brasileiras sobre sexo e prazer” (setembro 1983); “Repressão sexual” (março de 1985); “Orgasmo masculino – o que eles sentem também interessa a você” (junho de 1985); “Cama, intimidade, amor...como fugir do cotidiano” (outubro de 1985) e “Maneiras de vencer a crise sexual que desestrutura casamento” (novembro de 1985).

Dessa forma, tanto os conflitos amorosos, como o corpo, a sexualidade e os papéis que cada membro da família passou a desempenhar com a revolução sexual estiveram presentes no discurso da revista, que sentiu a necessidade de atualizar as discussões em torno de uma nova realidade familiar. Para Neckel:

Se antes os livros e manuais ficavam restritos a um determinado público, leitores ou profissionais interessados em tais temas, o lançamento das revistas femininas e masculinas serão responsáveis pela disseminação dos discursos em torno da

sexualidade em diferentes espaços sociais, publicizando aspectos da vida íntima anteriormente restritos aos especialistas.

As revistas valiam tanto por suas capas, títulos e fotografias como por seus conteúdos. Neles eram representadas normas, condutas e valores suscetíveis de se caracterizarem como uma forma de educação. Nessa perspectiva, constituem-se como documento importante na compreensão de modelos que foram colocados à disposição dos leitores – homens e mulheres – no processo de constituição de suas subjetividades.³⁵

Ao tornar públicos os assuntos da sexualidade feminina, a *Revista Claudia* vincula padrões de comportamentos e incita a leitora a construir uma percepção de como deve exercer sua feminilidade. Sabemos que tais discursos são representações construídas pelos produtores desse periódico, as apropriações e práticas não constituem o foco de nossa pesquisa.

Enfim, a *Revista Claudia* situou seu discurso entre uma sociedade patriarcal, que afetou a vida conjugal das famílias brasileiras, ao mesmo tempo em que se dirigia a uma leitora moderna.

A mulher moderna, para *Claudia*, seria aquela que em nome da manutenção de seu casamento estaria disposta a exercer sua sexualidade ousando mais, no limite de seu quarto, garantindo que seu marido não buscasse fora de casa sua satisfação sexual.

A crise da família se confundiu com a crise sexual. Os slogans de liberação sexual dos anos 60 foram acusados de afetar a família brasileira. As leitoras de *Claudia* foram “autorizadas” a saber mais sobre sexo e sobre sua sexualidade, seu corpo, embora esse saber fosse direcionado não para o cuidar de si e sim para a satisfação do outro. Aprendendo a “Amar Melhor” a leitora saberia “como salvar seu casamento” e não precisaria vivenciar as dificuldades e os problemas da separação e a luta para ser feliz numa segunda união.

³⁵ NECKEL, op. cit. p.39.

2.2 Doces Lares: a Construção da Casa Ideal

O espaço físico onde a família desenvolveria suas relações seria a casa. Esse espaço foi muito valorizado pela revista, de um lado mostrando para sua leitora como esse universo deveria ser cuidado pela dona de casa e por outro estimulando a possuir objetos para cada ambiente, cada cômodo e convencendo de que agindo assim estaria proporcionando conforto e bem estar para sua família, cumprindo sua função.

A casa tinha, portanto, um sentido muito especial para a constituição da família nos anos 60: cabia à esposa organizar um lar feliz, oferecer uma vida tranqüila e um apoio constante ao seu marido. A revista publicava muitas dicas de decoração (assunto que sempre esteve presente na revista) ensinando desde arrumar um armário, como mostrar as tendências da moda em produtos para a casa (mantas, colchas, tapetes, cortinas, almofadas, móveis, eletrodomésticos). Auxiliava na organização de festas e recepções e ensinava como transformar um ambiente de sua casa, como sala, quarto, cozinha em um espaço moderno. Obviamente que todas essas modificações tinham um custo, pois incitavam a mulher a comprar determinados produtos, anunciados pela publicidade mensal na revista.

Claudia publicou um projeto de uma casa, a chamada *Casa Claudia*³⁶, em novembro de 1961, no seu segundo número. Vejamos:

Realizamos um sonho... A Casa de Claudia

O sonho de todas as mulheres é ter sua casinha, por menor que seja. (...) Êste mês, CLAUDIA ajuda as suas leitoras a realizar este sonho.. (...) Claudia lhe oferece este mês o projeto completo de uma casa.(...) Na realidade sua única função é aquela de tratar, direta ou indiretamente, de tudo o que interessa à mulher, em todas as suas manifestações. Mas é justamente por isso que a idéia de dedicar-lhe uma casa não escapa às suas atribuições. É à

³⁶Somente em 1977 a Editora Abril passa a publicar mensalmente a *Revista Casa Claudia*; nesse momento nos parece apenas uma tentativa de divulgar o projeto de uma casa ideal para a leitora.

mulher, acima de tudo, que o arquiteto deve dedicar sua obra, no que diz respeito ao lar. Mesmo se a tendência a uma evidente emancipação modificou a sua posição na sociedade, na família e no lar, as características femininas não sofreram modificações substanciais. É sempre a mulher a responsável pela educação dos filhos, pelo êxito do bom andamento da casa, e é sempre ela que se preocupa com o conforto e bem estar na vida familiar. E se CLAUDIA trata da sua maneira de vestir, da sua beleza e de tudo o que lhe diz respeito, deve preocupar-se, também, com o ambiente em que ela realiza as suas tarefas principais: a casa.³⁷

Como evidencia esse artigo, na *família e no lar as características femininas* continuavam praticamente as mesmas, uma vez que, segundo a revista, *não sofreram modificações substanciais* e indicam as responsabilidades que caberiam à esposa: educação dos filhos, o êxito da casa (conforto e bem estar familiar).

Essa naturalização dos papéis é o que Joan Scott questionava quando propunha a categoria de análise, os estudos de gênero, pois existe uma diferença biológica entre homens e mulheres, mas essas diferenças não devem ser tomadas para justificar papéis, pois há também diferenças que são historicamente, socialmente e culturalmente estabelecidas e introduzem relações de poder. Os estudos de gênero procuram destacar:

Por sua característica basicamente relacional, a categoria gênero procura destacar que os perfis de comportamento feminino e masculino definem-se um em função do outro. Esses perfis se constituem social, cultural e historicamente num tempo, espaço e cultura determinados. Não se deve esquecer, ainda, que as relações de gênero são um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças hierárquicas que distinguem os sexos e são, portanto, uma forma primária de relações significantes de poder.

Sendo uma de suas preocupações evitar as oposições binárias fixas e naturalizadas, os estudos de gênero procuram mostrar que

³⁷ Revista Claudia, novembro de 1961. p.20

as referências culturais são sexualmente produzidas, por meio de símbolos, jogos de significação, cruzamentos de conceitos e relações de poder, conceitos normativos, relações de parentesco, econômicos e políticos.³⁸

Nas décadas seguintes percebemos que a casa continua sendo o espaço social de construções de papéis e que estabelecem hierarquias, sendo a mulher a responsável pela manutenção seja dos bens materiais (alimentação, vestuário de todos os membros) e do bem estar da família. Ela era a responsável pela felicidade familiar.

Uma família respeitável para a *Revista Claudia* deveria ter no mínimo três coisas: casa, comida e roupa lavada. Nesses primeiros anos de seu lançamento cabia ao homem fornecer os recursos financeiros para a manutenção do lar, e cabe à mulher saber administrar esses recursos, organizando e mantendo as tarefas em dia.

Para compor a casa e torná-la confortável para a família a revista mantém na década de 70 a prática de publicar as novidades e dicas de como decorar, na maioria das vezes com objetos e móveis fabricados pela indústria brasileira. Nessa perspectiva, a revista apostou na montagem de ambientes inteiros em estúdios fotográficos com o intuito de reproduzir o ideal de um lar, o que aguçava o sonho e o consumo de suas leitoras.

A revista tentava percorrer todos os setores da casa de suas leitoras. Vejamos alguns títulos do que foi publicado: “Arrumar armários” (maio de 1971); “Como refrescar sua casa no verão” (novembro de 1973); “Tecidos e papel de parede” (março de 1974); “Sugestões para o escritório de seu marido” (maio de 1975); “Idéias originais para o seu banheiro” (abril de 1976); “Idéias para o

³⁸MATOS, Maria Izilda S. de. Outras histórias: as mulheres e estudos dos gêneros – percursos e possibilidades. In: MATOS, Maria Izilda S. & SOLER, Maria Angélica (orgs.). *Gênero em Debate: Trajetória e Perspectivas na Historiografia Contemporânea*. São Paulo: Educ, 1997. p.97.

jardim” (maio de 1976); “Fazer a cortina dos seus sonhos, aproveitando as toalhas de banho” (agosto de 1977).

Nos anos 70, porém, o tom da economia havia mudado, o que acabou levando a revista à reformulação do projeto no que se refere aos assuntos práticos da casa, ou seja, era preciso orientar as mulheres a gastarem com moderação. Tínhamos: “Reforme sua casa com pouco dinheiro” (março de 1971); “Como decorar uma casa pré-fabricada” (julho de 1973); “Viva bem em pouco espaço” (setembro de 1979).

A preocupação com o orçamento doméstico fazia-se presente desde fevereiro de 1970, quando *Claudia* entrevistou Delfim Neto, que era o então ministro da fazenda. Este mostrou-se otimista afirmando que:

Existe confusão entre aumento global do custo de vida e aumento de comestíveis, sobretudo dos gêneros de primeira necessidade. No ano de 1969 houve, realmente, alguns produtos que aumentaram mais que o percentual de aumento global, que vai ficar por volta de 24%, a mesma coisa, aliás, que em 1968. Acontece que êsses aumentos decorrem quase sempre de fatores climáticos, muitos dêles imprevisíveis. [...] A inflação permanece sob contrôle e a tendência para 1970 é boa em todos os setores. Além dêstes fatores positivos, o índice do produto bruto nacional continua ultrapassando expectativas: 8,4% em 68 e irá além dêste percentual em 69. E uma boa notícia para as donas de casa: as expectativas agrícolas para êste ano são excelentes, principalmente no que diz respeito aos gêneros alimentícios em geral.³⁹ (Delfim Neto – ministro da fazenda do governo Médici).

Entretanto, em outubro de 1973, ainda no período Médici, ocorreu a primeira crise internacional do petróleo, fato este que afetou o Brasil, pois o país importava mais de 80% do total de seu consumo. A inflação começou a voltar a crescer, e tudo indicava que os anos do “milagre econômico” tinham se esgotado. Como analisou Paul Singer:

³⁹ Revista *Claudia*, fevereiro de 1970. p.112.

Há, no entanto, já vários sinais de que o Milagre se aproxima do seu fim. São sintomas de inflação reprimida, que começaram a aparecer no ano passado, quando pecuaristas, frigoríficos e açougueiros reduziram a oferta da carne, em protesto contra os preços oficiais, julgados insuficientes. [...] Faltam à mesa do consumidor, ao lado da carne, o leite e (durante um período) o feijão, produtos considerados essenciais à dieta popular. Mas faltam também automóveis: para certos tipos de carro, o comprador tem que esperar dois meses e meio a entrega, a não ser que pague um “extra”, o que indica que está se constituindo verdadeiro mercado negro de veículos. E há escassez de matérias-primas: os fabricantes de refrigeradores estão produzindo 15% abaixo da sua capacidade devido à dificuldade de obter matérias-primas.⁴⁰

Embora a *Revista Claudia* não tenha discutido o assunto no plano político e econômico, alguns artigos vão indicar que o país passava por uma crise, pois em várias seções vemos uma tentativa de ajudar a dona de casa, a família, no sentido de controlar o orçamento doméstico. Temos assim: “Como fazer economia no supermercado” e “Cardápios econômicos” (março de 1973); “Eletrodomésticos: como fazê-los durar?” (março de 1974); “Diversas maneiras de usar a mesma roupa.” (abril de 1974); “Economize, organizando o orçamento doméstico” (maio de 1974); “Como conter os gastos supérfluos.” (setembro de 1974); “Conserve suas roupas por mais tempo” (março de 1975); “Como contornar uma crise financeira” (abril de 1975); “Como aplicar o dinheiro e sair lucrando” (abril de 1976); “Esticar o seu dinheirinho”, “Como usar bem o seu ferro elétrico” e “Automóvel: como economizar gasolina” (agosto de 1976); “O que você mesma pode fazer para consertar” (setembro de 1976); “Que tal um aquecedor solar?” (abril de 1977); “Gaste pouco e fique bem vestida” (junho de 1977); “O requintado sabor da carne de segunda” (julho de 1977); “Investir o 13º. Salário” (dezembro de

⁴⁰ SINGER, op. cit..p.60.

1977); “Gaste pouco e fique na moda” (fevereiro de 1978); “35 receitas para se fazer pão em casa” (julho de 1978); “Você já pensou quanta coisa se desperdiça no lixo? Aproveite esse material”. (outubro de 1978).

A revista e os anunciantes ainda apostavam no consumismo de suas leitoras, mas demonstravam a idéia de que esse consumo deveria ser planejado e que *Claudia* as ensinaria a comprar bem. Entretanto os apelos publicitários ainda faziam parte de quase a metade do periódico.

Se a crise econômica não afetou a publicidade da revista, o assunto sobre como economizar nas compras para casa mantiveram-se presentes nos anos 80, pois a inflação amedrontava toda a sociedade brasileira nesse período, o que leva novamente a revista a trazer idéias que fossem “baratas” e equilibrassem o orçamento doméstico. Em março de 1982 publica o artigo: *Orçamento doméstico a melhor arma contra a inflação*.

Casa, comida, escola dos filhos, despesas domésticas em geral, tudo isso fica sob controle da dona-de-casa. Portanto, ela é a responsável pela parte mais significativa do orçamento familiar. Numa época de dinheiro curto, esta responsabilidade toma vulto, e administrar bem os gastos se torna fundamental. Para ajudá-la nesta tarefa, aqui estão três modelos de orçamento testados por mulheres como você.⁴¹

A casa era o espaço legítimo da mulher, onde esta exercia seu “poder de mando”, organizando, administrando os recursos financeiros e afetivos para garantir a harmonia familiar. O estímulo a consumir produtos para a casa foi a tônica de *Claudia*; ao despertar o sonho de consumir, convencia sua leitora da utilidade e da praticidade que aqueles objetos trariam aos vários ambientes de seu lar. Do sonho ao consumo a revista conduzia a mulher a suas representações: dona de casa, esposa e mãe.

⁴¹ Revista *Claudia*, março de 1982. p.211.

2.3 A Maternidade: da certeza à possibilidade

Para completar a vida do casal, este deveria ter filhos, pois o casamento dava à mulher a condição da maternidade. Exemplo disso foi uma carta enviada à revista, em que a noiva expunha um problema que indicava a possibilidade de não poder ter filhos “normais”. Assim a leitora contava:

Namoro um rapaz, normal, logo me casarei. Seu pai tem os pés aleijados de nascença, sua mãe é retardada. Há perigo para nossos filhos? Noiva aflita, Goiânia,GO”.

Resp: “Realmente, seus filhos podem herdar os defeitos de seus futuros sogros. Façam todos os exames pré-nupciais. Conforme o que disser o médico, seria melhor que você evitasse êsse casamento. A última palavra, porém cabe a você.⁴²

Os filhos constituíram uma presença constante em *Claudia*, já que sua leitora na grande maioria era mãe, assim a revista procurava trabalhar essa questão no sentido de orientar, aconselhar, informar sobre a educação desde bebês até adolescentes e jovens. Nesse sentido, a revista exercia uma ação pedagógica sobre sua leitora, reforçando a construção social e cultural do “ser mãe”, como missão feminina. Como afirmaram Sarti e Moraes:

Ser mãe, no entanto, é uma noção culturalmente construída, que envolve muito mais que o simples ato biológico da reprodução e está diretamente relacionada ao espaço que a mulher ocupa dentro da atual estrutura familiar.

⁴² Esse trecho foi publicado na sessão, “Doutor, por favor” e foi assinada pelo Dr. José Knoplich. Revista Claudia, dezembro de 1968. p.28.

Cuidar do marido e dos filhos não se limita ao trabalho físico concreto. Ser mãe implica numa carga moral, da qual é mais difícil se escapar. É a mulher, como mãe, que vai criar as meninas para serem mães e os meninos para trabalhar fora. É ela que vai se dedicar de corpo e alma para que seus filhos cresçam bem, todos tenham saúde e reine a harmonia em sua casa... enquanto o homem tem uma atividade profissional, relaciona-se com o mundo exterior e descansa em casa. Isso requer não só dedicação e paciência, como convicção de que essa é a sua missão. É disso que as revistas tratam de convencê-la.⁴³

Convencê-la da sua missão e orientá-la na educação dos filhos foi uma prática em *Claudia*, pois várias sessões⁴⁴ indicam a preocupação de se discutir tal tema, de trazer especialistas que mostrem para os pais, e especialmente para a mãe, os melhores caminhos a se trilhar na educação de seus filhos. Um exemplo é o artigo que tem como título: educando seus filhos. Palmadas: sim ou não? Vejamos:

[...]a autoridade dos pais, imprescindível na pequena sociedade familiar, indispensável para a direção e orientação dos filhos, não deve aparecer como uma coisa rígida, dura, inflexível. Não. Os pais devem representar para as crianças o equilíbrio, a segurança, a justiça, a sabedoria, o amor. Assim sendo eles não precisarão impor sua autoridade, pois os próprios filhos a reconhecerão.

[...]

[...] êsse método⁴⁵ está mais próximo das condições da vida moderna: as crianças de hoje – mesmo as meninas – precisam ser independentes e capazes, para saber enfrentar e vencer o mundo; não podem, portanto, crescer prêsas às saias de suas mães.⁴⁶

⁴³ MORAES, & SARTI, op. cit. p.36.

⁴⁴ Sessões como: Psicologia Infantil, Clínica Infantil, Claudia Jovem, entre outras.

⁴⁵ Refere-se a um método mais democrático descrito no artigo no qual a liberdade é privilegiada no processo de educar.

⁴⁶ Revista Claudia, novembro 1961. p.78.

Nessa última frase podemos perceber como o discurso da revista trabalha numa linha estreita de velhos e novos valores, pois ao tratar a educação na vida moderna eles afirmam que *as crianças de hoje – mesmo as meninas – precisam ser independentes e capazes, para saber enfrentar e vencer o mundo*. O uso da palavra *mesmo* mostra a tentativa de educar meninas e meninos de forma igual para que ambos tenham condições de enfrentar e vencer o mundo.

No entanto, embora indicassem que tanto os meninos como as meninas precisassem ser educados para se tornarem independentes e capazes de crescer no mundo, a revista continua a vincular a mulher unicamente como responsável pela educação dos filhos. Assim a mãe não podia ser ansiosa, pois isso infligia insegurança para a criança. Indicavam como ela deveria escolher a escola dos filhos, como poderia ajudar nas lições de casa, em que hora deveria contratar uma professora particular, além de trazer as novidades dos lançamentos de brinquedos que estimulavam a menina a seu futuro papel de mãe, dona de casa e esposa.

Os cuidados com a saúde das crianças também aparecem em *Claudia*, com médicos especializados que discutiam desde os cuidados com a higiene até doenças mais frequentes em crianças. Vale destacar que a utilização de profissionais especialistas em determinados assuntos foi um recurso que as revistas empregavam para dar credibilidade ao seu discurso. Por meio de termos científicos, reforçava-se a idéia de “verdade”.

A publicidade apoiada no discurso da “mãe moderna”, “atualizada”, oferecia às leitoras as novidades da indústria farmacêutica e ratificava a representação de mãe que, ao escolher uma doçura de comprimido, garantia o alívio das crianças e a tranquilidade para ela. Vejamos

Você é mãe, moderna, atualizada?

[...]

Alívio para a criança tranquilidade para a mamãe.

Melhoral Infantil

Uma doçura de comprimido.⁴⁷

Em 1969 a revista trazia uma seção sobre o desenvolvimento do filho e mostrava que até os dois anos de idade a presença do pai ficava em segundo plano, tendo apenas a função de garantir a segurança para a mãe (material e emocional). A partir dos dois anos de idade a criança passa a reconhecer o pai, sendo nessa fase que ela entra no ciclo familiar e o pai passa a ter um novo papel a desempenhar, pois, de agora em diante, a sua participação seria igual à da mãe, e as responsabilidades de educar passariam a ser divididas entre os dois.⁴⁸

Vale ressaltar que é no limiar entre o tradicional e o moderno que a revista produz seu discurso. Embora encontrássemos artigos que discutiam que a educação dos filhos em tempos modernos deveria ser uma tarefa dos pais, também tínhamos uma grande presença de artigos, reportagens e a própria publicidade reforçando que tal tarefa deveria ser um encargo da mulher, assim a representação de mãe estava dada, construída como certa.

Os jovens também ganham a partir de 1968 um espaço especial na revista, o chamado *Claudia Jovem*, que tratava dos anseios da juventude e de como os pais deveriam lidar com seus filhos adolescentes e jovens. Usam diversas vezes do recurso dos depoimentos para indicar o universo real desses filhos, aconselhando sempre o diálogo.

Quanto à maternidade, a década de 70 foi marcada pela escolha de querer ou não ser mãe. Segundo Borges: *A redefinição da maternidade foi colocada como um dos aspectos mais importantes para a mulher neste momento. A maternidade agora é*

⁴⁷ Revista Claudia, julho de 1967. p.85.

⁴⁸ Revista Claudia, maio de 1969. p.178.

*proposta apenas como um dos aspectos na vida da mulher moderna.*⁴⁹

Alguns artigos mostravam que as mulheres que se casavam deveriam pensar se gostariam mesmo de ter filhos. Como mostra o artigo intitulado “*Claudia coloca questões para quem quer ter filhos*”, que, além de “testar” a leitora, apontava as responsabilidades da maternidade:

No tempo de nossas avós, os filhos eram um resultado inevitável do casamento. Agora você pode pensar na possibilidade de não ter um filho, pelo menos imediatamente após o casamento. Com essa oportunidade, redobrou a nossa responsabilidade na hora de conceber uma criança. Já não é mais o suficiente ficar tentada com a idéia de ter um bebezinho no colo. É preciso pensar direitinho se temos realmente capacidade de criá-lo com amor e desprendimento e pensar muitas vezes nas razões que nos levarão a concebê-lo. Para ajudar você a tomar essa importante decisão, Claudia organizou uma série de perguntas que devem ser respondidas com toda a sinceridade possível. [...] ⁵⁰

Nesse aspecto podemos perceber pelo menos dois caminhos. O primeiro mostra que a revista está atenta às mudanças no que tange ao comportamento feminino, já que a mulher entra na década de 70 bombardeada com o discurso da liberação sexual e do trabalho feminino, que a levaria à independência financeira e daria a ela outras opções além de ser mãe.

O segundo caminho seria perceber a revista que pensa e constrói seu discurso para o seu público alvo, que como sabemos é a esposa, dona de casa e mãe. Tais questões só mostram que a revista continua a seguir sua proposta inicial, que é a de ser amiga, completa e moderna, trazendo e atualizando suas leitoras a respeito dos debates que estão sendo feitos em torno da

⁴⁹ BORGES, Dulcina Tereza Bonati. *A cultura “PSI” das revistas femininas: gênero, subjetividade e psicologização (1970-1990)*. Dissertação de mestrado apresentada ao departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, 1998. p.39.

⁵⁰ Revista Claudia, março de 1972. p.123.

maternidade. Ao lado das reportagens que lhe concedem o direito de escolha, é vinculada a forte representação da mulher como mãe, ficando difícil para a leitora da *Revista Claudia* aceitar esse direito.

Os partos receberam uma atenção especial nas páginas de *Claudia*, informando as futuras mães das possibilidades e das vantagens, desde o parto normal até a cesariana ou o parto de cócoras em casa, assim como oferecendo dicas sobre ginásticas que poderiam ser realizadas após o parto, como também os cuidados de higiene com o bebê.

A angústia de não poder ser mãe muitas vezes fazia parte do universo da leitora da revista e por isso foram publicados vários estudos e pesquisas sobre a esterilidade, como forma de informar sobre os debates acerca da reprodução humana, já que muitas mulheres não encontravam solução para o problema, fato que ocasionava muitas vezes o fim do casamento. Assim abria-se uma nova esperança para a maternidade, como apontava o artigo:

Antigamente, esterilidade era um drama. Provocava separações ou um clima intolerável para a mulher, dentro do lar. Porque, então, sómente a ela se atribuía a culpa da situação. Depois, vieram os tratamentos.

Mas há quinze anos, apenas 10 % dos casais considerados estéreis conseguiam ter filhos.

Hoje, a situação mudou.

Com novos e diferentes métodos de diagnóstico e tratamento, mais de 70 % dos casos são resolvidos. Mudou também para a mulher. A “culpada” não é sómente ela. Já se sabe com segurança que a mulher é responsável por 50% das causas de esterilidade.” O homem, por 40%. O resto é duvidoso. [...] ⁵¹

Em outro artigo de 1976 a questão volta a ser pauta da revista, com o título “Conselhos para quem quer um filho”, mostrando que muitas vezes não se tratava de esterilidade e sim de falta de informação.

⁵¹ Revista Claudia, setembro de 1971. p.167.

Às vezes, não há nenhum problema de esterilidade: o casal já fez exames, testes, tudo normal, resta apenas esperar o grande acontecimento. Mas este dia parece cada vez mais distante, e a esperança começa a morrer. Por esta razão, resolvemos trazer até você as pesquisas dos professores Masters & Johnson, que há 25 anos estudam os problemas da reprodução. Eles provam que basta ter acesso a algumas informações – e elas estão aqui – para que o grande sonho de ter um bebê possa ser realizado. Muitas vezes, sem qualquer tratamento.

[...]

É possível prever a época de ovulação com uma certa segurança, desde que as menstruações ocorram a intervalos regulares.

[...]

Muita gente supõe que, quanto mais freqüentemente um casal tem relações sexuais, durante o período de três dias de fertilidade da mulher, maiores serão as chances de uma gravidez. Isto provavelmente seria correto se nós considerássemos apenas a mulher, sem pensar na fisiologia sexual masculina.

[...] é comprovado que um homem normalmente fértil demora de trinta a quarenta horas para voltar ao seu nível comum de produção de espermatozóides, depois da ejaculação. [...]

[...] por isso, levando em consideração a fisiologia masculina e feminina, e tomando como base um ciclo menstrual de 28 dias, o casal que está tentando ter filhos deve seguir este programa: ter relações sexuais na nona noite do ciclo, na décima segunda noite, na manhã do décimo quarto dia e na noite do décimo quinto dia. A mulher com um ciclo menstrual mais curto ou mais prolongado deverá adaptar o seu programa, levando em conta os dias em que provavelmente ocorre a ovulação.

[...]

Muitos casais, podem se tornar tensos com a idéia de seguir este programa. Cuidado: esta tensão pode representar uma barreira a mais para a concepção, pois a tensão mental e seus resultados físicos há muito tempo têm sido suspeitos como sendo uma possível causa para alguns casos de esterilidade.

Segundo os estudos de Masters e Johnson, para maioria de casais, a posição que proporciona mais chances de uma gravidez é a comumente usada, com a mulher deitada de costas (se o seu útero estiver em posição normal).

[...]

Concordamos em que uma folhinha e um cronômetro do lado, durante o ato de amor, não são nada romântico. Mas ninguém pode perder de vista seus sentimentos, e deve fazer com que eles estejam presentes em cada tentativa de ter um filho: isso não só trará uma gratificação emocional imediata, como também reforçará o amor que o casal vive e vai dividir com as crianças que espera ter.⁵²

Tal artigo informa as pesquisas de Masters e Johnson sobre os métodos que devem ser considerados pelo casal que deseja ter um filho antes de pensar a possibilidade da esterilidade. Willian H. Masters (ginecologista) e Virginia E. Johnson (psicóloga) iniciaram em 1954 os estudos sobre “fisiologia sexual” nos Estados Unidos. Segundo Neckel:

Diante da “crise do casamento” e da “família”, os estudos desses autores mereceram destaque nas revistas, embora permanecesse bastante restrito o uso das informações apresentadas em suas obras nos artigos. As revistas limitavam-se a apontar os principais pontos, dando maior destaque à necessidade de mudança das mulheres para resolver os problemas conjugais. O que percebemos é que se faz um recorte sexista da obra de Masters e Johnson. Nas revistas os homens foram retirados de cena e às mulheres coube a responsabilidade pelo sucesso da “relação”.⁵³

Nesse artigo que selecionamos de maio de 1976, a referência à pesquisa de Masters e Johnson se limita à posição mais apropriada que o casal deveria buscar no ato sexual para aumentar as chances de gravidez. Esses autores em seus estudos tinham como objetivo compreender as respostas fisiológicas e psicológicas na relação sexual, para tanto observaram casais voluntários.

Com tantos artigos sobre maternidade, não era de se estranhar o mesmo empenho ao se tratar dos filhos das leitoras.

⁵² Revista Claudia, maio de 1976. p.138-139.

⁵³NECKEL, op.cit. p.185.

Eles continuavam fazendo parte das seções da *Claudia*, principalmente no que tange à educação e aos cuidados que a mãe deveria ter para que os filhos crescessem saudáveis.

Nesse aspecto a publicidade encontrou em *Claudia* mais uma aliada para expor as novidades da indústria, seja no que se refere à alimentação, seja nos brinquedos, reforçando a idéia de que cabia principalmente à mãe o papel de educadora dos seus filhos. Era ela que cuidava da alimentação, das roupas, dos horários, dos deveres da escola e de todas as necessidades que as crianças poderiam ter.

Os anúncios publicitários da *Revista Claudia* utilizavam o masculino e o feminino evidenciando um ideal de família associado a um modelo de comportamento e de valores. Os produtos expostos no periódico incitavam ao consumo e criavam hábitos e identidades em suas leitoras, evidenciando as representações acerca das relações de gênero. Como afirmou Sabat:

Se ainda que inicialmente, lançarmos um olhar comparativo aos anúncios publicitários que nos são apresentados diariamente através da mídia, observamos que eles estão marcados por representações acerca das relações de gênero, apresentando sexualidades, modos de comportamento, tipo de corpos, diferentes estilos de vida. Estes são alguns dos elementos mais comumente encontrados nos anúncios publicitários. Neles o que vemos são representações de modelos legitimados socialmente que, ao mesmo tempo, podem conter novos modelos ainda em busca de legitimação.⁵⁴

As representações de mãe e esposa são reproduzidos principalmente pela indústria de brinquedos, que criava bonecas e objetos para as meninas reforçando o papel que esta exerceria quando crescesse num processo de pedagogia das diferenças, pois às meninas restava aprender desde cedo a cuidar da sua filhinha, a fazer papinha, a costurar, entre outros afazeres, enquanto os

⁵⁴ SABAT, Ruth. Gênero e sexualidade para consumo. In: LOURO, Guacira Lopes & NECKEL, Jane Felipe & GOELLNER, Silvana Vilodre (orgs). *Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003. p.154.

meninos ficavam livres dessas funções, reconhecidas desde crianças como “coisas de meninas”.

Assim temos alguns exemplos de anúncios no decorrer da década de 70.

Boneca Mãezinha

Ter Mãezinha é brincar num paraíso.

É ter a boneca mais carinhosa deste mundo. Psiu! Veja a revista devagar: o nenê de Mãezinha o embala ao som de uma suave canção de ninar. Quando se inclina para êle muda de expressão.

Você já viu alguma boneca fazer isso? Mãezinha olha para o filhinho com o mesmo amor com que você olha para ela.

O mesmo orgulho com que você gosta de mostrá-la à tôda a gente. Porque Mãezinha, só tem uma – a nova boneca da ESTRELA.⁵⁵

Bonecas Atma

Escolha a sua neta.

Depois mostre para sua filhinha.

Ela vai ser a mamãe mais coruja do mundo.⁵⁶

Boneca Papinha

Nasceu Papinha da Estrela. O bebê que toma sopinha e suja a fraldinha.

Papinha é mais do que um bebê. É o encontro das meninas com uma emoção que suas mães não esqueceram até hoje. O ato simples de trocar a fraldinha de seus filhos. Papinha é o primeiro bebê que está bem próximo dessas coisas tão naturais da vida.

E inocente, numa criança: tomar sopinha, e sujar a fraldinha. Ele vem com fraldinhas, pratinho, mamadeira, colherzinha e os pozinhos para fazer a sopinha.

Tem sopinha de banana, de limão e de cherry. Papinha gosta de todos os sabores.

E depois de cada refeição faz o que todas as mães esperam de um bebê sadio.

Naturalmente.⁵⁷

⁵⁵ Revista Claudia, julho de 1971.p.156.

⁵⁶ Revista Claudia, agosto de 1972. p.19.

⁵⁷ Revista Claudia, setembro de 1975. p.56.

Boneca Princesinha

Princesinha é uma homenagem da Estrela ao charme e à beleza das menininhas brasileiras.

Princesinha é um conjunto para mis-em-plis que a Estrela criou com muito carinho. Especialmente para as meninas. Ele tem até um folheto com os modelos de lindos penteados para elas fazerem. Dê Princesinha, da Estrela, para sua filha. O mínimo que pode acontecer é ela ficar tão charmosa quanto a mamãe.

Princesinha, o conjunto para mis-em-plis, da Estrela.⁵⁸

Mini máquina de costura da Estrela

Mini máquina de costura da Estrela.

O fim da costura de mentirinha.

Mini-Máquina de Costura da Estrela funciona de verdade.

Parece uma máquina de gente grande.

Só que funciona a pilhas e não oferece nenhum risco.

Costura em ponto corrente, é fácil de manejar e vem de com dois moldes de vestidos para bonecas: um para a Susi, outro para a Lisa.

Mas, em pouco tempo, as meninas vão acabar inventando uma porção de modelos de roupinhas de bonecas.

E são capazes de até promover um desfile de moda, para mostrar aos costureiros e modistas que a imaginação e a criatividade de uma criança não têm limites.⁵⁹

Esse discurso aponta como algumas continuidades são construídas pela revista ao incentivar as mães a reproduzirem em suas filhas apenas uma das representações possíveis para exercerem sua feminilidade, a de mãe prendada, sabendo fazer sopinha, costurar⁶⁰, e trocar a fraldinha, ou seja, o aprendizado de como ser mãe se inicia na infância. Cabe indicar que os anúncios de brinquedos são na maioria voltados para as filhas das leitoras, já os brinquedos para os meninos são mais raros e quando aparecem

⁵⁸ Revista Claudia, agosto de 1976. p.110.

⁵⁹ Revista Claudia, agosto de 1978. p.203.

⁶⁰ Em julho de 1974 traz o seguinte artigo: “Trabalhos manuais para sua filha fazer nas férias”.

estão associados ao que se estabelecia no período de universo masculino (meios de transporte, bola, jogos, entre outros).

Vamos aprendendo a ser sujeitos genericados desde o momento em que nascemos e essa aprendizagem ocorre não somente nas instituições sociais formais como a família e a escola. Ela acontece também através da mídia, dos brinquedos, das músicas e dos desenhos animados que integram este universo infantil.⁶¹

Apesar de a *Revista Claudia* algumas vezes incentivar sua leitora a educar seus filhos de maneira igual, a publicidade e outros artigos da própria revista vinculavam a diferença entre os sexos, estimulando certas habilidades para as meninas e outras para os meninos, ou seja, orientando a educá-los de forma distintas.

No que se refere à educação, vários artigos são publicados ensinando as mães a lidarem com seus filhos, como por exemplo, “A arte de dizer não”(novembro de 1970); como lidar com a agressividade dos filhos, em “Agressividade: um mal necessário.” (março de 1973); “Como ensinar seus filhos a se interessar pelos livros.” (julho de 1974); “Afinal, por que você deixa seu filho com uma babá?” (maio 1976); “Aprenda a orientar o estudo de seu filho sem fazer suas lições” (outubro de 1978), como também uma nova seção chamada puericultura, em 1979, em comemoração ao Ano Internacional da Criança.

A escolha de ter ou não filhos⁶², os medos e mitos sobre a maternidade, a educação dos filhos continuavam a fazer parte das páginas de *Claudia*, na década de 80, mas com algumas modificações significativas, como a divisão nas obrigações no

⁶¹ RAE, Claudia Cordeiro. Gênero e Sexualidade nos desenhos da Disney. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes, 2003. p.170.

⁶² Revista Claudia, março de 1982 trouxe o artigo: “Casal sem filhos: esta também pode ser uma escolha feliz”. p.21.

cuidados com os filhos para que a escola não substituísse a família⁶³.

No que se refere à separação, os filhos receberam uma atenção especial. A revista aconselhava os pais a prepararem as crianças caso essa decisão fosse tomada, para que não se prejudicasse o desenvolvimento delas. A revista mostrava também como agir. Em outubro de 1982 publicou *“Papai e Mamãe Separados”*, artigo que tem como foco alertar as formas de agir com os filhos para não causar traumas nas crianças. Também traz depoimentos de pais que gostariam de ter a guarda de seus filhos e não conseguem.

“Todas as histórias que conheço de separação de casais com filhos – ou grande parte delas – são tristes e dramáticas”, diz o advogado Capanema. “Na separação consensual (chamada, até a reforma da Lei do Divórcio, em 1977, de desquite amigável) os pais têm liberdade de decidir com quem ficarão os filhos. Na separação judicial (antigo desquite litigioso), a criança fica com o chamado cônjuge inocente, isto é, aquele que não violou os deveres do casamento (adultério, injúria grave, abandono do lar por dois anos consecutivos etc). Mas, em quase cem por cento dos casos, a criança fica com a mãe.

Jorge Loyello, 42 anos, luta na Justiça há três anos para conseguir a guarda de seu filho Fernando, 9 anos: “A lei foi feita na época em que a mulher era a rainha do lar e o homem trabalhava. Desde que os dois trabalham, é, é preciso uma revisão da lei, permitindo que fique com o filhos quem está mais preparado para tomar conta dele. E homem também não ama o filho?”⁶⁴

Podemos perceber que o tema do divórcio foi apresentado na revista envolto em uma série de problemas que o casal enfrentaria, principalmente com os filhos. Outro fator apresentado nesse artigo é o depoimento de homens lutando pela guarda dos filhos, alegando que ambos trabalhavam fora e dessa forma deveria

⁶³Revista Claudia, outubro de 1982 trouxe o artigo: *“Não deixe a escola substituir você”*. p.281.

⁶⁴Revista Claudia, outubro de 1982. p. 290.

ocorrer uma revisão da lei para permitir que os filhos ficassem com aquele que tivesse mais condições de cuidar.

A maternidade foi um dos assuntos que *Claudia* privilegiou, pois sua leitora seria, ou era, ou pensava na possibilidade de vir a ser mãe. Os filhos estavam subentendidos quando o casal resolvia se casar, e a família só se tornava completa com os filhos. Assim ser mãe vinha carregado de uma carga moral, de uma missão quase que divina e intrínseca para a mulher. Sendo assim os cuidados com os filhos, a educação, a escola, os brinquedos eram assuntos que deveriam estar presentes no cotidiano da leitora de *Claudia*.

A separação do casal também foi pensada em torno dos filhos, como ficariam, como educá-los a partir dessa nova situação, como não constrangê-los: perguntas e soluções que a revista procurava construir em seus artigos.

Outro tema que afetou o cotidiano da família foi a possibilidade da saída da mulher para o mercado de trabalho, e essa discussão foi debatida na revista desde os anos 60 e pensada a partir da família.

2.4 A Vida Familiar sob Impacto: a Mulher em Busca de uma Profissão.

O trabalho feminino na década de 60 estava, na revista quase toda, restrito ao âmbito doméstico e o trabalho fora do lar representava um problema secundário para as leitoras de *Claudia*, pois estas não estavam dispostas a saírem para trabalhar nem precisavam reforçar o orçamento doméstico, entretanto aos poucos o assunto passou a ser incorporado.

Ocorreu em agosto de 1962 a primeira tentativa de *Claudia* publicar um artigo sobre o trabalho feminino, ocorreu em agosto de 1962, cujo título tinha duplo sentido: “Robôs domésticos”. Nesse artigo a revista procurava testar alguns aparelhos, ao mesmo tempo em que vinculavam à idéia de robô a situação da mulher,

que, segundo o periódico, subjugada a um sistema patriarcal, era condenada às prendas domésticas. Ao facilitar as tarefas do cotidiano da mulher com os novos aparelhos, *Claudia* acreditava estar abrindo espaço e tempo para que as mulheres não se robotizassem e vislumbassem, no trabalho fora de casa, outros horizontes.⁶⁵

O caminho que o periódico iria trilhar na construção de um discurso sobre o trabalho feminino já se delineava naqueles primeiros anos. A dificuldade estaria na saída da dona de casa, esposa e mãe para fora do lar. Quem cuidaria das atividades destinadas até então a ela? Como a mulher poderia organizar seu tempo para que tudo continuasse bem administrado? Não se questionava se a mulher gostaria de trabalhar fora ou se estava feliz com a condição que tinha e com seus papéis.

Em janeiro de 1965 a revista publicou o seguinte artigo - “Telefonista: uma voz que não perde a linha”. O artigo enfatizava o trabalho de telefonista e trazia o depoimento de Íria Guimarães Tancler, que começara a trabalhar aos 16 anos nessa profissão e agora já casada e com filho expunha sua opinião sobre a mulher exercer uma profissão:

Íria, como chefe, trabalha sete horas e meia por dia (o horário das demais - é de seis horas, com intervalo de 15 minutos para o cafézinho). O que não a impede de cuidar da casa, do filhinho de dois anos (“empregada é indispensável”), de fazer alguns de seus vestidos, de guiar o carro da família (ganho numa rifa, por sinal), de ir ao cabeleireiro religiosamente uma vez por semana, de visitar a casa dos pais e de passear bastante.

A filosofia de Íria é simples: “Mulher, hoje em dia, tem que trabalhar. Se a gente quer êsse conforto todo que vê por aí, não é justo deixar ao marido a responsabilidade de garantir o sustento e o resto. No comêço, confesso que tive um pouco de receio.

⁶⁵ Tais informações estão na edição comemorativa de 20 anos da revista, “Abrindo espaço para o trabalho fora de casa”. Revista *Claudia*, outubro de 1981.p.34.

Depois, vi que não há mistério em harmonizar lar e trabalho: é só a gente se organizar direitinho e tudo dá certo.”⁶⁶

Como podemos analisar, o artigo, além de um caráter informativo sobre a profissão de telefonista, procura mostrar para sua leitora através do depoimento de Íria como esta organizava sua vida familiar, já que era dona de casa, esposa e mãe. É pela opinião da telefonista que a revista vai afirmar: *“Mulher, hoje em dia, tem que trabalhar”*. E a justificativa recaía sobre o desejo de ter *“êsse conforto todo que vê por aí”*. O sonho em possuir o conforto a fez inserir-se no mercado de trabalho e lhe possibilitou ter uma vida mais harmoniosa.

O assunto sobre trabalhar fora do lar mostrava-se um caminho tenso para a revista, pois muitas de suas leitoras não precisavam ter uma profissão para chegarem ao consumo. Assim a revista só precisava alimentar o sonho e o desejo de ter, o resto ficava a cargo dela.

A polêmica sobre o tema pode ser observada no artigo de setembro de 1968, quando a revista incorpora o assunto na seção *“A Mulher Moderna”*, de Marina Colasanti, num artigo cujo título era *“Uma vida maior”*, defendendo a idéia de que a mulher casada deveria trabalhar fora, pois muitas se escondiam atrás dos filhos e da comodidade que o marido dava a elas. Ressaltava também o preconceito existente com o trabalho feminino fora do lar:

A verdade é que, por conforto e sobretudo por ignorância existem ainda no Brasil preconceitos contra a mulher que trabalha – especialmente a mãe que trabalha – enquanto nenhum preconceito se ergue contra a suave posição parasitária de quem não produz.

Tôda vez que, levada por meus entusiasmos, defendo em conversas a posição da mulher individualizada por um trabalho extradoméstico, vozes se levantam em tom de quase defesa,

⁶⁶ Revista Claudia, janeiro de 1965.

contestando o trabalho, “inimigo do lar e da paz doméstica, mania de emancipação que afasta a mulher de seus deveres”.

As que protestam são, por estranha coincidência, as que não trabalham. [...]

[...]

E a verdade é que a maioria não gosta. Nas conversas em que mulheres reunidas falam do assunto básico de sua vida – babás, crianças, empregadas –, o tom é sempre lamuriento, há uma murmuração de martírio geral, de holocausto no altar familiar. Entusiasmo nunca! [...]

Realmente, é pouco gratificante tirar um pó que sempre volta, varrer onde todos pisam, preparar refeições que somem em poucos minutos, pôr a mesa e tirá-la vêzes sem conta, na realização de um “trabalho que não aparece”.

Então, por que aferrar-se com tanta fôrça a algo que não satisfaz? Porque não satisfaz, mas garante. Porque tomar parte numa engrenagem social nos torna automaticamente responsáveis por ela, conscientes e, como tais, sujeitos a conflitos mais amplos. Porque produzir é uma forma maior de estar vivo – e estar vivo, às vezes, dói.⁶⁷

A partir desse artigo, várias leitoras enviaram cartas sobre o assunto, umas defendendo e outras criticando o trabalho fora do lar, indicando que essa temática ainda era considerada polêmica para as mulheres que liam *Claudia*.

Em dezembro do mesmo ano, e na mesma seção, Colasanti tentou explicar sua posição, já que muitas críticas chegaram à redação de *Claudia*:

Ao falar em trabalho extradoméstico, não estamos necessariamente nos referindo a horários integrais, nem fora de casa. O trabalho pode ser em horários reduzidos e inclusive desenvolvido no lar. Importante é que seja um trabalho apto a alimentar a personalidade da mulher, a fazê-la sentir-se importante na coletividade, como indivíduo, por um trabalho, êste sim, reconhecido.⁶⁸

⁶⁷ Revista Claudia, setembro de 1968.p.28.

⁶⁸ Revista Claudia, dezembro de 1968. p.24.

A discussão se estendeu por alguns números da revista com leitoras que defendiam fielmente que o lugar da mulher era no lar, cuidando da educação dos filhos e da organização familiar. As queixas se voltaram até mesmo para as empregadas domésticas, que não tinham capacidade de cuidar das crianças, segundo algumas leitoras.

Fica evidente que trabalhar fora de casa ainda era um assunto delicado para boa parcela das mulheres que liam a revista, assim o assunto foi tratado com muita cautela. As seções tinham como princípio aconselhar as mulheres a não abandonarem sua função no lar, pois esta vinha em primeiro plano. Vejamos uma carta enviada por uma leitora que queria a independência financeira:

Sou casada, tenho um bom marido, três lindas meninas, possuímos nossa casa e um carro, creio que nada me falte para ser feliz. Mas sinto como se me faltasse algo. Tenho o trabalho de casa, costuro os vestidos das crianças, bordo, leio, mas me falta uma independência financeira. Não que não tenha dinheiro de que precise, isso não! Mas sempre tenho que pedir! O que posso fazer tendo três filhas pequenas. Esperar que elas cresçam para depois resolver?" I.R. – Novo Hamburgo, RS.⁶⁹

A resposta dada mostra que a representação da mãe que cuida dos filhos em tempo integral, pelo menos quando pequenos, aparece muito articulada a idéias de necessidade da família. Era necessário que esta mãe cuidasse de suas filhas por enquanto. Por isso a revista aconselha a esperar um pouco mais, no entanto enaltece o interesse da leitora e propõe que esta fosse aproveitando o tempo no lar para estudar, já que distanciar-se da casa e das filhas naquele momento não era possível. Assim, Carmen da Silva respondeu:

⁶⁹ Revista Claudia, abril de 1969.p.8.

Estou plenamente de acôrdo com sua idéia de fazer algo para sentir-se independente e dona de si, sem que isso prejudique seus laços com as pessoas que você ama. Mas não estrague suas boas relações com pretextos dilatórios; se, para prestar concurso, precisa estudar novamente e suas filhas ainda são pequenas, o ideal é aproveitar esse período em que sua presença no lar é necessária para prepara-se; quando elas forem maiores, você estará em condições de apresentar-se ao concurso. Simples, não? Tudo pode ser conciliado da melhor maneira e não há motivo para considerar-se egoísta; pelo contrário, não há pior egoísmo que o ócio. Um abraço e...coragem.⁷⁰

A vida doméstica e o cuidado com os filhos continuavam regulando o tempo da mulher nos anos 60, pois, como vimos anteriormente, se as crianças são pequenas, necessitam da presença da mãe, sendo assim, esta não pode exercer uma atividade que a afaste totalmente desse universo. Motivavam as leitoras que pensavam em exercer uma profissão e se informar, estudar se fosse o caso, mas sempre conciliando com sua missão maior, a de ser mãe.

A temática do trabalho feminino fora do lar também chegou no final dos anos 60 em *Claudia* via discurso da independência financeira e dos direitos iguais, pois sabemos que os movimentos de 1968 e o próprio movimento feminista no mundo haviam causado eco. Vejamos o anúncio de uma empresa de crédito, financiamento e investimento que utiliza desses argumentos para vender seu produto:

Fivap –Crédito, Financiamento e Investimentos

A Fivap é um símbolo da emancipação feminina: ela provou que obter bons rendimentos não é exclusividade dos homens. Se o homem pode ganhar aplicando dinheiro a mulher também pode. Afinal, os direitos são iguais para todos. Na Fivap a porta dos lucros está aberta para as mulheres inteligentes que querem multiplicar suas economias. A Fivap criou um atendimento especial para a

⁷⁰ Revista Claudia, abril de 1969. p.8.

mulher. Basta telefonar e solicitar a visita de uma representante da Fivap ou, se preferir, venha conversar conosco.⁷¹

O tema da emancipação feminina começa a fazer parte das páginas de *Claudia*, estimulando a mulher a ter sua independência, afirmando, porém, que ela deve conciliar suas responsabilidades conjugais e maternos sem prejuízo para sua vida familiar. Trabalhar fora sim, ter seu dinheiro sim, mas sem quebrar com seus valores, essa era a tônica da revista nesse momento.

A saída feminina para o mercado de trabalho esbarrava-se na questão familiar, pois era a mulher que administrava o lar, cuidava dos filhos. O tempo feminino girava nas questões domésticas e maternos e as horas de folga, ela dedicava ao seu lazer individual: cuidar de si, dedicar-se a uma habilidade manual ou praticar um esporte e até mesmo, ler sua revista preferida. Exercer uma carreira profissional desestruturava essa visão sobre seu cotidiano familiar.

Mesmo quando a família possuía uma secretária do lar para cuidar do trabalho de limpar, passar e cozinhar, a presença da dona de casa fazia-se necessária, pois era ela quem determinaria o que, e como fazer, além da vigilância constante e de sua presença atenta nesse universo tido como seu.

A naturalização de papéis femininos e masculinos fixa também uma temporalidade para cada um de seus atores, o homem tende a pensar em suas atividades profissionais, em seus compromissos no espaço público; já a mulher, organiza seu tempo a partir do privado, da casa. A questão dos anos 60 apresentada por *Claudia* não é o desejo de ter uma profissão e sim de convencer sua leitora que é possível conciliar as tarefas do lar e da vida profissional.

Aos poucos e evitando as polêmicas a revista na década de 70 procurou discutir o trabalho feminino no sentido de ajudar,

⁷¹ Revista Claudia, junho de 1969.p.190.

colaborar com sua leitora na escolha de um trabalho fora de casa, ao mesmo tempo em que ressaltou a importância do trabalho da dona de casa.

A tônica era conciliar as tarefas, otimizar o tempo e orientar a mulher em profissões ditas pela revista como femininas. Em fevereiro de 1970 a revista publicou que o número de mulheres que trabalhavam fora estava aumentando no Brasil, cerca de vinte por cento das brasileiras desempenhavam uma atividade profissional. Assim *Claudia* apresentou um roteiro de como começar a procurar um emprego e apontou as dificuldades que a leitora poderia encontrar. Vejamos:

Nós pensamos exatamente nisso e corremos as agências de trabalho, os cursos de formação profissional e aperfeiçoamento, conversamos com gente que entende do assunto em São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Salvador, Recife, Belo Horizonte e Brasília, sempre com uma preocupação: ajudá-la a encontrar uma ocupação. E mais. Contar a verdade sobre o mercado de trabalho e suas chances de sucesso. Mostramos as dificuldades, mas também como superá-las.p.3[...]

Esteja consciente de uma coisa: ser profissional e dona de casa ao mesmo tempo é uma tarefa delicada. O trabalho, o contato com outras pessoas, a certeza de ser útil são maravilhosos. Mas sua casa deve estar muito bem organizada. Ou, então, você não conseguirá levar o trabalho adiante. [...]

[...] Uma coisa é certa: há grande necessidade de mão-de-obra feminina. Ouvimos isso em todos os lugares: **precisam de você**.⁷²

A saída da mulher para o mercado de trabalho foi aceita com a condição de elas não abandonarem seus lares, e uma das alternativas propostas pelo periódico era de conciliar as horas vagas de cuidados com a casa e com os filhos exercendo uma profissão que a dona de casa dominasse.

O trabalho apareceu como uma extensão das atividades desempenhadas no lar. Não fazia parte do discurso de *Claudia* que

⁷² Revista *Claudia*, fevereiro de 1970. p.3.

suas leitoras assumissem cargos superiores nem invadissem ocupações ditas como masculinas. O incentivo a uma atividade profissional não propunha nenhuma revolução nem possuía o tom que muitas feministas reivindicavam: de direitos iguais.

Em agosto de 1972, *Claudia* publicou “*Uma nova seção para mulheres que querem trabalhar - Você quer trabalhar?*”. Vejamos a tônica deste artigo:

Existem horas, no seu dia, em que você se sente como se nada mais tivesse a fazer, a não ser esperar que os filhos voltem do colégio e o marido, do trabalho? É a hora de reagir, de evitar que o tédio destrua a sua satisfação por já ter cumprido todos os seus deveres de dona de casa. É hora de fazer alguma coisa mais. Anuncie em *Claudia*, oferecendo-se para trabalhar no que você gosta – desde tricô até tradução de livros – e você poderá sentir-se útil e solicitada.

Você precisa de ajuda?

Aqueles trabalhos que você começou simplesmente para não ficar parada em casa obtiveram uma aceitação inesperada entre os seus amigos, e agora os amigos dos amigos e mesmo desconhecidos já chegam com encomendas. Como não deixá-los em falta, como dar conta de tanto sucesso? Anuncie em *Claudia*, pedindo ajuda. Sempre haverá alguém com tempo disponível e que entenda do assunto – seja cozinha, ou costura, ou contabilidade – e que poderá trabalhar ao seu lado.

Um anúncio pode resolver seu problema.

Claudia oferece-se para publicar, inteiramente de graça, pequenos anúncios de leitoras que desejam se dedicar a algum trabalho, ou solicitar auxiliares para negócios que já estavam desenvolvendo. Nesta nova seção de trabalhos classificados, você poderá encontrar a solução para preencher o seu tempo, conciliando os afazeres domésticos com uma atividade que desperte o seu interesse.⁷³

Novamente vemos ressaltada a idéia de conciliar *os afazeres domésticos com uma atividade que desperte o seu interesse*. Nesse

⁷³ Revista *Claudia*, agosto de 1972. p.58 a 60.

sentido, os trabalhos que passavam a ser anunciados na nova seção eram: acompanhante, governanta, baby citter, costureira, manicure, esteticista, secretária, datilógrafa, redatora, recepcionista, professora particular, assistente social.

No decorrer da década de 70 alguns artigos foram publicados pela revista mostrando algumas profissões que a leitora poderia assumir utilizando o conhecimento que tinha como dona de casa: “A difícil escolha de uma profissão” (agosto de 1975); “Decorar é arte e profissão” (setembro de 1975); “Brincar com cerâmica agora é profissão” (dezembro de 1975); “Economia doméstica – que tal ser dona de casa com diploma e tudo”. (março de 1976); “Nutrição e Dietética agora você pode usar o que aprendeu na cozinha.” (maio de 1976); “Você pode fazer da cozinha um bom negócio.” (maio de 1979).

A revista procurou, no dia-a-dia de sua leitora, atividades que pudessem ser transformadas em profissões, sem prejuízo da sua atividade no lar. Assim afirmaram Sarti e Moraes:

A maneira pela qual a questão do trabalho foi incorporada ao repertório tradicional das revistas femininas é, entretanto, bastante esclarecedora da capacidade do sistema de recuperar certas propostas, mantendo, no essencial, a velha dinâmica, apenas acrescida daqueles elementos do *novo* que não podem ser desconsiderados, sob pena de reações mais radicais.⁷⁴

A revista também se preocupou em mostrar para suas leitoras como era importante a função de dona de casa e o quanto ela economizava desempenhando atividades que, se somadas, custariam caro para o marido. Concluíram o artigo ressaltando que a esposa podia até não ganhar, mas economizava com certeza. Vejamos:

Quanto você ganharia, na sua profissão de dona de casa, se recebesse um salário? Qual a economia dêsse seu trabalho, no

⁷⁴ MORAES, & SARTI, op. cit. p.48.

orçamento da casa? Ou seja, quanto economiza para seu marido? Veja aqui o resultado surpreendente dessa pesquisa.

Pois é. Você é uma dona de casa. Quando termina o trabalho, no fim do dia, e se olha no espelho, vê um rosto cansado do que deveria ter, a pele descuidada, os cabelos sem brilho. Você fica triste, sente-se desvalorizada.

Nada disso! Seu trabalho tem um valor enorme – em média, você trabalha quinze horas por dia. Bem que merece algum tempo para cuidar de sua beleza.

“Mas não dá. Eu sou uma dona de casa, trabalho o dia inteiro, não sobra um minuto. Depois, fica muito caro.”

Pois é. Você é uma dona de casa, a mulher que trabalha o dia inteiro, e, quando quer alguma coisa, é tão pouco! Será que o seu herói-marido sabe que, no fundo, no fundo você é um verdadeiro tesouro?

“Ué... ele vai dizer que eu não trabalho, não trago dinheiro para casa, sou apenas uma dona de casa.”

Aí que está. Você não **ganha**. Mas sabe quanto **economiza**? Vamos provar, na base da continha, que você é um grande negócio. Primeiro, veja o que você faz, todos os dias, se não tem empregada. E, se tem, não esqueça o seu trabalho de supervisionar a organização doméstica, para que tudo ande nos eixos.⁷⁵

O artigo ainda trazia o valor de cada atividade realizada pela dona de casa e depois o quanto ela gastaria se cuidasse da sua beleza em um salão. Conclui que, mesmo gastando consigo, a dona de casa ainda estaria economizando para o marido, bastaria então organizar-se para que sobrasse tempo vago para ela. O artigo exaltava a grande missão de sua leitora que preferia ficar apenas com o trabalho doméstico.

A organização do tempo recebeu destaque em *Claudia*, ressaltando as várias atividades da dona de casa e fornecendo dicas e truques para a leitora ganhar tempo e conseguir cumprir todas suas obrigações de esposa e mãe. Como afirmou Moraes:

⁷⁵ Revista Claudia, julho de 1971. p.75.

Uma mulher que não se ocupe da casa – não importa qual seja a importância do trabalho que exerce “fora do lar” – está sob suspeição, é a culpada de um crime. Pois ser mulher, na concepção tradicionalista de revista do gênero *Claudia*, é ser, antes de mais nada, dona-de-casa perfeita. Assim, se a mulher quiser garantir sua independência econômica pelo trabalho remunerado, tudo bem, desde que também cuide da casa.⁷⁶

Assim a vida familiar continuava em primeiro plano e seu desempenho deveria ser impecável para que a mulher pudesse desenvolver uma segunda atividade. Daí os artigos sobre o assunto procurarem o caminho mais fácil para a mulher, acreditando que ao exercer uma atividade profissional tipicamente feminina a conciliação entre seus afazeres estaria garantida.

Ao longo da década de 70 a *Revista Claudia* vinculou em suas páginas anúncios publicitários de vários grupos financeiros, que viam na mulher que saiu para o mercado de trabalho uma cliente que certamente buscaria um banco para investir seus rendimentos mensais. O discurso da independência financeira feminina volta ao periódico no anúncio do Banco do Brasil.

Banco do Brasil

Já vai longe o tempo em que a mulher era uma boneca. Hoje, sem deixar de ser um pouco boneca – como toda mulher gosta de ser – ela também ajuda nas despesas da casa, planeja a economia doméstica, sabe falar de negócios, faz compras e pagamentos. Até a transação bancária não é mais assunto exclusivo dos homens.

O banco do Brasil anda na bolsa de milhares de mulheres, na forma de cheques de viagem, cartão-ouro e outros papezinhos pequenos mas importantes – recibos de depósito, extratos de conta, etc.

A mulher de hoje atua, escolhe, decide. Nada mais justo do que servi-la com atenção e rapidez. Ela merece.⁷⁷

⁷⁶ MORAES, op.cit. p.72.

⁷⁷ Revista *Claudia*, julho de 1974. p.166.

Assim uma atenção especial foi dada para as mulheres que viram no mercado de trabalho um novo lugar de atuação, elas se tornaram alvo dos bancos, que passaram a oferecer seus serviços e todas as comodidades. No entanto, no final dos anos 70, algumas cartas, alguns artigos já deixavam claras as dificuldades encontradas por essa mulher, seja com o marido (no relacionamento), seja com os filhos (a angústia de deixá-los sob os cuidados de outras).

Em maio de 78, *Claudia* publicou uma carta de uma leitora que pedia ajuda jurídica à seção “*Aqui, sobre Lei e Direito*”, pois ela trabalhava fora e não recebia nenhuma ajuda do marido para cuidar da casa, portanto gostaria de saber sobre os direitos legais da mulher no casamento nas condições dela, de esposa e profissional. Vejamos a carta e a resposta dada pelo advogado, responsável pela seção na revista:

Estou enfrentando um sério problema com meu marido. Trata-se do seguinte: como trabalho fora, disponho do mesmo tempo que ele para cuidar da casa. Mas tenho que arcar com tudo sozinha. Por isso, recorro a você para que me esclareça sobre os direitos legais da mulher no casamento nas minhas condições. Gostaria de saber se por lei a mulher deve ser sempre submissa ao marido, mesmo tendo sua independência econômica. E, se possível, indique um bom livro que trate dos direitos femininos. Gioconda, Roca Sales, RS

Resp: Minha amiga, de fato, de acordo com alei 4.121 de agosto de 1962, a chefia da sociedade conjugal é exercida pelo marido, com a colaboração da mulher. Ainda pela referida lei, a mulher deixou de ser simples auxiliar, como era anteriormente, para ser colaboradora. Isto é, o marido e mulher devem procurar entendimento na administração do lar, não podendo o marido exercer domínio total. A mulher que trabalha, por outro lado, passou a ter vários direitos que não lhe eram concedidos antigamente. Entre eles, está o de considerar “bens reservados” aqueles adquiridos com o fruto de seu trabalho. Posso lhe recomendar a leitura do livro *A Mulher Perante o Direito*, que com certeza esclarecerá qualquer outra dúvida que você tenha a respeito dos seus direitos. E, se precisar de alguma explicação

mais detalhada, não hesite em nos escrever novamente. Dr. Garreta Prats.⁷⁸

Os impasses vividos pela mulher que saiu para o mercado de trabalho começaram a tomar corpo nas páginas da *Revista Claudia*, já que estava se consolidando a famosa conciliação das atividades de esposa, dona de casa e profissional. A sobrecarga da dupla jornada, a vida familiar e profissional trouxe queixas e reclamações e foram a tônica dos artigos publicados em *Claudia* nos anos 80.

Em 1980 o mundo do trabalho extra-doméstico já aparece como legitimado para *Claudia*. A ênfase dada pela revista era publicar as cartas de leitoras que escreviam sobre as dificuldades de realização no trabalho; psicólogas davam orientações profissionais, pois a entrada da mulher no universo profissional abalou valores, gerou preconceitos e idéias que foram problemáticas para as mulheres.

A tônica da revista continuou sendo estimular as mulheres a exercerem profissões em que era possível conciliar a profissão com a vida familiar, assim as sugestões e os depoimentos de leitoras indicavam quais profissões serviriam para o universo feminino: secretária, professora, ginasta, dançarina, fonoaudióloga, entre outras.

Em 1981 a revista ampliou a seção “*Mulher e Trabalho*”, sob a responsabilidade da jornalista Sonia de Amorim Mascaro. Procurando mostrar um levantamento de várias atividades que a mulher poderia desempenhar, assim como fornecer conselhos práticos de alimentação, maquiagem, idéias para fazer o tempo render sem se esquecer de algo vital, as tarefas domésticas e a possibilidade de dividi-las com o marido, também publicou os depoimentos de três mulheres que escolheram retornar ao lar. Vejamos alguns artigos: “Ainda há tempo: descubra qual é sua verdadeira vocação” (janeiro de 1981); “Tire suas dúvidas e exija seus direitos” (fevereiro de 1981); “Como se sair bem no primeiro dia de trabalho (e continuar fazendo sucesso)” (março de 1981);

⁷⁸ Revista Claudia, maio de 1978. p.8.

“Tarefas domésticas: se o marido ajuda é fácil trabalhar fora” (abril de 1981), “O duplo prazer de traduzir livros” (outubro de 1981); “Elas trocaram o trabalho pelo lar” (novembro de 1981).

Num artigo de março de 1981, “Charme e vitalidade, de encomenda para a mulher que trabalha”, a revista ensinou a mulher a preparar sua imagem para o mercado de trabalho e reuniu num só artigo a tônica da *Revista Claudia*: “Boas maneiras: 1º passo para o sucesso”; “Poucas roupas, muito bem transadas”; “Maquilagem leve, pois trabalho não é desfile!”; “Boa alimentação dá energias para evitar a cansaço”; “Se bater o cansaço apele para estes truques revigorantes”; “Idéias para seu tempo render mais” – pecados capitais contra o tempo – um cronograma ajuda muito e para finalizar - você não é supermulher: aprenda a delegar tarefas. Nessa última “dica” afirmou:

Um dos elementos-chave para ganhar tempo é saber distribuir responsabilidade. Livre-se dessa pretensão de que só você pode fazer isto ou aquilo perfeitamente. E esqueça esta preguiça que leva a gente a resolver tudo sozinha, em vez de ter a paciência de ensinar. Você vai perder tempo, isto sim, se tomar a si todas as obrigações, desde lavar louça até comprar uma casa nova. Há pessoas menos ocupadas que podem cuidar de tarefas mais simples. Passe para frente e lembre-se: Dê instruções bem claras, completas, numa linguagem acessível à pessoa em questão – seja uma criança, seu marido, a empregada.

Estabeleça um prazo de entrega, de comum acordo com seu colaborador. E exija pontualidade.

Seja aberta a sugestões, isto motiva a pessoa e estimula a criatividade. E, afinal, você não tem obrigação de entender de tudo. Aceite sugestões: há várias boas maneiras de fazer uma mesma coisa, desde que funcione.⁷⁹

A questão de como organizar o tempo parece ganhar uma nova dinâmica, pois a mulher deveria se livrar da culpa de ter que desempenhar todas as tarefas. Deveria aprender a delegar a outras

⁷⁹ Revista Claudia, março de 1981. p.181.

“*pessoas menos ocupadas*” as atividades que até então eram de sua responsabilidade. O tempo foi apontado como um bem precioso para a vida moderna devendo a mulher saber organizá-lo para não sacrificar as horas de lazer. As receitas de como multiplicar seu tempo começam a fazer parte da revista, ao mesmo tempo em que também vão incitá-la a ir trabalhar na moda, sempre impecável no “*estilo Claudia*” de ser.

A mulher que saiu para trabalhar, que possui sua independência financeira terá um espaço na revista, que publicará os diversos produtos para que a leitora saiba como se vestir, qual maquilagem utilizar, as etiquetas no mundo do trabalho e todos os conselhos para que ela consuma cada vez mais.

As relações familiares foram afetadas com a saída da mulher para o mercado de trabalho, a própria resistência da revista em tratar do tema indicava que para os que pensavam *Claudia* não fazia sentindo um discurso mais enfático para suas leitoras. Estas organizavam seu tempo em torno da família. Aos poucos o tema vai se tornando mais presente e a solução adotada foi de como colaborar com a mulher para que esta pudesse conciliar suas atividades do lar com uma profissão.

Em 1985 as mulheres constituíam 37,3% da população brasileira urbana economicamente ativa, e a revista mantinha a prática do discurso da conciliação, de jornadas de trabalhos flexíveis e do papel que a mulher deveria desempenhar como mãe, esposa, dona de casa dedicada e perfeita e profissional bem-sucedida.

Um fator que perturbava muito as mulheres que trabalhavam fora ainda era a culpa por não estarem em tempo integral com seus filhos, pois, se a função de dona de casa podia ser delegada a outra pessoa, a de mãe não. Mesmo com creches, escolas especializadas na educação dos pequeninos, babás cada vez mais qualificadas, esse assunto gerava debates. Dois artigos publicados em 1985 explicitam essa situação: o primeiro de abril, trazia “Resolvi ser dona de casa e me orgulho muito disso.” E outro de agosto de 85, “Prezada Carolina”.

O primeiro artigo trata de uma mulher, Carolina, que já no seu segundo casamento com cinco filhos, resolveu que não queria mais trabalhar fora de casa, pois seus filhos estavam sendo prejudicados, tanto na parte emocional, como na escola. Carolina relata que compreendeu que ser dona de casa a realizava, e a fazia feliz e importante.

Eu havia compreendido a extensão do meu trabalho junto à família. Educar uma criança significa muito, mas muito mais do que dar um lustro social, cultura e meios de vencer na vida. Isso, que é uma pequena parcela da formação, qualquer boa escola dá. Se eu queria fazer bem-feito o meu papel de educadora, tinha mesmo que ficar em casa, atenta aos meus filhos. Além de tudo, descobri que essa era a minha: eu me realizava, me sentia feliz e importante como dona-de-casa, desde que não me tornasse apenas uma máquina de fazer comida e limpeza. Por outro lado, eu me cobrava por não estar ganhando meu dinheiro. Com essa inflação, a responsabilidade do sustento da casa é muito pesada para ficar nas costas de uma única pessoa. Tudo isso me levou a uma consciência real da situação do país. Mas percebi também que, em muitos aspectos, era cômodo por toda a culpa na situação política. [...] Avaliações que me deixaram outra vez cara a cara com o questionamento do meu trabalho doméstico. E a conclusão mais forte foi a de que o meu compromisso maior era com a formação das crianças. Meu trabalho era aquele mesmo.⁸⁰

Carolina condena de certa forma as mulheres que optaram por trabalhar fora e afirma que muitas mulheres sentem vergonha de assumir que são donas de casa e mães em tempo integral e assim justificam que o importante é a qualidade de amor que se oferece ao filho e não a quantidade, argumento que ela contesta. Entretanto em agosto *Claudia* publica a carta de uma publicitária que se dirige a Carolina e expõe o outro lado, o de quem optou por trabalhar fora.

⁸⁰ Revista *Claudia*, abril de 1985. p.164.

A mulher se encontra hoje em pleno processo revolucionário. Questionou seu papel na sociedade, seu histórico sexual e decidiu sair da passividade. [...]

Acontece que todos esses questionamentos, uma vez massificados pelos meios de comunicação, mexem com as pessoas a um nível muito profundo, e isso gera insegurança. Então, repentinamente, muitas mulheres entraram num processo incontrolável e inconsciente de sair de sob o jugo de uma expectativa social: a expectativa de que elas se transformem em mulheres liberadas, que trabalham, se realizam profissionalmente, são admiradas, bem-sucedidas e donas de seus respectivos narizes.

A mulher média olha para esse novo estereótipo e se imagina um lixo, uma incapaz. Insegura, com medo de ser atropelada pela nova mulher e ficar para trás, ela embarca na onda. E, a partir daí, aquilo que deveria ter o sabor delicioso da liberdade, da opção consciente e desejada, passa a ter o amargo sabor da obrigação. É o caso de inúmeras mulheres que, de uma hora para outra, resolveram que *tinham* que estudar, *tinham* que trabalhar fora. [...]

É importante que todas compreendamos que o grande valor dos movimentos das mulheres no mundo inteiro foi e continua sendo no sentido de nos permitir optar. E a opção pelos afazeres domésticos continua sendo tão valiosa e tão digna quanto qualquer outra.

[...]

Outro item que você aborda é o da qualidade x quantidade. [...]

O conceito em questão é o da qualidade x quantidade de *tempo disponível*, e não de amor. O amor não é como um saco de batatas, que a gente possa medir por quilos. O amor, por sua própria essência, escapa às medidas racionais. Se é amor mesmo, é bom e deixa a gente feliz. E quando a gente se sente amado mesmo, essa sensação maravilhosa toma conta de nós independente da presença do outro.

[...]

Enfim, quando vejo você atirando contra todas as mulheres que trabalham fora, indiscriminadamente, uma agressividade tão grande, me pergunto por que uma mulher, que se diz feliz e bem resolvida, assumiria essa postura destrutiva contra tantas outras anônimas e admiráveis mulheres.⁸¹

⁸¹ Revista Claudia, agosto de 1985. p.205-208.

As cartas reacendem as discussões em torno do trabalho feminino, mas podemos perceber que as representações de dona de casa, esposa e mãe são fortemente colocadas nos dois depoimentos numa tentativa de reavaliar a vantagem ou não de estar no mercado de trabalho.

Portanto, a temática do trabalho feminino nessas três décadas foi apresentada pela *Revista Claudia* de forma muito sutil, já que sua leitora de classe média não pretendia, principalmente nos anos 60, sair para o mercado de trabalho. Aos poucos o tema começa a interessar algumas mulheres que escreviam para o periódico, e assim os artigos começam a surgir de forma mais explícita. Entretanto a questão principal consistia no que chamamos de temporalidade feminina, ou seja, a organização do tempo revelou-se crucial para que a mulher desempenhasse as diversas representações que são propostas no discurso de *Claudia*. O trabalho profissional implicava para o periódico uma certa organização do tempo para que os papéis femininos e masculinos não fossem prejudicados.

A vida familiar deveria continuar bem administrada para que a mulher assumisse uma profissão. O marido, os filhos e o lar continuavam sendo o principal foco feminino.

Assim a representação da mulher como profissional foi construída lado a lado com as outras representações (dona de casa, esposa e mãe) e nos anos 80 revelou uma tensão na vida familiar e nos próprios sentimentos da mulher sobre sua escolha. A conciliação, agora chamada de dupla jornada, gerou queixas e colocou em xeque o papel da mulher na sociedade e na família.

A tensão entre os papéis que homens e mulheres deveriam desempenhar às vezes parece se misturar, no entanto esse processo não é tão simples e foi marcado por um jogo de poder e de negociação. O anúncio de outubro de 1981 sobre Seguro Capemi afirma que as coisas mudaram, e deixa implícito que a mulheres

estavam trabalhando e assumido novas responsabilidades na família.

Isto era assunto para homem.

Já foi tempo em que a responsabilidade de proteger a família era assunto só para homens. Hoje em dia, as coisas mudaram. É comum a gente ver a mulher participando mais. Assumindo maiores compromissos e ajudando a garantir um futuro mais seguro e tranquilo para toda a família. Você também pode fazer a mesma coisa. É só entrar para a Capemi. E olha que o negócio é tão bom, mas tão bom, que não vai ser novidade nenhuma se o seu marido ficar com inveja de não ter pensado nisso antes.⁸²

Em destaque o anúncio tem como título a seguinte frase: *“Isto era assunto pra homem”*. O texto trabalha com a idéia de mudança, de novos tempos, sendo assim agora a mulher também deve ter a responsabilidade de proteger a família, pois isso não é mais exclusivo do sexo masculino. Inclusive destaca que é comum ver a mulher participando mais e, se ela optar por esse seguro, poderá despertar a inveja do marido, pois o negócio, segundo o anúncio, é muito bom.

Entretanto, ao lado das representações da mulher emancipada e do discurso da divisão sexual do trabalho doméstico, temos a vinculação da casa como responsabilidade exclusiva da mulher. Vejamos:

A imagem de sua casa está em suas mãos.

Agora com o seu novo aplicador direcional, Vidrex Líquido deixa todas as superfícies de vidros e acrílicos de sua casa com outra cara.

Basta espirrar neles um pouquinho de Vidrex, passar um pano seco e pronto. Todo mundo vai notar os vidros limpinhos, os espelhos refletindo melhor, a tela da TV mais nítida. Até o pára-brisa do seu carro ganha outro visual com Vidrex Líquido.

E a embalagem é pratica como você. Mãos à obra.

Vidrex Líquido. Sua casa é reflexo de você.⁸³

⁸² Revista Claudia, outubro de 1981.p.233.

⁸³ Revista Claudia, setembro de 1982.p.19.

A publicidade presente nas páginas de *Claudia* explicita as contradições e tensões de seu discurso. No anúncio de Vidrex o texto vincula que a questão da organização da casa ainda é responsabilidade feminina - *A imagem de sua casa está em suas mãos*. A questão do tempo e da praticidade também estão apontadas - *Basta espirrar neles um pouquinho de Vidrex, passar um pano seco e pronto*. O reconhecimento dos outros vem logo em seguida - *Todo mundo vai notar os vidros limpinhos...* . E para terminar - *Sua casa é reflexo de você*.

A casa, assim como em 1961 quando iniciou a publicação de *Claudia*, continua nas mesmas mãos, da dona-de-casa. Algumas coisas foram se modificando, pois essa mesma mão que é responsável por cuidar do lar, do marido e dos filhos também pode exercer uma atividade profissional e, portanto, necessita cuidar não somente da imagem da casa e da sua família, como da sua própria imagem.

No próximo capítulo analisaremos como *Claudia* tratou do corpo, da moda, e da alimentação de sua leitora.

3º Capítulo

3. As representações e a remodelagem do corpo Feminino

Chegamos nus ao mundo, mas logo somos adornados não apenas com roupas, mas com a roupagem metafórica dos códigos morais, dos tabus, das proibições e dos sistemas de valores que unem a disciplina aos desejos, a polidez ao policiamento.

Roy Porter¹

As construções em torno das representações femininas permearam os discursos da *Revista Claudia*, principalmente no âmbito da família. Essas representações das mulheres da classe média dos anos 60, 70 e meados de 80 foram pensadas e fundadas segundo o interesse do grupo que as forjou. A apreensão do mundo social pelos que faziam a revista gerava mecanismos de lutas e imposições de valores e comportamentos que eram disponibilizados mensalmente, das bancas para as leitoras.

Do universo cotidiano, o corpo feminino foi apreendido e incorporado, criando representações e impondo o que Norbert Elias chamou de remodelagem, presentes no processo civilizador². Para esse autor, a partir do século XVI um processo de civilização teria se imposto na sociedade europeia, principalmente em relação ao corpo. Burguière definiu a proposta de Elias da seguinte forma:

¹ POTER, Roy. História do Corpo. In: BURKE, Peter (org). *A Escrita da História: Novas Perspectivas*. São Paulo: Editora Unesp, 1992. p.325

² ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Uma história dos costumes. V. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

A partir do século XVI, um processo de civilização teria imposto – primeiro às classes dirigentes, depois, progressivamente, ao conjunto da sociedade, pelo canal dos modelos educativos (em particular, os inúmeros tratados de “civilidade pueril”) – uma atitude de pudor e de autodisciplina em face das funções fisiológicas e de desconfiança em face dos contatos físicos. A ocultação e o afastamento dos corpos seriam a tradução, nas condutas individuais, da pressão organizadora, logo modernizadora, que os Estados burocráticos recentemente constituídos exercem sobre a sociedade; a separação das classes etárias, a marginalização dos que não se enquadram nos padrões tidos normais, o internamento dos pobres e dos loucos e o declínio das solidariedades locais pertencem ao mesmo movimento global, difuso e amplamente inconsciente, de remodelagem do corpo social.³

O conceito de remodelagem está sendo empregado neste trabalho para compreender como a *Revista Claudia*, que se encontrava - como vimos no primeiro capítulo - inserida no processo de produção de mercadorias e de circulação de produtos e capital, procurou por meio de seu discurso e da publicidade estabelecer normas e padrões no que tange ao corpo feminino, numa tentativa de remodelar o corpo de sua leitora, definindo o corpo e o ideal de beleza, de moda, de alimentação.

No discurso das representações do corpo e na busca pela remodelagem a revista insere-se no tempo e espaço da sociedade de consumo, como grande vendedora; incita o sonho de consumo e alimenta os desejos de suas leitoras, informando e integrando sobre os assuntos de seu cotidiano e das novidades e lançamentos da cosmética, da moda e da alimentação.

A publicidade expressa nas páginas de *Claudia* além de garantir os lucros necessários e elevar a leitora ao status de consumidora evidencia as idéias sobre o corpo, reafirmando os

³ BURGUIÈRE, André. A antropologia histórica. In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 1993. p. 141.

papéis apresentados no restante do periódico e fortalecendo as construções estabelecidas como padrões de moral e estética.

A perspectiva da revista, como ressaltamos, torna-se totalizante, pois pretende atingir todos os níveis de vida de seu público alvo. Neste capítulo trataremos de três temas estabelecidos como fundamentais na estrutura da *Revista Claudia*: a construção do ideal de beleza do corpo, a moda e a alimentação e seus significados.

3.1 O corpo feminino e a construção da beleza

A mulher é, antes de tudo, uma imagem. Um rosto, vestido ou nu. A mulher é feita de aparências. E isso se acentua mais porque, na cultura judaico-cristã, ela é constrangida ao silêncio em público. Ela deve ora se ocultar, ora se mostrar. Códigos bastante preciosos regem suas aparições assim como as de tal ou qual parte do corpo. Os cabelos, por exemplo, condenam sua sedução. Primeiro mandamento das mulheres: a beleza.
Michelle Perrot⁴

A história da beleza compreende um longo processo situado em cada período e espaço e diz muito das questões de gênero. O significado de ser bela ou belo no que se refere à imagem do corpo insere-se nas relações de poder num processo de lutas e tensões, rupturas e continuidades. Ao esculpir os corpos o discurso vincula valores, normas e condutas, estabelecendo as intervenções necessárias para controlá-lo e discipliná-lo.

A beleza associada à mulher consiste na produção da aparência, numa mistura de encanto e ditadura, pois as possibilidades de se tornarem ou permanecerem belas lançou uma busca desenfreada em nossa sociedade por métodos e recursos que a cada dia são inventados e reinventados para compor e disciplinar

⁴ PERROT, Michelle. *Minha História das Mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007. p.49

o corpo feminino, que tem por obrigação alcançar o padrão estético no qual está inserido.

As feias caem em desgraça, até que o século XX as resgate: todas as mulheres podem ser belas. É uma questão de maquiagem e de cosméticos, dizem as revistas. De vestuário também, daí a importância da moda, que, num misto de prazer e tirania, transforma modelando as aparências. Questão de vontade, segundo Marcelle Auclair da revista *Marie Claire*. Em suma, ninguém tem o direito de ser feia. A estética é uma ética.⁵

A imprensa feminina sempre se preocupou em construir discursos sobre a beleza. Para uma aparência agradável aos olhos da sociedade, ensinavam à leitora as artimanhas do cuidado com o corpo, dos infinitos recursos e táticas disponíveis e adequadas ao seu tempo. O consumo de produtos para cada parte do corpo marcou os diferentes períodos, em que a valorização dos detalhes produzia um efeito sempre inovador. As ginásticas, as dietas e mais recentemente a cirurgia plástica compõem o arsenal de possibilidades para eliminar a feiúra.

As transformações do corpo e os significados do que passa a ser valorizado como belo na história da sociedade foi analisado por Georges Vigarello, possibilitando uma história da beleza do Renascimento aos dias atuais. O autor afirma que uma história da beleza não escapa dos modelos de gênero e identidades.

Dinâmicas temporais deslocam as oposições sociais e culturais, desviam os critérios de beleza, seus efeitos diferenciadores. As lentas mudanças do domínio exercido sobre as mulheres, por exemplo, têm suas correspondências no universo estético.⁶

Nesse sentido, as revistas femininas principalmente da metade do século XX foram apresentadas como uma espécie de

⁵Ibid., p.50

⁶ VIGARELLO, Georges. *História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006. p.11

“bússola” que informaria sobre o conceito de beleza, o modelo a ser alcançado, forneceria os métodos de embelezamento e as novidades do mercado para atingir os perfis de beleza do período e da sociedade no qual as leitoras encontravam-se inseridas.

Os corpos são assim modelados e alterados por processos econômicos e culturais e estão sendo continuamente modificados pelos desejos, pelo tempo, pelos discursos que os constroem e os controlam. Louro afirma que os corpos não são tão evidentes, como muitas vezes costumamos pensar, e as identidades também não se apresentam em decorrência direta das “evidências” do corpo. Mas, segundo ela, investimos muito nos corpos.

De acordo com as mais diversas imposições culturais, nós os construímos de modo a adequá-los aos critérios estéticos, higiênicos, morais, dos grupos a que pertencemos. As imposições de saúde, vigor, vitalidade, juventude, beleza, força são distintamente significadas, nas mais variadas culturas e são também, nas distintas culturas diferentemente atribuídas aos corpos de homens ou de mulheres. Através de muitos processos, de cuidados físicos, exercícios, roupas, aromas, adornos, inscrevemos nos corpos marcas de identidades e, conseqüentemente, de diferenciação. Treinamos nossos sentidos para perceber e decodificar essas marcas e aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas com que se expressam.⁷

Os modelos de corpos revelam as diversas representações que o discurso da mídia produz e reproduz com o auxílio da publicidade. O cuidado com o corpo e a arte de torná-lo belo revelam as diferenças, as hierarquias e as redes de poder entre os sexos.

Ao ensinar modos mais adequados de viver a homens e mulheres, jovens e velho/as, brancos/as, negros/as, as instâncias de produção da mídia desenvolvem uma pedagogia que educa,

⁷ LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da Sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (org). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. p.15

disciplina e regula os corpos como qualquer outra instância educativa.⁸

As leitoras das revistas aprendiam que a modificação do corpo e da aparência consistia em algo essencial para a existência feminina. Ao aderirem a esses anseios, tornaram-se alvos do mercado de produtos para cada parte do corpo, e o culto à beleza tornou-as presas fáceis da sociedade do consumo.

A beleza tornou-se para a mulher imperativo absoluto e religioso. Ser bela deixou de ser efeito da natureza e suplemento das qualidades morais. Constituí a qualidade fundamental e imperativa de todas as que cuidam do rosto e da linha como sua alma. Revela-se como signo de eleição ao nível do corpo, assim como o êxito o é no plano dos negócios. Por outro lado, a beleza e o sucesso recebem nas respectivas revistas ilustradas idêntico *fundamento místico*: na mulher é a sensibilidade que explora e evoca «a partir do interior» todas as partes do corpo – no industrial, é a *intuição* adequada de todas as virtualidades do mercado. Signo, portanto, de eleição e salvação: a ética protestante não anda longe. A verdade é que a beleza constitui um imperativo tão absoluto pelos simples facto de ser uma forma do capital.⁹

Para esse autor a idéia da alma foi de certa forma substituída pela idéia de corpo, que serve à ética do consumo. Nessa nova ética, a beleza e o erotismo passam a ser os principais condutores do culto narcisista e do ritual social, onde o corpo apresenta-se como o mais belo objeto de consumo.¹⁰

Na busca pelo corpo ideal por meio da corrida ao consumo, as mulheres se submeteram à tirania da beleza, tornando-se reféns do seu próprio corpo. Os modelos e as representações construídas em Claudia nas décadas pesquisadas indicam que a mulher, para

⁸ ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação dos corpos femininos. In: LOURO, Guacira Lopes & NECKEL, Jane Felipe & GOELLNER, Silvana Vilodre (orgs). *Corpo, Gênero e sexualidade*: um debate contemporâneo na educação. Rio de Janeiro: Vozes, 2003. p.119

⁹ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Portugal: Edições 70, 1995. p.140

¹⁰ Ibid., p.136

expor seu corpo e ser considerada bela pelos ditames da sociedade, deveria aprender a cuidar de cada detalhe de cada parte, o que Del Priore chamou de um corpo consumidor: *Para as unhas, esmaltes e lixas. Para os cabelos, xampus, tinturas, secadores. Para o corpo, bronzeadores, hidratantes, sabonetes cremosos e desodorizantes.*¹¹

A preocupação com o corpo e com a aparência foi se modernizando junto com a sociedade, na medida em que a indústria de cosmético colocava à disposição cada vez mais produtos. Em 1960 os anúncios prometiam verdadeiros milagres, mas posteriormente, em 70 e meados de 80, a promessa se transformou em convencimento, já que era necessário persuadir a leitora explicando todos os benefícios do produto para torná-la não só mais bela como também saudável, sinônimos como veremos de juventude e magreza.

3.1.1 A segmentação do corpo da mulher: o consumo como forma de embelezamento.

“Não é mais o conjunto do corpo feminino que emana poder, mas cada parte dele.”

*Mary Del Priore*¹²

Uma mulher, para ser considerada bela na ótica de *Claudia*, deveria a princípio, cuidar da maquiagem, do cabelo, estar atenta aos modernos tratamentos de beleza, manter a pele como um pêssego, vigiar o peso e fazer exercícios. O corpo feminino foi segmentado e esmiuçado em seus detalhes: o cabelo, o rosto, os olhos, a boca, os seios, a barriga, as pernas, a pele. Para cada parte um cuidado especial, um creme específico, um tratamento possível de ser realizado; ao diversificar os métodos de remodelagem, propiciava o espetáculo do consumo.

¹¹ DEL, PRIORE, Mary. *Corpo a Corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Senac, 2000. p.91

¹² Id. *Histórias do Cotidiano*. São Paulo: Contexto, 2001. p.24

O rosto teve uma atenção especial por parte da *Revista Claudia*, pois, como já afirmamos, as capas tinham como marca registrada o semblante de uma mulher. Assim a maquiagem foi ensinada para as leitoras de forma minuciosa e seguindo sempre o que estava na moda, ao mesmo tempo em que se consolidavam essas tendências.

Nos anos 60 a maquiagem era sinônimo de sofisticação e luxo, sendo exclusiva para os dias de festa; caracterizava-se por ser pesada e carregada: o delineador estilo “gatinho”, os cílios postiços enormes e as sombras claras destacavam a rigidez das formas de expressão.

Os cabelos eram esculpidos à base de muito laquê e grampos, pois a moda trazia o penteado preso; os coques faziam as cabeças, tudo bem arrumado, sem um fio fora do lugar. Os acessórios tornavam possível a transformação total dos cabelos, pois as tinturas, os apliques e perucas fizeram sucesso dando um aspecto bem artificial à aparência. O cabelo feminino sempre recebeu muita atenção ao longo da história, as formas de representação dos cabelos, como analisou Perrot, são objeto de convenções, de distinção e de moda.¹³

A pele recebeu atenção especial, seja através do bronzamento - já que havia o apelo de que a pele morena era o orgulho da brasileira - seja no cuidado com a celulite.

A moda do biquíni deixava à mostra o corpo da mulher nas praias e piscinas, no entanto não existia no mercado o filtro solar; as soluções encontradas eram os óleos infantis e as infalíveis misturas caseiras, além do horário adequado para a exposição ao sol. Nesse sentido podemos ressaltar que, ao se permitir maior exposição do corpo, tornava-se necessário remodelá-lo, e as revistas por meio do incentivo ao culto do corpo forneciam as regras e as condições imprescindíveis para exibi-lo.

¹³ PERROT, op.cit.p.58

No decorrer do século XX a mulher se despiu. O nu, na mídia, nas televisões, nas revistas e nas praias, incentivou o corpo a desvelar-se em público, banalizando-se sexualmente. A solução foi cobri-lo de cremes, vitaminas, silicones e colágenos. A pele tonificada, alisada, limpa, apresenta-se idealmente como uma nova forma de vestimenta, que não enruga nem “amassa” jamais. Uma estética esportiva voltada ao culto do corpo, fonte inesgotável de ansiedade e frustração, levou a melhor sobre a sensualidade imaginária e simbólica. Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social.¹⁴

O ideal de um corpo liso em formas ditas e consideradas dentro dos padrões estéticos da sociedade que os criou como ideal trouxe por outro lado a dor e o sentimento de culpa para aquelas que “não cumpriam” a obrigação de “ser bela” e, portanto, feminina.

Os “defeitos” e os “problemas” que o corpo poderia apresentar podiam ser eliminados, bastava seguir as regras postas e de fácil acesso às mulheres que estivessem atentas e preocupadas com a beleza de seu corpo.

A celulite à mostra ganhou destaque no vocabulário de *Claudia* na época, incorporando vários artigos que ajudavam a sua leitora a combater o grande mal. Vejamos:

Manter a linha é um dos principais problemas da mulher de nossos dias. Quem engorda e descobre antiestéticos depósitos adiposos localizados em qualquer zona do corpo (quadris, tornozelos, braços, etc.) diz logo que tem “celulite”. A palavra está na moda. Muitas vezes, entretanto, ela é usada de forma imprópria, e freqüentemente trata-se apenas de gorduras que se depositam aqui e ali no corpo, de modo inoportuno, deformando-o, mas que nada tem a ver com celulite.

A celulite, antes de mais nada, não depende de peso e é preciso não confundi-la com a obesidade: mesmo as mulheres de formas harmoniosas, poderão descobrir em certos pontos, alguns

¹⁴ DEL, PRIORE, op.cit.p.11

depósitos de celulite. Por quê? Vamos explicar-lhes o que é a celulite, por que se forma e como encontrar a maneira de curá-la. [...]

Como se cura.

Com tratamento médico, fazendo dieta alimentar, exercícios e curas estéticas. A celulite pode melhorar, desaparecer completamente, somente quando se fazem todos esses tratamentos, todos juntos, com muita constância.¹⁵

O corpo magro ofertava à mulher formas harmoniosas, e as gorduras que se depositavam no corpo o deformavam, mas logo em seguida a essas afirmações o artigo quase em tom de esperança trazia a cura à tão temida celulite, porém para obter sucesso a leitora deveria usar constantemente todos os tratamentos expostos.

Cabia somente a ela observar os possíveis problemas, sempre alertada pela revista, e seguir as recomendações para atingir as formas perfeitas. Os produtos expostos pela publicidade estavam logo ali, próximos para auxiliá-la na busca do ideal de beleza.

Toda essa tirania que bombardeava o “sexo frágil” também inaugurou nos anos 70 mais uma obrigação. A revista mostrava que para a mulher manter o seu casamento deveria estar bela, caso contrário seu marido teria outras opções fora de casa. Vale ressaltar que nos anos 70 *Claudia* fez, como destacamos no segundo capítulo, uma campanha sistemática para ajudar a sua leitora a não entrar na chamada crise conjugal, e a beleza corporal fazia parte essencial para a manutenção do amor do casal. Num anúncio do creme democaína isso fica evidente.

Creme Democaína

A cara e a coragem não bastam.

Na guerra do amor você precisa do corpo inteiro.

¹⁵ Revista *Claudia*, novembro de 1961. p.41 e 42.

Um rostinho lindo é um bom começo – mas não é tudo na vida. Nenhum homem se contenta apenas com isso. E esse é um bom motivo para que você use Democaína em todas as partes do seu corpo. Democaína hidrata e revitaliza sua pele, impedindo o surgimento da celulite, das linhas, das rugas, da flacidez. Outro bom motivo para usar Democaína é que você está envolvida numa verdadeira guerra mundial: Os números dizem que existe apenas 1 homem para cada 6 mulheres. E os números não mentem jamais.¹⁶

A beleza a serviço do casamento e a comprovação de que esta estabelece além de distinções sociais, distinções de gênero. Na guerra a favor do casamento a beleza continua sendo essencial.

Assim era preciso cuidar de cada parte do corpo, pois no lugar da maquiagem pesada os anos 70 aboliram o delineador, os cílios postiços caíram, as sombras se tornaram cintilantes e coloridas, as sobrancelhas afinaram e os lábios receberam o toque do brilho labial. Os cabelos também perderam a rigidez dos penteados bem definidos abrindo caminho para o cabelo liso e comprido, dando destaque também para o repicado (estilo pantera), e a escova passou a ser um recurso muito utilizado.

A *Revista Claudia* tinha como prática atualizar suas leitoras sobre todas as tendências que saíam sobre maquiagem, cabelo, tratamento corporal, dietas e ginásticas, sendo que nos doze meses do ano ela deveria cuidar da sua imagem: para as férias, para o verão, para o inverno, para o fim do ano, ajustando-se aos padrões estabelecidos de beleza.

Algumas alterações no que se refere ao cuidado com o corpo na primeira metade do anos 80 são observadas na construção do discurso sobre a beleza, pois torna-se explícita uma tendência por um ideal de beleza natural. Dos penteados às formas corporais tudo deveria fluir naturalmente.

O fato de se naturalizarem as formas vincula-se ao discurso da liberdade, assim a maquiagem tornava-se um ato de liberdade.

¹⁶ Revista Claudia, novembro de 1970. p.167.

Cada mulher podia escolher o estilo com que melhor se identificava, embora houvesse um forte apelo pelos tons pastéis, pouca cor nos olhos e uma boca rosada, indicando uma beleza que brotava de dentro.

Quanto aos cabelos, já era possível procurar um estilo próprio entre tantas opções: curto, comprido, crespo, liso, com franja. Tudo era facilmente realizável com os intermináveis produtos e variadas técnicas que davam a transformação total ao visual da cabeleira.

A noção de diferença foi muito ressaltada pela revista nos primeiros cinco anos na tentativa de mostrar para sua leitora que cada mulher tinha uma especificidade, seja de pele, de cabelo, de formas, mas que para cada uma existia uma solução: um tratamento de pele, um produto para os cabelos e exercícios personalizados. Vejamos um exemplo:

Resolva seu problema de pele

Todas as mulheres gostam de cuidar da pele, mas nem sempre é fácil detectar a solução para os pequenos problemas individuais. O primeiro passo é descobrir as diferenças específicas e as características de cada tipo de pele. Mas o assunto não se esgota aqui. Sob a orientação de um dermatologista, você pode conhecer os defeitos mais comuns e vai aprender a melhor maneira de tratá-los. Vai entrar em contato com uma nova e fascinante ciência: a cosmiatria, resultado da fusão da dermatologia e da cosmetologia. Seu objetivo não são apenas as graves enfermidades cutâneas, mas também os simples desvios da normalidade. E, se você tiver a sorte de uma pele perfeita, compreenderá melhor a importância de conservá-la assim, observando princípios elementares de higiene.¹⁷

Os cuidados estão cada vez mais sendo testados por especialistas, e a revista publica as novidades do mercado estético para melhor ajudar sua leitora a conquistar a beleza almejada, remodelando o corpo. O corpo, já segmentado desde os anos 60,

¹⁷ Revista Claudia, outubro de 1981. p.148.

encontrou na década de 80 uma nova segmentação, a busca por um estilo próprio e uma especificidade ainda maior de produtos para incitar a leitora a escolher certo e não errar na busca incansável e incessante pela beleza.

3.1.2 a promessa de uma fórmula de sucesso: Prolongue a juventude e mantenha-se magra.

Os ideais do corpo perfeito, da boa forma e da beleza despertam muitas vezes o interesse feminino, por isso *Revista Claudia* propunha a conciliação das tarefas da mulher no lar com a busca desse ideal, pois isso fazia com que as leitoras exercessem aquilo que chamavam de feminilidade. As capas da revista indicavam o que a leitora encontraria representado e proposto no seu conteúdo: o ideal do corpo esculpido em suas linhas e desenhos e o apelo para disciplinar seus corpos. Para tanto, contaria, como vimos, com a ajuda de diversos produtos, dicas de ginástica, culinária, sugestões médicas para melhorar a aparência.

Em 1961, quando *Claudia* foi lançada, o discurso sobre o corpo se caracterizava em deixar a mulher sempre bela já que a beleza era fundamental, no entanto a beleza feminina era em prol do outro: no caso da revista, para o marido.

As dicas, os truques, os artifícios para adquirir a forma perfeita estavam atrelados à idéia de cuidado com o corpo, gerando o hábito de estar bela e na moda. Assim, criou-se uma seção denominada “Eu tenho um problema de beleza”, para onde as leitoras enviavam cartas buscando solução para suas dúvidas, que eram as mais variadas possíveis abrangendo diversas partes do corpo (cabelo, rosto, pele, barriga, pernas, etc.), bem como os cuidados e métodos (depilação, dietas, maquiagem, ginástica, etc.).

Outro fator importante era pensar a beleza do corpo como um problema de saúde. Isso fica evidente na seção “Doutor, por favor”, para onde as leitoras enviavam suas cartas na busca de cura para o que elas chamavam de imperfeições.

A *Revista Claudia* buscava reforçar para sua leitora como era importante tornar-se bela. O anúncio sobre uma enciclopédia de beleza afirmava:

Enciclopédia da beleza Feminina

Você não é feia viu? Seja mais bela e mais feliz lendo enciclopédia da beleza feminina.

E pode ficar ainda mais bela. Cuidando com perfeição dos seus cabelos, da sua pele, do seu rosto, da sua silhueta, do seu organismo, das suas mãos, dos seus pés, dos seus olhos, dos seus joelhos, da sua maquilagem, dos seus dentes, das suas unhas, dos seus seios, da sua higiene íntima, do seu pêso, dos seus nervos... E orientando corretamente sua vida sexual, a constituição do seu lar e o seu comportamento físico e psicológico.

Agora isso tornou-se ainda mais fácil com a ENCICLOPEDIA DA BELEZA FEMININA. Uma obra séria e prática que tem por objetivo contribuir para o bem-estar físico e psicológico da mulher, ampliando as suas possibilidades de auto-realização. E que explica – numa linguagem clara – os mais atualizados processos de embelezamento. **Fartamente ilustrada. Completa. Fácil de consultar. Traduzida e adaptada do original francês “L’encyclopédie beauté bien-être”.**¹⁸

Os processos de embelezamento foram e são muitos, no entanto no final da década de 60 a beleza do corpo foi muito associada à idéia de juventude, no sentido de retardar o envelhecimento e, se isso fosse muito difícil, pelo menos as mulheres deveriam se preocupar em envelhecer belas, pois, como analisou Del Priore, *envelhecer começa a ser associado à perda de prestígio ao afastamento do convívio social*.¹⁹

Para tanto, os anúncios publicitários prometiam conquistas imediatas, seja por meio de um creme, seja por uma nova tintura de cabelo, seja por um esmalte. As mulheres deveriam ser

¹⁸ Revista Claudia, dezembro de 1968. p.150 e 151.

¹⁹ DEL, PRIORE, op.cit.p.75

encantadoras, fascinantes, sedutoras e elegantes para o marido. Vejamos os anúncios:

Creme Ultra Feminine Helena Rubinstein

Prometemos que, em apenas 30 dias, você verá surgir em seu espelho, uma mulher de aparência mais jovem!²⁰

Tintura para o cabelo Imédia L'oréal

Seja ainda mais jovem, mais elegante, mais deliciosamente sedutora, aderindo ao mundo maravilhoso das tonalidades Imédia Creme.²¹

Coty Linha 6 maquilagem para os olhos

Um olhar comovente, sensual, irresistível, às vezes misterioso. O olhar que você deve ter sempre nos olhos. De hoje em diante use Coty nº 6. Você tem obrigação de ficar bonita para o homem que você ama. Tem muitas mulheres de olho nêle.²²

A mulher assume mais uma representação: a do corpo belo. Com tantas possibilidades de mostrar sua feminilidade, a beleza conseguiu se destacar e as leitoras de *Claudia* já podiam na primeira década da revista compreender que a beleza era uma construção e já se tornava quase uma obrigação.

A década de 70 foi marcada por uma mudança no comportamento feminino, seja pela liberação sexual, seja pela conquista do mercado de trabalho, seja por uma busca maior de espaço dentro do casamento; o que nos parece visível é que ocorre uma reestruturação da mulher na sociedade. Essa década ficou conhecida com o slogan *mexa-se*, ao mesmo tempo em que o corpo foi sacralizado pela busca das medidas certas.

Torna-se explícito que para conseguir um corpo magro era preciso fechar a boca e acertar na dieta, mas quanto a isso a leitora de *Claudia* teve oportunidade de fazer praticamente em cada mês

²⁰ Revista Claudia, maio de 1968. p.17.

²¹ Revista Claudia, maio de 1968. p.139.

²² Revista Claudia, maio de 1969. p.35.

uma dieta diferente. Foram publicadas diversas dietas, tínhamos: “Regime: mantenha a sua linha” (novembro de 1970); “Dieta: gelatina, uma alegria que não engorda” (novembro de 1970); “Dietas para depois do Natal” (dezembro de 1970); “Dieta para quem vai ao restaurante” (maio de 1971); “Dieta para quem não tem força de vontade” (julho de 1971); “20 dietas para emagrecer rapidamente” (setembro de 1971); “Dieta: sobremesas que não engordam” (dezembro de 1971); “Dieta especial, sem calorias, para receber visitas” (março de 1972); “Dieta: emagreça nos fins de semana” (maio de 1972); “Dieta para fazer junto com a família” (julho de 1972); “Dieta: emagreça comendo queijo e vinho” (agosto de 1972); “Uma dieta que já emagreceu 100 000 mulheres” (outubro de 1972); “Dieta: aproveite e emagreça antes das festas” (dezembro de 1972); “Uma dieta de verão” (janeiro de 1973); “Uma dieta econômica para fazer em sete dias” (março de 1973); “Uma dieta à base de hamburgers” (abril de 1973); “Uma dieta de torradas” (agosto de 1973); “Dieta suave para emagrecer no calor” (outubro de 1973); “Oito dietas leves e rápidas” (maio de 1974); “Obesidade: um problema em todas as idades” (setembro de 1975); “Como emagrecer sem fazer dieta” (maio de 1976); “Uma dieta para cada tipo de mulher” (outubro de 1977); “Uma dieta para seu marido” (agosto de 1978).

A balança e o espelho diziam se a mulher tivera êxito na busca do corpo magro, e a mulher representada trazia como ideal de beleza a magreza e a juventude. Incentivar a busca desse modelo através de exercícios, do uso de produtos fez-se uma prática constante para o periódico, que lucrava com a publicidade de suas páginas. Baudrillard alerta que *esta beleza imperativa, universal e democrática, inscrita como direito e dever dos todos frontão da sociedade de consumo, manifesta-se indissociável da magreza.*²³

²³ BAUDRILLARD. op.cit. p.149

Na busca pela felicidade corporal a mulher se tornou mais uma na multidão, não consideravam a diversidade, como se todas fossem iguais; o discurso ressaltava que todas podiam alcançar o ideal de beleza estabelecido pela revista, bastava ter disciplina e persistência. Em 1971 foi publicado um artigo sobre um livro que trata da beleza das mulheres mais bonitas do mundo. Assim afirmava:

Um livro que vai ajudá-la a ficar mais bonita – O livro de Beleza das mulheres mais bonitas do mundo

Este é mais um livro condensado por Claudia. A autora é a princesa Luciana Pignatelli, considerada uma das mulheres mais elegantes e bonitas da sociedade internacional.

Quando criança, ela era gorda, feia, tinha o nariz grosso, pés enormes. Hoje, ela é magra, elegante, belíssima e um dos grandes nomes do famoso “jet-set”. Como isso aconteceu? A princesa Luciana Pignatelli explica: “Poucas mulheres nascem maravilhosas. Mas tôdas podem ajudar a natureza e melhorar muito. E ela conta como se deu a própria transformação, a custa de muita disciplina, dieta, regime, massagens, duchas, ginástica, ioga, sauna. E cosméticos. O mais importante é a conclusão a que ela chegou, depois de anos e anos dedicados inteiramente à beleza: o que vale é a simplicidade. Pouca maquiagem é melhor que muita, que envelhece a mulher.

Neste livro, a princesa Luciana conta também como se conservam bonitas algumas das mulheres mais bonitas e famosas do mundo, todas amigas dela. Veja os truques, segredos, receitas, descobertas que essas mulheres fizeram. Muitas delas vão ajudar você.²⁴

Fica evidente que, para ser considerada bela, a mulher deveria ser magra, pois a gordura era sinônimo de falta de cuidado e indicava o oposto da beleza. Depois de afirmar que existia a possibilidade de uma transformação, baseada na disciplina, a princesa Luciana concluiu que a simplicidade era mais importante que tudo, pois a maquiagem envelhecia a pele. Valorizava dessa forma uma beleza natural.

²⁴ Revista Claudia, dezembro de 1971.p.207.

Outro ponto também destacado nos anos 70 é a questão do envelhecimento. Tornam-se freqüentes as dicas de como manter-se jovem por mais tempo, vendendo a idéia de que o processo de envelhecimento pode ser retardado desde que o tratamento comece cedo. Vejamos o artigo:

Aprenda a tratar a pele cansada

Atualmente, cremes nutritivos e loções hidratantes retardam o processo de envelhecimento. Além disto, a cosmetologia está descobrindo novas substâncias que rejuvenescem de fato.

Já se foi o tempo em que envelhecer, ter o rosto cheio de rugas era uma preocupação insolúvel para as mulheres. Hoje em dia, o progresso da cosmetologia já resolve casos antes considerados como da área da cirurgia estética. É possível não só regenerar a pele cansada e enrugada, como também prevenir e atrasar de alguns anos o processo de envelhecimento.

Os tratamentos hidratantes são recomendados a partir dos 25 anos, idade em que a pele começa a envelhecer. E, a partir desta idade ou mesmo um pouco mais tarde, os cremes anti-rugas são de grande eficácia. Hoje, substâncias químicas ou extraídas da natureza ajudam a mulher a ficar jovem por mais tempo.²⁵

Além desse artigo, vários anúncios indicavam que o processo natural de envelhecimento foi um alvo muito utilizado pela indústria de cosmético, já que os produtos em geral sempre apelavam para o conceito de juventude. Para manter-se jovem era necessário criar o hábito de cuidar de si, desde menina; hábito este que a mãe deveria passar para as filhas.

A idéia de movimento nos anos 70 vendia para a leitora de *Claudia* o slogan mexa-se, movimente-se, em outras palavras, saia da passividade. E a transformação inevitavelmente passou pelo corpo, exigia que a mulher casada enfrentasse a divulgada crise conjugal sendo bela, pois a beleza estava à mostra nas ruas em corpos jovens e sedutores.

²⁵ Revista Claudia, abril de 1975. p.59.

A leitora foi bombardeada por dietas, tratamentos faciais, produtos para o corpo, exercícios físicos, tudo para deixá-la bela, jovem e saudável, pois isso facilitaria na luta contra a concorrência e na manutenção da sua vida conjugal.

No início dos anos 80 a *Revista Claudia* dava mostra que nesta nova década algo mudaria em prol das mulheres, já que estas deveriam cuidar de si, por si mesmas, ou seja, o discurso da revista incitava as leitoras a estarem belas para elas, por elas e não mais para os outros (filhos ou marido). Assim afirmava:

Sinta-se bem (um roteiro para você se cuidar por dentro e por fora)

Se os anos 70 foram marcados pelo mexa-se, esta promete ser a década do permita-se. Nós apoiamos esse slogan e vamos mostrar aqui como você pode se sentir bem. Porque se até agora a mulher sempre pensou no bem-estar do marido e dos filhos, chegou a hora de pensar em si mesma. Então, que tal começar a satisfazer os seus desejos e necessidades? Veja só o que você pode fazer por si mesma para se sentir bem, por dentro e por fora. Pense mais em você mesma, gratifique-se.

Nós mulheres, por uma tradição cultural, estamos acostumadas a ter gratificações através dos outros: o bom desempenho dos filhos, o sucesso do marido. A tal ponto que muitas vezes a gente nem sabe mais o que nos gratifica. Está na hora de pensar em você mesma, de fazer coisas para o seu eu. Afinal, você é uma pessoa com necessidades e desejos que precisam ser atendidos. Afinal, os homens nem colocam em discussão o “direito de se gratificar”. É claro, eles têm o futebol dos sábados à tarde, a cervejinha depois do trabalho. E nós? Precisamos encontrar, em nosso ambiente, o que nos gratifica. Não é fácil, porque há séculos fomos condicionadas a ter uma atitude passiva. Mas é bom lembrar que é com o primeiro passo que se inicia uma caminhada de mil quilômetros! Gratifique-se, aprendendo o esporte que você sempre quis e nunca achou tempo para fazer. Gratifique-se, fazendo um curso de jardinagem, artesanato, culinária. Ou então fazendo para o jantar o seu prato preferido – e não o dele. Gratifique-se, sempre faz bem!²⁶

²⁶ Revista Claudia, março de 1980. p.140.

O discurso do *permita-se* ainda reafirmava a preocupação que a leitora deveria ter com seu corpo. A busca por um ideal de beleza ainda era fundamental, fazendo com que os mais diversos tratamentos e produtos fossem colocados à disposição nas páginas de *Claudia*.

Nessa perspectiva, o culto à magreza, produto do século XX, apropria-se dos exercícios físicos que ganhavam progressivamente as páginas de *Claudia*: “Três exercícios básicos para colocá-la em forma, num programa rápido que você cumpre até no quarto” (setembro de 1981); “Um tratamento completo, para você entrar em forma depois das férias”, “Colo e pescoço: exercícios especiais para relaxar estes pontos tão sofridos do corpo” (março de 1982); “Cintura fina, barriga plana, estômago discreto: três qualidades indispensáveis deste verão. Para tê-las veja dicas na pág.” (outubro de 1982); “Dança aeróbica, uma mania de saúde que também elimina a flacidez e emagrece!” (março de 1983); “Ginásticas da moda – tudo sobre musculação, alongamento, dança aeróbica e ginástica modeladora” (março de 1984); “Nova ginástica – veja suas vantagens e os exercícios recomendados” (maio de 1985); “Entrar em forma nadando” (setembro de 1985).

No entanto não bastava fazer exercícios físicos, era preciso ter uma dieta natural. Embora menos do que na década de 70, as dietas de emagrecimento continuaram presentes em *Claudia*, mas agora vinculada à idéia de saúde. Essas dietas foram propostas para toda a família, proporcionando uma reeducação alimentar sob a égide da vida saudável. Mira afirma que no culto ao corpo temos duas grandes tendências: a da saúde e a da estética. E que essa podem ser encontradas nas revistas brasileiras. Vejamos:

Na verdade, são duas correntes em tensão, mas que, muitas vezes, confundem-se na idéia de que um corpo saudável é um corpo bonito e vice-versa. O exercício físico e a dieta alimentar aparecem como pontos de confluência dessas duas visões. Quem se alimenta corretamente e faz exercícios tem um corpo bonito

(magro) e não tem problemas circulatórios, respiratórios, depressão etc. A obesidade contraria, ao mesmo tempo, os ideais de beleza e saúde, tornando-se o grande mal de uma sociedade sedentária e da abundância (para as classes que consomem).²⁷

Como podemos perceber os diversos artigos de *Claudia*, ao construir seu discurso, interagiam com essas duas tendências, e a busca pela estética encontrou na saúde seu grande aliado. O culto à magreza foi reforçado com a justificativa que um corpo gordo, além de não conter os ideais de beleza, não era saudável.

O *permita-se* se associava ao *mexa-se*, e ambos deveriam tornar a mulher jovem e magra, garantia de sucesso e beleza. O culto à beleza recebe muitas críticas, pois para muitos autores, embora as mulheres tenham efetivado muitas conquistas tornaram-se presas do próprio corpo.

A representação do corpo feminino em *Claudia* preocupou-se com cada detalhe, cada parte do corpo. Por meio da leitura de seu periódico amigo, a mulher passava por uma remodelagem ao optar por explorar as técnicas e os produtos os quais foram colocados à disposição de seu conhecimento e convencimento. Ser bela consistia numa obrigação, e manter-se magra e jovem deveria ser sua obstinação.

3.2 A vitrine ao alcance das mãos: a moda de Claudia “vestindo” o corpo e a mente da mulher.

Os hábitos de vestir o corpo, o estilo, o corpo, a etiqueta, a moda tem seduzido muitos pesquisadores para olhar esses objetos e suas transformações no processo histórico. Destacamos a importância de estudos como de Fernand Braudel sobre a roupa e a moda, em “Civilização Material”, nos séculos XV – XVIII²⁸; como

²⁷ MIRA, op.cit. p.185

²⁸BRAUDEL, Fernand. *Civilização material, economia e capitalismo séculos XV-XVIII*. As estruturas do cotidiano: o possível e o impossível. V. 1 São Paulo: MARTINS Fontes, 1995.

também de Daniel Roche em “O Povo de Paris”²⁹ e a “Cultura das aparências – uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)”. Neste último o autor teve como objetivo discutir o estudo do consumo indumentário parisiense como uma oportunidade de olhar as posses, hierarquias, os costumes e reconstruir os itinerários sociais e comerciais da roupa, do produtor ao usuário, buscando assim analisar entre a realidade e as representações das aparências, as mudanças que se processaram.³⁰

Em, “O Império do Efêmero”, Lipovetsky analisa a moda e seu destino nas sociedades modernas; para este sociólogo da metade do século XIX até a década de 1960 se define a primeira fase da história da moda moderna, um momento heróico e sublime. Vejamos:

A moda moderna caracteriza-se pelo fato de que se articulou em torno de duas indústrias novas, com objetivos e métodos, com artigos e prestígios sem dúvida nenhuma incomparáveis, mas que não deixam de formar uma configuração unitária, um sistema homogêneo e regular na história da produção das frivolidades. A *Alta Costura* de um lado, inicialmente chamada *Costura*, a *confeção* industrial de outro – tais são as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e *griffés* da Alta Costura. Criação de modelos originais, reprodução industrial: a moda que ganha corpo se apresenta sob o signo de uma diferenciação marcada em matéria de técnicas, de preços, de renomes, de objetivos, de acordo com uma sociedade ela própria dividida em classes, com modos de vida e aspirações nitidamente contrastados.³¹

²⁹ROCHE, Daniel. *O Povo de Paris*: ensaio sobre a cultura popular no século XVIII. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

³⁰Id. *A cultura das aparências*: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII). São Paulo: Editora Senac, 2007.p.75

³¹ LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero*: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.p.70.

Para ele a Alta Costura lançava a tendência do ano, e as confecções e indústrias inspiravam-se nela. Entretanto em 1960 o autor afirma que uma nova fase da história da moda é inaugurada. Uma fase com uma face mais democrática e individualista, ou prêt-à-porter:

A verdadeira revolução que destruiu a arquitetura da moda de cem anos é a que transformou a lógica da produção industrial: corresponde à irrupção a ao desenvolvimento do que chamamos de prêt-à-porter. É em 1949 que J.C.Weill lança na França a expressão “prêt-à-porter” tirada da formula americana *ready to wear*, e isso a fim de libertar a confecção de sua má imagem de marca. À diferença da confecção tradicional, o prêt-à-porter engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todos, e ainda assim “moda”, inspiradas nas ultimas tendências do momento. Enquanto a roupa de confecção apresentava muitas vezes um corte defeituoso, uma falta de acabamento, de qualidade e de fantasia, o prêt-à-porter quer fundir a indústria e a moda, quer colocar a novidade, o estilo, a estética na rua. [...] Pouco a pouco, os industriais do prêt-à-porter vão tomar consciência da necessidade de associar-se a *estilistas*, de oferecer um vestuário com um valor que some moda e estética, de que os EUA já dão o exemplo. [...] Com o estilismo o vestuário industrial de massa muda de estatus, torna-se integralmente um produto da moda. As primeiras griffes do prêt-à-porter aparecerão nas publicidades.³²

Essas afirmações certamente seriam confirmadas ao se adquirir uma revista feminina do período, pois a imprensa feminina acompanhou de perto o desenvolvimento da moda. No caso do nosso objeto de pesquisa, a *Revista Claudia*, evidencia-se o processo da indústria da moda no Brasil, a prática de publicar as tendências da Alta Costura internacional, a expansão das confecções e os inúmeros anúncios e reportagens que seduziam a leitora e a convidava a escolher um estilo.

³² Ibidem.,p.109

Percebemos que as partes destinadas à moda funcionavam para *Claudia* como vitrines ao alcance das mãos de sua leitora. O desejo despertado ao folhear a revista se materializaria ao comprar e vestir uma roupa da última tendência, estilo ou moda publicada naquele mês. Ao construir uma seção de moda, muito comum nas revistas femininas, incitava-se o sonho do consumo.

Em *Claudia* a moda foi construída na concepção de roupas prontas para vestir, o prêt-à-porter; mas torna-se evidente que este ainda está em fase de consolidação, pois os nomes da Alta Costura internacional encontravam-se presentes nas páginas da revista.

A dinâmica da seção de moda consistia em publicar fotos, com as modelos vestidas para diferentes ocasiões e épocas do ano, como também evidenciavam-se os nomes das confecções e o tipo de tecido utilizado nas roupas. Não era a tônica da revista fornecer os moldes de suas roupas, pois para esse fim a Editora Abril possuía a revista Manequim, destinada a um outro público.

A moda como construção de distinção social e de gênero voltou-se para a consumidora moderna, a os anúncios indicavam de um lado o avanço da produção e de outro o aumento dos consumidores que buscavam obter determinadas marcas e tecidos como reconhecimento de seu grupo social.

Outro fator importante analisado é que quando *Claudia* trata do tema da “moda”, seja nos artigos, seja na publicidade, procura não associar às múltiplas representações femininas presentes no restante da revista. A moda para a mulher é seu grande destaque, mas as fotos das modelos, os textos produzidos na seção de moda, os anúncios procuravam ocultar as “missões” femininas de esposa, dona de casa e mãe. Evidente que tais representações eram percebidas quando, mesmo em menor quantidade, a revista vinculava: a moda para gestante, a moda infantil ou a moda para Ele. Entretanto a representação da mulher como profissional invade a moda de *Claudia* entre 1980 e 1985 e a moda feminina para quem trabalha fora passa a ser uma constante no periódico

como indicam estas chamadas de moda: “Terninho para uma esticada depois do trabalho” (dezembro de 80) e “Vamos ao trabalho no tom da moda.” (fevereiro de 1980).

Para Lipovetsky, “os cuidados com a aparência intensificaram-se à medida que as mulheres passaram a exercer uma atividade profissional”³³. A mulher independente com vida profissional e diploma investe tempo, esforço e dinheiro para o cuidado e apresentação pessoal. Assim o autor conclui que

Somos testemunhas da reconciliação do código tradicional da beleza feminina com a norma pós-moderna do trabalho, do narcisismo estético com a atividade produtora, do ideal estético do feminino com o ideal de autonomia intelectual e profissional. [...] O impulso da liberdade entre gêneros não porá fim mecanicamente à feminização do luxo.³⁴

A moda e sua relação com o feminino esteve presente em *Claudia* desde os primeiros números. Além de modelar o corpo conquistando as formas tidas como ideais e perfeitas, cuidou também de vesti-lo. Para esse fim a revista aliou-se à publicidade destacando as principais novidades do mercado. Tratar da moda em *Claudia* significa perceber de um lado a construção do feminino, já que procurava ensinar sua leitora a se compor, saber escolher o que usar em cada ocasião, saber combinar os acessórios a as diversas peças do seu guarda-roupa. E de outro, aprender numa fase da história da moda no Brasil, pois a revista acompanha as transformações e fortalecimento da indústria têxtil brasileira e o boom das grandes lojas e marcas do *prêt-à-poter*.

A seguir analisaremos a indústria da moda em *Claudia*, as influências da Alta Costura, da indústria têxtil e a busca entre tantas tendências de um estilo próprio. Posteriormente trabalhamos com um aspecto muito presente na publicidade e nos

³³ LIPOVETSKY, Gilles. *O luxo Eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2005.p.77

³⁴LIPOVETSKY, loc. cit

artigos sobre moda feminina: a moda íntima. Por meio desta vislumbramos a modificação na construção do comportamento feminino em *Claudia*, reconhecendo aquilo que Roche já afirmava ao pesquisar os inventários sobre trajes populares:

Por meio da roupa e do vestuário se revela uma relação entre os homens, as mulheres e seus corpos; o caráter privado e o caráter público combinam-se aí o bastante para restituir um sentido simbólico aos gestos, permitir reencontrar a adesão aos usos antigos e centelha refletida das modas.³⁵

3.2.1 a indústria da moda em Claudia: a busca de um estilo entre as diversas tendências.

A primeira matéria de moda publicada na *Revista Claudia* trazia, em outubro de 1961, a tendência para a primavera, fortemente influenciada internacionalmente e agregada a um moralismo ainda presente no Brasil. Tinha como característica muito plissado, babados, flores, drapeados, fitas. As cores eram basicamente o pastel, preto e branco.

Mas torna-se evidente já no segundo número da revista uma preocupação em destacar a moda para a mulher brasileira e acima de tudo para a leitora da revista. Em novembro de 1961 a reportagem “*Como nasceu o estilo Claudia*” explicava a seu público que esta seção pretendia trazer as novidades das tecelagens brasileiras. Assim afirmavam:

Nas páginas seguintes aparece a primeira reportagem dedicada à moda-Claudia. Trata-se de um novo estilo de moda, simples e prático, que criamos com a colaboração das principais tecelagens e dos melhores desenhistas de todo o país.

Para criar o estilo-Claudia pusemo-nos a campo, há cerca de dois meses. E queremos agora, nestas duas páginas, abrir uma

³⁵ROCHE, Daniel. *O Povo de Paris*: ensaio sobre a cultura popular no século XVIII. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.p.222

pequena fresta para que você conheça os bastidores do nosso trabalho.

Tudo começou numa bela manhã, quando a diretora de moda iniciou as visitas às tecelagens do Rio e de São Paulo para escolher o que havia de mais nôvo e bonito no campo dos novos tecidos. Na foto, quem dá as explicações é o sr. Azambuja, diretor da Tecelagem As Américas.

Na segunda etapa foi a visita aos costureiros. Os tecidos já estavam escolhidos e precisávamos agora que os desenhistas de moda interpretassem o que nós entendíamos por moda-Claudia. Dener estava em plena atividade quando fomos visitá-lo. Mas parou tudo e, em pouquíssimos minutos desenhou um dos lindos vestidos da nossa primeira série de modelos.

Os dias se passaram e chegou a época das provas. Íamos começar a ver os resultados de nosso trabalho! O costureiro da casa Vogue, parece satisfeito com a sua criação.

Os últimos preparativos merecem todos os cuidados. O dia da reportagem está às portas. Do Rio chegam os modelos que vestirão as criações cariocas. E no aeroporto são recebidos pelo Diretor de Relações Públicas, em nome de Claudia.

Finalmente, o grande dia! Enquanto o Diretor de Arte acompanha a montagem de um cenário, maquiadores e cabeleireiros retocam os modelos. Os fotógrafos se preparam.

O resto está aí. É só virar a página.³⁶

A reportagem possui um tom de aproximação, ou seja, mostrava à sua leitora como a revista se dedicou para trazer um estilo próprio para essa mulher, ressaltando que esse novo estilo foi uma criação dos grandes nomes da costura nacional, pois a alta costura ainda reinava nas décadas de 60, do século XX.

Ao lado das imagens com os modelos a revista vinculou um texto que apelava para o discurso da mulher moderna e prática; os vestidos eram, segundo a revista: “preferido pela mulher moderna”, “leve e vaporoso, sedutor e feminino”, “a fórmula elegante para o verão”, “gracioso”, “mais-interessantes”, “alegres”.

³⁶ Revista Claudia, novembro de 1961.p.45.

No entanto, quem definia a silhueta feminina nos anos 60 ainda eram os costureiros franceses, assim junto com o estilo - *Claudia*, o mesmo número da revista trouxe já na primeira página um artigo sobre como seria a moda em 1962.

Sim, a NOVA MODA é clássica. Muito feminina e prática e, nem por isso, menos fascinante. Ao contrário, é encantadora e será adorada por todas as mulheres. Não terá inimigas, pois convém a todas. Seu estilo é juvenil e dinâmico, condizente ao nosso tempo. Dior, Ricci, Cardin e Chanel lideram o movimento sutil de renovação, do qual resulta a NOVA MODA 1962 que, como diz Chanel, “não é completamente a mesma (de 1961), nem completamente outra”.

Reaparece a feminilidade da silhueta. O busto delicadamente desenhado, a cintura em seu lugar natural, as saias suavemente alargadas. Nos vestidos de talhe simples, aparece uma série de pequenas inovações, que funcionam como “toques mágicos”: a saia “móvel” em diagonal, o estilo princesa em viés, de efeito assimétrico ou espiral.

[...]

Os tecidos preferidos para a construção da nova linha são tecidos bem femininos e, entre eles, têm destaque especial: para a tarde, os crepes, ideais para drapear, como o crepe Rhodia Starella ou o levíssimo crepe de nylon Chilon, Amorella e mousselines Rhodiansyl estampadas, os shantungs mistos Rhodosá como o Flou-Shantung, as “toiles” rústicas como a J.K. e as “toiles” de France em fibrane Rhodosá³⁷

Esse artigo traduz como a moda estava representada em *Claudia* nos anos 60, pois a “nova moda” além de trazer todos os adjetivos que eram utilizados para indicar a modernidade da revista (nova, prática, juvenil, dinâmica, encantadora) também indicaria que a moda internacional ainda era a base para os costureiros brasileiros, que tentariam traduzir as tendências para a mulher e destacar seu corpo e sua feminilidade.

³⁷ Revista *Claudia*, novembro de 1961. p.3.

A utilização de nomes da Alta Costura internacional (Dior, Ricci, Cardin e Chanel) apresenta-se como um recurso da revista, no sentido de emprestar o capital simbólico e o capital de prestígio que esses nomes possuem na moda. Para Bourdieu, o capital simbólico seria:

Uma dádiva atribuída àqueles que possuem legitimidade para impor categorias do pensamento e, portanto, uma visão de mundo. Propriedade de poucos, o capital simbólico e o capital social são recursos conquistados à custa de muito investimento, tempo, dinheiro e disposição pessoal.³⁸

O valor desses nomes, dessas assinaturas confere a autoridade e a crença na produção e no consumo da moda; a revista reveste-se desse universo simbólico dos criadores internacionais para legitimar sua “fala”.

Por outro lado, o artigo também nos remete aos tecidos preferidos para a construção da nova moda, e o grande destaque ficou em torno de tecidos fabricados pela Rhodia, uma empresa que se instalou no Brasil em 1919, como uma filial da empresa francesa Rhône-Poulenc e em 1955 havia conseguido as patentes para fabricar os fios e fibras sintéticas no Brasil. Segundo Bonadia:

Em 1969, Rhodianyl, Rhodalba, Tercryl, Rhodosá, Crylor, Tergal e Rhodiela eram as principais marcas da Rhodia (ou seja, diferentes fibras sintéticas – texturizadas, retorcidas ou misturadas a outras fibras – fabricadas pela empresa). Cada uma era identificada por um logotipo que lhes conferia identidade própria os quais, em sua maioria, preservaram no Brasil a identidade visual criada na França; apenas o Tergal recebeu adaptações quando lançada no país, por aqui a etiqueta era confeccionada em verde e amarelo.³⁹

³⁸ BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença*. São Paulo: Zouk, 2004.p.10

³⁹BONADIO,Maria Claudia. *O fio sintético é um show!:* moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970.p.52

Essas marcas vão estar presentes na seção de moda da revista e principalmente na publicidade, as confecções que publicariam seus anúncios de roupas femininas sempre destacariam o tecido utilizado no feitiço das peças, e a própria Rhodia fazia propaganda de seus fios e fibras. Ingácio de Loyola Brandão, um dos redatores de *Claudia*, afirmaria que a evolução de *Claudia* e Rhodia ocorriam juntas.

Acho que *Claudia* ajudou na formação de uma moda nacional, porque a indústria de moda nacional não existia. A existência da revista possibilitou um espaço de divulgação para essa nova indústria chegar às mulheres. Ela levou à grande classe média brasileira, que não tinha acesso à alta costura, uma outra espécie de costura... Ou seja, contribuiu para desmistificar a alta costura e popularizá-la. E aí começaram a aparecer as confecções. Você pode ver que a evolução da *Claudia* e a evolução da Rhodia estão muito ligadas, caminharam juntas, trabalharam juntas. A *Claudia* era o veículo em que a Rhodia colocava seus produtos.⁴⁰

Assim a divulgação da indústria têxtil nacional e das confecções foi uma constante na revista: “Supremo Bom-Gôsto. O fio Helanca-SAABA, com a garantia de qualidade do nylon Rhodianyl.” (dezembro de 1962); “Lupo sabe que na época das mini-saias cada vez mais mini as meias precisam ser compridas. Por isso, além do tamanho médio, fez meias até bem lá em cima. Você concorda? Meias Lupo – Rhodianyl.” (julho de 1967); “Sem malhas Pingouim o inverno é apenas uma temporada fria.” (julho de 1969); “A coleção 1971 de Aparício, toda feita com tecidos Parahyba – tecelagem Parahyba – S.A.” (maio de 1971); “Calças Deblu um produto das confecções Detex Ltda – Rhodianyl – Helanca.” (agosto de 1973); “Lee, moda jovem da cabeça aos pés, sem preconceito de hora. Ou de lugar. Lee S.A. Indústria de Confecções.” (maio de 1978); “As indomáveis panteras – Dropnyl. As irresistíveis gatinhas – Dropnyl. – Dropnyl “Cia. Hering – 1980 –

⁴⁰ MIRA, op.cit., p.55

Ano do Centenário Hering” – a moda gostosa. Rhodia controla a qualidade.” (fevereiro de 1980); “Cia. Hering – 1980 – Ano do Centenário Hering.”(dezembro de 1980); “Flory – a moda que é um pouco de você”; “Santista – legítimo Brim color – o que é bom dura muito.”; “A melhor moda da Mesbla.” (fevereiro de 1982); “Cada mulher tem seu gênero e a C & A tem o gênero de todas – C & A. a passarela da moda.” (setembro de 1983).

Estes são alguns dos inúmeros exemplos de como a moda nacional, as confecções e os tecidos estariam sendo destacados na *Revista Claudia*.

Nos finais dos anos 60 e começo dos anos 70 a revista destacou os produtos nacionais, prêt-à-poter invadiu a revista, os nomes da moda internacional continuavam dando seu capital simbólico ao lado da moda brasileira.

Ele criou esta meia.

Quero que as mulheres tenham pernas lindas disse Pierre Cardin. E Pierre Cardin, o homem que mais entende de moda, no mundo, fez as meias Pierre Cardin.⁴¹

Malhas para este inverno

Cada dia que passa, mais perfeita fica a malha nacional. Os modelos são moderníssimos: os mesmos que estão sendo usados, atualmente, pelas inglesas e francesas. Claudia viu tudo: desde a roupa de malha que você encontra nas grandes lojas até a mais exclusiva das butiques. E de tudo que viu, dez modelos nos chamaram a atenção. Num, foi a “trama” genial. Em outro, os bolsos eram muito engraçados. Noutro ainda, era o punho absolutamente novo. Descubra com Claudia a nova malha nacional: você vai gostar muito. A moda malha anda muito bacana.⁴²

A Boa Viagem da Moda Prêt- à-Porter.

A Valisère lança em sua coleção prêt-à-poter verão uma linha de modelos superesportivos,descontraídos [...] Tôda a pratisidade e

⁴¹ Revista Claudia, julho de 1969.p.8

⁴² Revista Claudia, julho de 1969. p.96

leveza do prêt-à-poter atual está evidenciada nos modelos Valisère para o próximo verão.⁴³

Lipovetsky afirma que a Alta Costura, a princípio hostil ao prêt-à-poter, haveria compreendido que adotar esse novo método e associá-lo ao capital de prestígio de seu nome poderia ser interessante. Assim, em 1959, Pierre Cardin apresentou sua 1ª coleção de prêt-à-poter e em 1963 abriu o 1º departamento prêt-à-poter. Ele também foi o pioneiro costureiro a assinar acordos com os grandes fabricantes do novo estilo para que estes explorassem o prestígio de sua griffe.⁴⁴

As tendências vindas da França, da Itália, a moda européia, continuou presente no periódico e ditando a tendência. Em julho de 1983, Constanza Pascolato, editora de moda de Claudia, contou que de seis em seis meses ia a Paris para assistir aos lançamentos das últimas criações dos estilistas para o inverno e verão e depois transmitir às leitoras o que viu o que mudou. Nessa edição Pascolato afirmou que tinha ficado claro para ela que o costureiro e a alta-costura haveriam ficado obsoletos, e em seu lugar *“nasceu o estilista, muito mais preocupado em vender moda para o mundo inteiro – através das revistas especializadas – e criar um estilo de roupa que responda às necessidades da mulher de hoje.”*⁴⁵

De volta ao Brasil, Pascolato trazia na bagagem muitas idéias e sua função era usar a criatividade possível para adaptar a moda para a mulher e para o clima do dia-a-dia brasileiro, pois acreditava que aqui ainda não existia uma moda brasileira, mas sim um “jeitinho brasileiro” de vestir, nem melhor nem pior que outros, apenas diferente.⁴⁶

No final da década de 70 a até os anos de 1985, o que observamos é que a seção de moda de Claudia buscava o conforto

⁴³ Revista Claudia, setembro de 1971.p.65

⁴⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero...* op.cit.p.112

⁴⁵ Revista Claudia, julho de 1983.p.85

⁴⁶ Ibid. p.85

e a praticidade para as roupas femininas e ressaltou forte tendência que vinha para ficar: o jeans. Este foi apresentado como sendo a roupa certa *a roupa certa para este novo tempo. Despretensioso, durável, ele vinha se virando, se arrumando, se enfeitando, fazendo a maior graça com pouco gasto. Por isso, ele é, definitivamente, um estilo de vida*⁴⁷.

Tal estilo realmente se fortaleceu e esteve muito presente nas páginas de *Claudia*, com passe livre, título de um artigo. Vejamos

Jeans: a roupa período integral

Muda a estação. Muda a hora do dia. Mudam as situações mas o jeans está em todas. Cuida das crianças, faz compras e trabalha. Enfrenta imprevistos, participa de reuniões e relaxa-prepara um bom jantar. Esportivo ou sofisticado, é marca registrada de uma época, com passe livre para qualquer geração.⁴⁸

A praticidade foi articulada à moda de forma a torná-la versátil, funcional às várias atividades da mulher (esposa, dona de casa, mãe e agora muitas vezes profissional), e a moda dos anos 80 veio para colaborar com tais representações. Para a mulher que fica em casa, a revista trouxe “Vestir-se para ficar em casa? Parece bobagem. Mas você vai ver que delícia se “arrumar” para aquelas tardes preguiçosas, só com maridos e filhos.” (junho de 1981), estimulando a se vestir bem em casa; para quem trabalha “14 dias sem repetir uma roupa” (fevereiro de 1980); para quem promove recepções em casa “O que usar quando você recebe amigos? E quando é você a convidada? Damos soluções para brilhar sempre” (dezembro de 1980).

A década de 80 trouxe um novo estilo para a mulher com a saia balonê, as sandálias de plástico, os botons, o tênis bamba, os colares de pérolas, os cintos de tecidos, a calça baggy e o biquíni asa-delta, e reforçou a idéia de que cada mulher poderia inventar

⁴⁷ Revista *Claudia*, fevereiro de 1980. p.40.

⁴⁸ Revista *Claudia*, junho de 1981. p.102.

um estilo de acordo com seu corpo e suas necessidades. Vejamos o que afirmou Costanza Pascolato:

A indústria de moda brasileira tem demonstrado que já possui características próprias e, principalmente, que tem estilo. Está começando a aparecer a moda para cada estilo de mulher e para cada orçamento.

Para provar isso, mostramos que a moda encontrada nos grandes magazines segue as tendências e tem estilo. A proposta de cores e acessórios é coordenada e por isso é possível encontrar tudo que está em voga a preços bastante acessíveis.

Nas grandes lojas, hoje, você encontra desde a pequena peça (blusa, camiseta) até o conjunto completo, passando por todos os acessórios possíveis e imagináveis. E, como você já sabe, o acessório tem o poder de renovar uma roupa.

É uma verdadeira (e bem-vinda) democratização do estilo, que deixa a moda ao alcance de quem tem orçamento mais limitado, sem que ninguém perca nada.⁴⁹

Os acessórios foram destaques no editorial de moda como parte integrante do novo estilo, ressaltava que eram os acessórios que faziam o guarda-roupa de uma mulher, assim a revista trazia uma variedade de cintos, bijuterias, sapatos e meias. “As roupas esportivas, as bijuterias adequadas e ainda a beleza prática para ajudar viajar no fim de semana com ele.” (fevereiro de 1980); “Sapatos 83: elegantes e práticos”. (março de 1983); “Sapatos & Meias” (março de 1985); “Bijuterias que vão ser as “pérolas” do verão” (outubro de 1985).

Para atender tais objetivos, Claudia continuou aliada às grandes lojas, que se tornavam cada vez mais atentas à leitora, vendo-a como uma consumidora potencial.

A moda feminina também revelava as alterações ocorridas com o comportamento feminino, pois muitos artigos indicavam que as construções e representações femininas em *Claudia* tinham se modificado, pelo menos no que se referia à moda. A mulher

⁴⁹ Revista Claudia, outubro de 1982.p.131.

aparecia mais “liberada” para a conquista. Esse discurso pôde ser confirmado nos anúncios e artigos sobre lingerie.

3.2.2 Da romântica à Sexy: a moda íntima no espaço Público

A moda feminina, como vimos, acompanhou todo o processo histórico da moda internacional e do desenvolvimento da indústria têxtil brasileira, assim como o auge do *prêt-à-poter* com as confecções. Esse caminho pode ser identificado na produção das peças íntimas do guarda-roupa feminino, que ganharam as páginas da revista indicando que a mulher deveria estar na moda, nos momentos de intimidade também.

Nas três décadas que pesquisamos, a lingerie foi exposta nos anúncios e artigos e representou as alterações que a revista construía como atitudes possíveis para cada período.

Em 60 os adjetivos utilizados para caracterizar as peças íntimas nos anúncios eram o charme, a classe, a elegância, o fascínio, o encanto. As cores claras eram como sinônimos de delicadeza e a renda, a seda, o nylon dariam a leveza necessária para indicar a representação da mulher bem-comportada. Os modelos escondiam todo o corpo da mulher, e a sensualidade feminina era destacada no olhar. Vejamos:

O mais feminino dos presentes...

Um presente Valisère é sempre um encantamento para a mulher. Lingerie de alta classe, luxuosa e confortável, nas mais variadas gamas de cores. Em jérsei Rhodia ou em nylon Rhodianyl, antissépticamente pura, graças ao processo Sanitized. Valisère, contato que é uma carícia.⁵⁰

A lingerie é associada no anúncio de Valisère como o mais feminino dos presentes. Já em 1965 *Claudia* vinculava a roupa de dormir com o mistério e a mulher a uma estrela.

⁵⁰ Revista Claudia, dezembro de 1962.p.45

O vago mistério da última estrêla.

Na hora em que as estrelas marcam bem o céu na distância, na hora em que o mistério da noite anuncia vagamente a madrugada, depois de vestir a roupa de coquetel e jantar, é hora de vestir roupa de dormir. Côres delicadas, tecidos transparentes, fitas, rendas. Babados. E laços nos cabelos, displicentes e cuidados ao mesmo tempo. Ao lado, robe de renda com babados, transpassado como os quimonos japoneses. Nesta página, camisolas brancas, em nylon ou sêda pura, com fita branca marcando o busto.⁵¹

A transparência anunciada no texto ainda era discutida e apenas insinuava as formas do corpo da modelo. Vale ressaltar que nesses anos o país passava pela censura do período militar, os corpos além das idéias encontravam-se controlados e disciplinados, assim a revista sabia o que podia e o que queria publicar. No caso de *Claudia*, embora os artigos e anúncios não tratem explicitamente de que aquele lingerie é da esposa, mãe, a imagem e as entrelinhas do texto constroem essas representações.

No final dos anos 60 e início dos anos 70, certamente motivada pelo movimento feminista internacional, a publicidade vinculava a imagem do lingerie com uma mulher mais liberada. No anúncio de Darling tínhamos: *dade...liberdade...liberda...legancia...elegância...ele isto é...Darling!!*⁵²

Percebemos que a linguagem da revolução sexual foi assumida pela publicidade e aceita pelos produtores de *Claudia*, que vendiam suas páginas para tais anúncios. Entretanto o termo liberdade possuía duplo sentido, o de movimento, com significado de mexa-se, associado ao tipo de tecido, e por outro lado o do discurso do movimento feminista, vinculado à libertação, ao fim da opressão. Vejamos o anúncio de Lycra.

Assim um anúncio de Lycra afirmava:

⁵¹ Revista Claudia, dezembro de 1965.p.53

⁵² Revista Claudia, julho de 1967.p.11

Lycra

Lycra anuncia o fim da opressão.

“Lycra” em linguagem revolucionária quer dizer “basta”.

Basta de limitação dos movimentos, basta de ficar presa a preconceitos, basta de carregar sobre o corpo todo o peso de séculos de opressão.

“Lycra” é a base de um empolgante movimento mundial de libertação, que traz de volta à circulação a mulher ao natural.

A mulher como ela é, sem artifícios e sem inibições.

Para garantir isso, “Lycra” vem com tudo o que é necessário: uma extraordinária leveza e uma flexibilidade sem igual.

Usando “Lycra” você fica livre e soltinha como se não estivesse usando nada.

Mas lembre-se: usando um soutien, uma cinta ou uma calcinha de “Lycra” você não estará apenas usando um soutien, uma cinta ou uma calcinha.

Você estará envergando uma verdadeira bandeira contra a opressão.⁵³

Como *Claudia* intitulava-se moderna, os assuntos sobre o movimento feminista ficavam nas entrelinhas do corpo e da moda, assim como veremos no último capítulo, destinados também à seção “*A arte de ser mulher*”, de Carmem da Silva.

Embora a erotização tivesse sido “permitida” para a mulher no limite do casamento, os lingerie continuavam comportados, servindo ao dia-a-dia da mulher. Em agosto de 73, num anúncio da De Millus, e ao lado da última página de *Claudia*, vem publicado um modelo de soutien mais ousado cujo dado é “Diabolique”, feito em crochê forrado com Jersey e transparente, visualizava na imagem o seio da mulher e ocultava-se o rosto dela. Esse modelo permitia regular a alça em três posições diferentes, de acordo com a roupa que a mulher fosse vestir. Sua chamada era. “Diabolique: Audacioso, reticente, comportado. O soutien De Millus que vale por três.”⁵⁴

⁵³ Revista *Claudia*, outubro de 1972. p.205.

⁵⁴ Revista *Claudia*, agosto de 1973.

Essa imagem transparente do tecido permitindo visualizar o corpo da mulher era quase uma exceção em Claudia, as calcinhas e soutiens dos anúncios e a roupa para dormir procuravam cobrir tais partes: “As coisas belas devem ser mostradas com delicadeza”, afirmava um anúncio de “soutien Viviam”, em julho de 76⁵⁵, e essa foi desde o início a tônica dos lingerie.

Entretanto, a partir de 1977 percebemos que o lingerie se tornou ao mesmo tempo mais funcional e sensual, e os anúncios procuravam focar no corpo. Vejamos:

Triumph Extra 2000

O único enfeite são as curvas de seu próprio corpo.

Triumph Extra 2000 é uma nova linha programada para as mulheres que pensam muito adiante de seu tempo. Uma linha tão simples e despojada que o único enfeite são as próprias curvas de seu corpo. Inútil procurar detalhes supérfluos como florzinhas, nervuras, rendas e babados. No “design” elegante e funcional, no tecido especial de LYCRA®, na elasticidade controlada e firme, tudo é novo nesta linha Triumph Extra 2000 que fará surgir a nova mulher que existe em você.

No mundo inteiro as mulheres preferem Triumph.⁵⁶

Podemos perceber que esse anúncio destaca a funcionalidade da peça e despreza os detalhes antes ditos como fundamentais para a delicadeza e feminilidade, agora assinalados como supérfluos.

Além da praticidade do lingerie, outro fator consiste que antes a moda íntima era destinada para mulher, ficar mais confortável e charmosa, entretanto no final dos anos 70 e na primeira metade de 80 os anúncios e os artigos além de mais sensuais, em cores claras, escuras (preto e vermelho) e transparente eram destinados para as mulheres surpreenderem o homem “hope, hope – surpreenda-o esta noite com hope. A

⁵⁵ Revista Claudia, julho de 1976.

⁵⁶Revista Claudia, outubro de 1977.p.62

calçinha que os homens preferem”; “Romântica e ...sexy...camisola”.(junho de 1978).

As peças tornam-se menores, convidando a leitora para ser sexy, sem perder o romantismo, renovando seu amor a cada noite.

Renove seu amor a cada noite.

A hora de dormir é um reflexo da realidade maior da mulher, e o renascer do corpo feminino marca o início de uma nova vida, que renova o seu amor. No procurar dos motivos que tornam admiráveis estas horas, De Millus é uma das lindas partes que contemplam a realidade da mulher, com lingerie que fazem você renovar o seu amor a cada noite. Com De Millus, o amor da noite será sempre uma eterna novidade.⁵⁷

O renascimento do corpo feminino como marca de um início de uma nova vida indica que a mulher estava pronta para conquistar, ao mesmo tempo em que os sacrifícios para manter o corpo dentro do perfil estético da época, de escolher um lingerie, de saber se vestir não era para satisfazer seus desejos e sim o do outro, o homem, a quem ela deveria surpreender.

O cuidado com o corpo, o cuidado consigo mesma, como vimos, fazia-se por meio da utilização dos diversos produtos das indústrias cosméticas, do eterno aprender sobre a última novidade para ficar bela, das infinitas ginásticas e intermináveis dietas e, como acabamos de analisar, no saber se compor, ao escolher o tecido certo, a roupa correta, o acessório indispensável e o lingerie que surpreenderia.

No entanto esse corpo deveria estar pronto para cumprir suas representações tão arraigadas, constituídas e reconstruídas pelo discurso de *Claudia*, e nesse aspecto a seção de cozinha vinha para lembrá-la de que a cozinha ainda continuava sendo o espaço exclusivo para sua missão.

⁵⁷ Revista Claudia, fevereiro de 1980.p.21

Enfim, a culinária tratada por *Claudia* veio para alimentar o corpo da mulher e da sua família, assim como alimentar as relações sociais que permeavam a realidade da leitora.

3.3- Os assuntos de Cozinha: a arte de saber escolher, comprar, preparar e servir.

Olhar pela ótica da história da vida privada, do cotidiano das famílias nos conduz certamente a alguns hábitos que são a base de toda sociedade. Os hábitos alimentares, as maneiras de morar, as escolhas ao vestir, os modos de vida revelam os comportamentos sociais, econômicos e culturais de uma sociedade.

Ao analisar as estruturas do cotidiano do século XV-XVIII Fernand Braudel nos revela como a vida material apresenta-se lado a lado com a civilização econômica, e como devem ser analisadas juntas, pois essa última anda a par dela, a perturba e, ao contradizê-la, a explica.⁵⁸

No capítulo intitulado “O supérfluo e o costumeiro: alimentos e bebidas”, Braudel faz uma verdadeira história cultural dos alimentos consumidos na Europa, assim como dos modos de se comportar a mesa, das bebidas apreciadas e dos estimulantes, como o tabaco. A riqueza dos detalhes mostra-nos ainda como, ao se tratar de escolhas menos essenciais, entram em jogo as questões entre o necessário e o supérfluo. Analisou os alimentos tidos como fundamentais, como o trigo, o arroz, o milho. Entretanto, quando vai analisar alimentos que são menos habituais, como a carne, por exemplo, os conceitos de luxo e de supérfluo aparecem nos discursos. Vejamos:

O luxo tem, pois, muitas faces, conforme as épocas, os países ou as civilizações em causa. Em contrapartida, o que nunca muda é a comédia social, sem princípio nem fim, de que o luxo é ao mesmo tempo moldura e tema, espetáculo favorito para sociólogos,

⁵⁸ BRAUDEL, op.cit., p.16

psicanalistas, economistas, historiadores. Claro que é necessário que os privilegiados e os espectadores, isto é, a massa que os contempla, assente numa certa convivência. O luxo não é apenas raridade, vaidade, é sucesso, fascínio sociais, o sonho que os pobres um dia realizam fazendo-o perder imediatamente o seu antigo brilho. Escrevia há pouco tempo um médico historiador: “Quando um alimento que foi durante muito tempo raro e desejado chega finalmente ao alcance das massas segue-se um aumento brusco de seu consumo. Dir-se-ia a explosão de um apetite há muito reprimido. Uma vez vulgarizado (no duplo sentido da palavra: ‘perda de prestígio’ e ‘difusão’), esse alimento em breve perde os seus atrativos [...] e segue-se uma certa saturação.” Os ricos estão, portanto, condenados a preparar a vida futura dos pobres. Afinal é a sua justificação: ensaiam os prazeres de que as massas, mais tarde ou mais cedo, irão apoderar-se.⁵⁹

Dessa forma o autor analisa como alguns hábitos, gostos aparecem na Europa e situam no tênue caminho entre o luxo e a miséria daquela sociedade.

Já Flandrin procurou analisar as transformações dos gostos alimentares nos séculos XVII e XVIII e o lugar do gosto nas relações sociais dessa época. As mudanças das maneiras à mesa, a utilização de novos utensílios, os alimentos assumiram uma importância na vida cotidiana das pessoas e do grupo social a que pertenciam.

Como as maneiras à mesa, os gostos alimentares mudaram ao longo dos séculos XVII e XVIII. E, ainda mais do que as boas maneiras, o bom gosto tornou-se o objeto de modas criadoras de distinções sociais e de novas sociabilidades. Aliás, a partir do século XVII, a própria noção de gosto adquiriu nova importância, não só no tocante à mesa como em todos os setores.⁶⁰

⁵⁹ Idid., p.162

⁶⁰ FLANDRIN, Jean-Louis. A distinção pelo gosto. In: CHARTIER, Roger (org). *História da vida privada: da Renascença ao século das Luzes*. V.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p.274

Os objetos de análise que permitiram perceber que o gosto alimentar havia mudado foram os relatos de viagem, os tratados de culinárias e os livros de culinária. Assim, por meio das receitas publicadas nesses livros, os cozinheiros forneciam os detalhes de suas escolhas, do preparo dos pratos, da elaboração do cardápio, dando pistas de como a alimentação atuava nas relações sociais.

A linguagem, os sabores, as cores forneciam, além da arte culinária, uma distinção pelo gosto, que se transformou nos diferentes séculos.

Os cozinheiros modernos não foram os primeiros a preocupar-se com a qualidade gastronômica dos pratos que preparava: os cozinheiros medievais também tinham tal preocupação. Uns e outros ainda consideravam importante a apresentação dos pratos e manifestavam isso em palavras e atos. Todavia, as relações entre estética e gastronomia se transformaram. É difícil dizer até que ponto os cozinheiros dos séculos XIV e XV sacrificaram o prazer gastronômico ao prazer estético – pois sabemos bem pouco sobre o gosto das elites dessa época – mas parece evidente que tal escolha era possível porque em matéria de alimentação seus valores estéticos independiam dos valores gastronômicos. Já a partir do século XVII – e ainda mais no XVIII – a estética alimentas está indissociavelmente ligada à gastronomia: a cor de um prato só pode ser considerada bonita se anuncia sua qualidade gastronômica e os indícios do alimento fresco atraem mais do que os simulacros da vida.⁶¹

Entre a visão e o paladar os valores eram construídos, como nos mostrou Flandrin. Embora tais pesquisas mostrem espaços e tempos distintos de nosso objeto de pesquisa, importa ressaltar como a história cultural amplia os objetos e as fontes históricas, permitindo observar como na história do cotidiano, da vida privada, as escolhas, de determinados alimentos ou bebidas pertencem à lógica social, econômica e cultural.

⁶¹ Ibid., p.290

O ter e o ser são as noções que se referem ao indivíduo como consumidor na época contemporânea e aproximam os pares e excluem os diferentes. Na alimentação, no vestuário, na habitação vemos claramente como o consumo de determinados produtos por parte de um grupo facilita o reconhecimento entre os indivíduos.

Os periódicos no século XX vieram atender a determinados públicos que possuíam diferentes interesses. E as receitas dificilmente escaparam às revistas femininas. E se *Claudia* foi pensada para a dona de casa, esposa e mãe, ela não deixaria de inserir uma seção sobre assuntos de Cozinha. A seção de cozinha sempre esteve presente na *Revista Claudia*, pois acreditavam que comer é uma necessidade primária e essencial para qualquer leitora e em qualquer período. Assim buscavam orientar no modo de fazer os pratos, na elaboração do cardápio, nas dúvidas com os ingredientes, auxiliando e facilitando a vida da leitora quanto à alimentação da família.

O ato de comer está inserido no cotidiano, organizando, regulando o tempo e está envolto a um ritual, desde a escolha do que se come, como na preparação, no servir e provar. Embora a seção de cozinha de *Claudia* se restringisse a publicar as receitas dando dicas de como prepará-las, vemos que a revista também se preocupou em diversos momentos e em outras seções, em ensinar a leitora a preparar o ambiente para as refeições, como o serviço de mesa, os arranjos, as bebidas, a decoração e a questão da recepção (como receber e como se comportar em um jantar), assim como desfilaram por meio dos anúncios uma série de objetos, utensílios e produtos que auxiliavam a leitora a conduzir a administração e organização de sua cozinha.

A seção representava grande parte do sucesso da revista, contemplando um dos assuntos que interessavam às leitoras, como comprovam as cartas e as receitas enviadas à redação. A alimentação está inserida na vida cotidiana da mulher e da família, além de propor questões sociais e econômicas que vão além do simples ato de comer. Como afirmou Lody:

Certamente na boca começa o coração. É justamente na boca, apoiada pelos sentidos da visão, olfato, audição e tato que a comida é integralmente entendida, assimilada e cerimonialmente integrada ao corpo. Comer não é apenas um ato complexo biológico, é antes de tudo um ato simbólico e tradutor de sinais, de reconhecimentos formais, de cores, de texturas, de temperaturas e de estéticas. Pois comer é um ato que une memória, desejo, fome, significados, sociabilidades, ritualidades que dizem da pessoa que ingere os alimentos, o contexto em que vive comunicando também com os demais que participam do momento imemorial do ato de comer. O valor cultural do ato de comer é cada vez mais entendido enquanto um ato patrimonial, pois a comida é tradutora de povos, nações, civilizações, grupos étnicos, comunidades, famílias, pessoas.⁶²

A permanência de uma seção de cozinha e os assuntos que envolvem a alimentação e a cozinha como um todo por três décadas na revista indica não só os sabores que fizeram parte das escolhas de *Claudia*, mas os valores, as sociabilidades, as cerimônias da etiqueta que construíram representações em torno da mulher.

3.3.1 O Caderno de Receitas e o Catálogo de Produtos: um guia completo para a Cozinha

Na década de 60 o lema da seção de cozinha era ser prática e comunicar-se com a leitora auxiliando na arte de preparar a alimentação para a família. Segundo os depoimentos dos profissionais que faziam *Claudia*, como Atílio Braschera, editor de arte, e Carlos A. Fernandes, o começo da seção foi muito difícil. Vejamos:

⁶² LODY, Raul. *Comer é pertencer*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004. p.150

Na área de culinária, foi muito difícil. As leitoras mandavam receitas e não podíamos publicar sem serem testadas antes... Isso foi o começo da Cozinha Experimental, coordenada pela Olga Krell. Havia um júri interno, e gente de fora também, que fazia a degustação, e as melhores receitas eram publicadas. Mas nas fotos de comida não bastava apertar o clique. Para que dê água na boca, deve-se tomar uma série de providências, como passar glicerina no frango assado para ficar brilhante; muitas carnes não podem ser fotografadas completamente assadas, e assim por diante. Truques esses que não foram ensinados, mas sim descobertos por nós (Atílio Braschera).

Eu me lembro que a primeira foto que eu fiz com a Olga Krell foi numa piscina em que a Olga inventou uns refrescos, para você ver a produção, ela colocava uns pacotinhos de batatinha e a foto era isso. E os refrescos, a técnica que ela tinha visto, acho que nos EUA, para fazer a cerveja espumosa era usar espuma de barbear mesmo. E aí foram começando as fotos, mais ou menos juntos, cozinha, depois cozinha e decoração e aí surgiram os números especiais: arquitetura, arquitetura e decoração, noivas (Carlos A. Fernandes).⁶³

Em outubro de 1963, a seção ganhou o nome de “*Cozinha Experimental de Claudia*”, com o objetivo de constituir um laboratório de cozinha, testar as receitas que eram inicialmente provadas pelas pessoas da redação. Posteriormente as leitoras de diferentes idades e lugares foram convidadas para auxiliar na degustação e assim diversificar o gosto. A cozinha experimental ganhou um símbolo próprio, um caldeirão, que a partir de 1964 passou a ser utilizado como selo em certos produtos, comprovando assim a qualidade do produto.

Claudia institui um espaço físico para desenvolver suas receitas e avaliar as enviadas por suas leitoras. Ao ter uma *Cozinha Experimental* a revista estava dialogando com sua leitora de que a tônica da seção de cozinha não era simplesmente publicar receitas, algo sem critério, existia um saber fazer, mulheres trabalhando

⁶³ MIRA, op.cit, p.53

numa cozinha real, o que oferecia mais credibilidade às receitas. Ellen F. Woortmann afirma que *é na cozinha que alimento (natureza) se transforma em comida (cultura)*.⁶⁴ E, para a cozinha de *Claudia*, a comida preparada pela sua equipe se transformava em receita e em fotografia, que eram publicadas e possivelmente consumidas.

A importância da *Cozinha Experimental* fez com que esta passasse por remodelações nas suas instalações, sendo ampliada duas vezes na década de 70 e possibilitando que as leitoras visitassem a Cozinha, degustassem as comidas desenvolvidas e testadas pela equipe. Vejamos:

Esta é a nova cozinha experimental de Claudia.

Veja que boa notícia para todas nós: Claudia inaugurou sua nova Cozinha Experimental. A cozinha, montada pela Kitchens, não é só de Claudia. É sua também, cara amiga, que tanto tem nos prestigiado. Agora estamos melhor preparadas para testar os novos produtos do mercado e todas as receitas que publicamos, inclusive aquelas que você nos manda.⁶⁵

Esta é a nova cozinha de Claudia.

Nesta nova cozinha, mais funcional e muito mais completa, Claudia se sente à vontade para exercer o seu trabalho. Isto porque inúmeras indústrias colaboraram para que a Cozinha Experimental de Claudia fosse montada da melhor maneira possível [...].

Outras firmas, ainda, contribuem com produtos alimentícios [...]

Fique certa: nenhum prato publicado na revista deixou de passar pelo crivo de Edith Eisler e Elisabetta Orrico. [...]. É um trabalho rigoroso, como duas cientistas num laboratório.[...]

[...]

E é por causa desta enorme satisfação que resolvemos fazer um convite a todas as nossas leitoras. Venham participar dos nossos

⁶⁴ WOORTMANN, Ellen Fensterseifer. *A Lógica e a Simbólica dos Sabores Tradicionais*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004. p.46

⁶⁵ Revista *Claudia*, março de 1973. p.98

testes e conhecer mais de perto o trabalho da Cozinha Experimental de Claudia. Afinal, ela foi feita para você!⁶⁶

A *Cozinha Experimental* aproximou cada vez mais da indústria de aparelhos para a cozinha e da indústria de alimentos, ambas patrocinaram a última reformulação do espaço físico, fornecendo móveis, aparelhos e produtos. *Claudia* caminhava ao lado da expansão da indústria e assim conduzia sua leitora para o desejo do consumo.

Na primeira década de existência da seção a revista primou pela quantidade de receitas e não se preocupou em publicar muitas fotos, como vimos existia uma dificuldade técnica que justificaria tal prática. No número que comemorou os dez anos da revista, no artigo “*Claudia completa 10 anos de serviços à mulher*” Thomaz Souto Corrêa afirmou a importância da seção de culinária e ressaltou a quantidade de receitas que haviam sido publicadas. Vejamos:

Também no que diz respeito às “receitas para deliciar sua família”, o trabalho de Claudia foi pioneiro, com a montagem de uma Cozinha Experimental, que hoje é sinônimo de garantia de qualidade: as receitas da Cozinha Experimental de Claudia são utilizadas até por fabricantes de produtos alimentícios, que reconhecem nos nossos critérios a seriedade indispensável. Você sabia que, nestes dez anos, nós publicamos quase 8000 receitas? E que todo mês testamos centenas de receitas enviadas por leitoras de todo o Brasil? E que acabamos de publicar um livro, “As Melhores Receitas de Claudia”, com 255 receitas escolhidas a dedo, entre todas as que já publicamos? E que fizemos um livro, “A Cozinha Brasileira”, que é um levantamento completo de todos os pratos regionais de nossa terra?⁶⁷

A seção de Cozinha e suas páginas, foi se modernizando e fortalecendo a idéia de que, se a dona de casa não soubesse ou não

⁶⁶ Revista Claudia, maio de 1976.p.154

⁶⁷Revista Claudia, setembro de 1971. p.69

precisasse cozinhar, era pelo menos necessário saber coordenar sua cozinheira, escolher o cardápio, arrumar a mesa e possuir utensílios e eletrodomésticos que lhe possibilitassem tratar bem da alimentação da sua família.

Segundo Jacob, em 1967, surgiu a *Revista Claudia Cozinha* como encarte da *Revista Claudia*, tornando-se uma publicação independente somente em 2000.

A revista *Claudia Cozinha* surgiu como um suplemento chamado *Jornal de Cozinha*, da revista *Claudia*, e começou a circular em 1967. Já no ano seguinte seu nome foi alterado para aumentar a identificação com a “revista-mãe”. Nascia aí *Claudia Cozinha*, voltada para a necessidade de abastecer as donas-de-casa com um bom estoque de receitas para o dia-a-dia.⁶⁸

A segmentação da *Revista Claudia* em outras publicações pode ser explicada ao observarmos a presença de um público específico para tais informações. O mercado consumidor estava ampliando no final da década de 60 e os assuntos presentes em *Claudia* acabaram gerando outras revistas que revelaram a tônica do estilo de vida da classe média. *Casa Claudia* e *Claudia Cozinha* primeiro foram testadas pela equipe da *Revista Claudia*, que lançou fascículo, edições especiais e posteriormente lançou suas publicações independentes e com periodicidade regular.

A seção de cozinha manteve um canal aberto com sua leitora, pois era possível enviar receitas que seriam testadas pela Cozinha Experimental, mas para serem publicadas deveriam ser fáceis de preparar, ter um sabor agradável e boa aparência. A revista estimulava tal prática com premiações; eram as chamadas “Receitas Premiadas”, a leitora sentia que fazia parte da revista.

A edição comemorativa de vinte anos de *Claudia* publicou o artigo “12 mil receitas, do pastel ao caviar, do feijão ao faisão é a

⁶⁸ JACOB, Helena Maria Afonso. *Comer com os olhos. Estudos das Imagens da Cozinha Brasileira a partir da Revista Claudia Cozinha*. Dissertação defendida no programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-, 2006. p.49

cozinha experimental”, que reafirmava o sucesso da seção. Assim afirmaram:

Em vinte anos, aproximadamente 12.000 receitas foram publicadas, calculando-se a média de cinquenta por edição. Isto sem contar as Claudias especiais e os livros de cozinha. Receitas criadas na Cozinha Experimental, enviadas pelas leitoras, traduzidas e adaptadas. É difícil imaginar uma receita que não tenha sido publicada pela revista.⁶⁹

É interessante notar que ocorre uma diminuição do número de receitas publicadas, já que em 1971 festejaram o sucesso de oito mil receitas e, passados dez anos, houve uma queda de cinquenta por cento, já que no aniversário de vinte anos afirmaram ter publicado aproximadamente doze mil receitas. Isso evidencia que a quantidade de receitas não era mais o objetivo da revista, que passaria a selecionar pela qualidade dos pratos. Esses últimos dez anos foram marcados pela ascensão e queda do chamado “milagre”, e a economia chegou à mesa.

A *Revista Claudia* acompanhou as constantes reformulações que a família brasileira foi obrigada a fazer (seja por fatores econômicos como mostramos anteriormente, seja por questões de saúde), obrigando-se também a adaptar-se a elas.

Na década de 60, *Claudia* procurou publicar uma diversidade de receitas que iam das mais simples até as mais sofisticadas como também mostrou para sua leitora pratos de outros países. Exemplos: “Receitas para fazer criança comer” (maio 1966); “Tudo sobre o Caviar” (maio de 1968) e “Cozinha Sueca” (maio de 1969).

A indústria de alimentos em fase de crescimento viu na revista uma aliada que, desde os primeiros números, publicou as novidades para sua leitora incentivando a consumir, como veremos nestes dois artigos, um de novembro de 1961 e outro de maio de 1966.

⁶⁹ Revista *Claudia*, outubro de 1981. p.31

A indústria de conservas tem-se desenvolvido de maneira surpreendente nos últimos tempos. Podemos dizer que o nosso é o século da lataria, já que superamos nossas prevenções contra ela. Para uma dona de casa, os alimentos enlatados são duplamente úteis, pois não somente substituem os produtos que não se encontram nos mercados em certas épocas do ano, mas também auxiliam nosso trabalho, que já não segue o mesmo ritmo do tempo de nossas avós e de nossas mães. É aconselhável, portanto, que em nossa dispensa não falte nunca uma provisão de lataria, para que tenhamos sempre uma ajuda indispensável, em casos de refeições improvisadas, como solução rapidíssima para os dias de muita pressa, ou no verão, quando faz calor demais para que se esteja junto ao forno e ao fogão, sendo ainda de fácil transporte para os passeios de fim de semana.⁷⁰

Novidades para sua Cozinha

A indústria de produtos alimentícios aumenta dia a dia e aumentam também o número e a variedade dos produtos à disposição do consumidor. Para que você esteja sempre em dia com os últimos lançamentos Claudia apresenta-lhe uma relação de produtos surgidos recentemente no mercado, com os respectivos preços, correspondentes ao mês de junho.⁷¹

O estímulo ao consumo de produtos sempre esteve presente na “revista amiga”, e a justificativa consistia na necessidade para uma hora de imprevisto, para facilitar, auxiliar a dona de casa. Se em novembro de 1961 o artigo apenas indicava a importância de se ter enlatados na despensa, em 1966 a revista oferece as novidades e os preços todos os meses, possibilitando aguçar a curiosidade, o desejo, o sonho do consumo.

Outros bens de consumo foram apresentados para a leitora como facilitadores do seu dia-a-dia, são os aparelhos eletrodomésticos. Na seção de cozinha, temos uma parte dedicada a “Sugestões para a Cozinha” e lá podíamos encontrar: “Seus

⁷⁰ Revista Claudia, novembro de 1961. p.60

⁷¹ Revista Claudia, julho de 1966. p.120

ajudantes elétricos” (julho de 66), destaque para as batedeiras e liquidificadores.

A década de 70 foi marcada pela preocupação de se manter um corpo magro e saudável, e para isso a revista publicou em abril de 1974 a moda dos alimentos naturais e explorou a cozinha vegetariana, investigando as possibilidades e o futuro da soja.

Os regimes e dietas estiveram presentes nas páginas de *Claudia* ao lado de receitas super calóricas e de produtos que começavam a surgir no mercado com o desenvolvimento da indústria alimentícia, como os hambúrgueres e quibes prontos e os enlatados, como o creme de leite e o leite condensado, por exemplo, facilmente encontrados nos supermercados: “Mais uma série de produtos congelados” (maio de 1971); “A nova margarina vegetal” (maio de 1974); “Tempero para deixar o feijão mais gostoso”, Chá-Mate que já vem pronto para servir”; “Esta pizza você prepara em 5 minutos” (outubro de 1977).

As facilidades vindas da indústria de alimentos conviviam com as receitas enviadas pelas leitoras e testadas na Cozinha Experimental, assim como com a sofisticação das receitas da seção “Cozinha Grand-Chef”, criada em maio de 1978.

Tal seção pode ser percebida como uma cozinha ornamental, expressão de Roland Barthes, em *Mitologias*. Segundo o autor a cozinha da tradicional revista francesa *Elle* exibia quase toda semana uma bela fotografia com pratos bem-sofisticados para despertar nos leitores o sonho do chique, assim era a cozinha da ornamentação. Para Barthes:

A base dessa cozinha ornamental é, efetivamente, uma economia totalmente mítica. Trata-se, amplamente, de uma cozinha de sonho, como testemunham, aliás, as fotografias da *Elle* que apenas captam o prato, sobrevoando-o, como um objeto simultaneamente próximo e inacessível, que pode ser perfeitamente consumido apenas pelo olhar.⁷²

⁷² BARTHES, Roland. *Mitologias*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2006. p.131

As páginas dessa nova seção de *Claudia* além de trazerem a receita trazem as fotos dos pratos sempre em belas mesas, despertando o sonho na leitora, senão de ter, pelo menos o de pertencer. As mulheres liam a revista também para ter acesso aos códigos das pessoas da alta sociedade, e o gosto pelo sofisticado incitava o desejo de possuir o saber que garantia reconhecimento do grupo.

Se nos anos 60 os eletrodomésticos foram tidos como essenciais, em 70 o discurso prosseguiu conquistando cada vez mais espaço nas páginas da revista e garantindo o sucesso na cozinha. Além da geladeira e do fogão, o freezer possibilitou à dona de casa congelar os alimentos. Em agosto de 1972 a *Revista Claudia* publicou um anúncio da geladeira e do congelador Prosdócimo, mostrando os benefícios de cada um deles:

Geladeira e Congelador Prosdócimo
Arranje um marido para sua geladeira.
Ela é muito boa responsável e eficiente.
Mas tem certos serviços que só um homem faz.
Enquanto ela cuida das verduras, do leite, das coisas que serão usadas no mesmo dia, ele faz o trabalho mais pesado.
Exemplo: guardar carnes, pescados, a feijoada que sobrou no sábado, os doces e tortas para o aniversário do mês que vem.
Enfim, tudo que será consumido daqui a uns 15 dias, dois meses, um ano.
Não há menor incompatibilidade entre os dois.
Um casal perfeito.
(Embora ele seja muito mais frio que ela).⁷³

Ao genereficar a geladeira e o freezer o anúncio constrói as diferenças dos papéis sexuais. A família continuava representada com papéis e estereótipos fixos: a mulher representava o emocional que cuidava das coisas imediatas, como a geladeira; já o homem era racional, frio e fazia o trabalho pesado, programado,

⁷³ Revista Claudia, agosto de 1972. p.interior da capa final.

sem contar que o anúncio reforçava a idéia de que existiam trabalhos que só um homem podia fazer.

Em janeiro de 1978, a seção de cozinha ganhou um caderno especial dentro da revista, que vinha em papel de jornal e podia ser destacável e colecionado pela leitora, o que facilitava a escolha das receitas e preparo da comida.

Uma seção intitulada “As Compras de Claudia” destacava na década de 70 os produtos que facilitariam e auxiliariam a preparação dos alimentos: “Uma cafeteira para quem gosta de café”, “Painéis século XX para cozinhar melhor” (maio de 1971); “Classic IV, um liquidificador diferente” (março de 1972); “Para servir sorvetes uma colher automática” (maio de 1974); “Nova linha de coifas e semicoifas para sua cozinha”; “Serviços completos - pratos, copos, talheres e toalhas de mesa” (março de 1976); “As novas toalhas” (outubro de 1978); “Esta batedeira é super dinâmica” (maio de 1979).

A consumidora de *Claudia* continuava mensalmente recebendo seu catálogo de novidades para sua cozinha. Ao mesmo tempo em que recebia dicas para a economia doméstica, era bombardeada com os novos produtos da indústria brasileira.

Nos primeiros cinco anos da década de 80 a cozinha em *Claudia* procurou dar sugestões de receitas rápidas que facilitassem ainda mais a vida das suas leitoras, assim como receitas econômicas que colaborassem com o orçamento doméstico, mas manteve também as receitas sofisticadas: “Doces de leite caseiros como antigamente, mas rápidos como pedem os tempos modernos” (março de 1980); “Prepare as refeições da semana e guarde no congelador” (novembro de 1980); “Em apenas uma hora, um jantar perfeito” (janeiro de 1981); “Congelado - Profiteroles, sobremesa pronta para servir.” (Maio de 1985).

O Jornal de Cozinha continuou fazendo parte da revista e fornecendo um verdadeiro caderno de receitas para a dona de casa, com dicas e truques que podiam ser utilizados na cozinha.

A culinária brasileira teve um lugar de destaque nesses primeiros anos da década de 80 com receitas que ressaltavam os produtos da nossa terra, no entanto a revista mantinha as receitas dos grandes chefes da cozinha italiana, francesa e fornecia às leitoras um variado cardápio tanto para a semana como para os dias de festa.

“As Compras de Claudia” se transformaram em “Guia de Compras”, e uma nova seção nos anos 80 se encarregou de trazer as novidades em objetos para a cozinha e para a casa, eram as “Utilidades Domésticas”. Em dezembro de 1980 publicaram, “Veja os objetos que tornam qualquer cozinha uma supercozinha (e dê de presente às amigas, ou a você mesma)”. Desfilaram por lá nesses cinco primeiros anos da década de 80: Panelas, liquidificadores, centrífugas para suco, facas elétricas; e, em junho de 1985, *Claudia* trouxe “Lançamentos – as novidades que vão mudar sua vida”.

É interessante pensar no que Baudrillard chamou de mística da solicitude. Os objetos são comprados não pela sua utilidade, mas destinam-se a servir. É dessa forma que *Claudia* trabalha, pois, os objetos, por mais úteis que possam ser, são apresentados como serviço pessoal e como gratificação.

Actualmente, nada se consome de modo puro e simples, isto é, nada se compra, possui e utiliza para determinado fim. Os objectos não servem *para qualquer coisa*; acima de tudo, destinam-se a servir V. Ex^a sem o complemento de objecto directo, o <<V. Ex.^a>> personalizado, sem a ideologia total da prestação pessoal, o consumo não seria o que é. Revela-se como o calor da *gratificação* e do conforto pessoal que lhe confere todo o seu sentido, não se tratando de *satisfação* pura e simples. Os consumidores modernos bronzem-se ao sol da solicitude.⁷⁴

Enfim pela *Cozinha Experimental de Claudia* além de muitas receitas e idéias, o universo do consumo fez-se presente nessas três

⁷⁴ BAUDRILLARD, op.cit. p.169.

décadas transformando a mulher em principal atriz do santuário familiar: a Cozinha. Coube a ela comprar os produtos, escolher o cardápio, preparar os alimentos e realizar-se em sua missão, que na década de 60 era ser *a sacerdotisa do templo culinário*, e continuou sendo, como vimos, por pelo menos duas décadas.

3.3.2 O moderno manual do Bom-tom: a etiqueta e seus mistérios.

Os discursos construídos na *Revista Claudia* sobre a representação feminina de dona de casa incluíam cuidar da casa, do marido e dos filhos. Todas as atividades deveriam ser desempenhadas muito bem, pois como vimos nisso consistia sua grande missão. No lar a mulher aprendeu a desenvolver as relações de poder e de negociação com seu grupo social, e a revista vinha para auxiliá-la nessas tarefas. Entretanto, além da vida privada e do cotidiano familiar, *Claudia* procurou ensinar sua leitora a entender e a dominar algumas cerimônias que envolvem o privado e o público. Vale lembrar que, para o periódico, seu público consistia num estrato da sociedade ávido pela ascensão social.

Procurou mostrar à sua leitora como deveria se preparar para as reuniões sociais, até mesmo ao convidar amigos para um almoço ou jantar na sua casa. A famosa etiqueta: ao receber, ao sair para um restaurante, ao chegar a uma festa, ou seja, as formas de interação foram discutidas nas três décadas pesquisadas indicando que os bons hábitos e a cerimônia perpassam a história e se colocam como formadores de reconhecimento, de pertencimento e de distinção.

O artigo “*Conversa, alma viva da sociedade*” ensinava à leitora quem convidar, como e o que conversar numa reunião de amigos na hora da refeição. Vejamos:

A dona da casa – ou o dono, se êle fôr mais eficiente – é quem toma conta da conversa geral, disciplinando-a. Já na escolha dos

convidados, ela sabe que deve reunir pessoas que falam e pessoas que ouvem, formando um conjunto harmonioso de convidados. [...] Ao mesmo tempo, a dona da casa ameniza a conversa se ela se torna muito acalorada, podendo até usar de uma conversa engraçada para relaxar os nervos e os ânimos. E ao dirigir a conversa, deve estar plenamente a par do assunto. [...] ⁷⁵

Como parte essencial da culinária a etiqueta representava uma condição social dos que sabiam se servir, sentar-se e conversar à mesa. E o casal deveria administrar uma boa conversa nas reuniões de amigos, indicando o caráter simbólico-ritual do comer, como afirmou Woortmann:

O caráter simbólico-ritual do comer se expressa claramente no hábito de convidar pessoas para jantar em nossa casa, no “jantar fora” em determinadas ocasiões, ou no “almoço de domingo”. Nesses e em outras ocasiões análogas, há algo mais em jogo que necessidades nutricionais. Não convidamos pessoas para jantar em nossa casa a fim de alimentá-las enquanto corpos biológicos, mas para “alimentar” e reproduzir relações sociais, isto é, para reproduzir o corpo social. ⁷⁶

A *Revista Claudia* publica diversos artigos que trataram do momento da refeição como um ritual-simbólico, em que os estilos de vida de um grupo, o saber escolher, se comportar, eram elementos de distinção e alimentavam, como afirmou Woortmann, as relações sociais.

O saber organizar uma festa, escolher um cardápio, assim como compor uma sofisticada mesa de natal foram a tônica dos anos 60 evidenciando que a “etiqueta” daria acesso a um saber primordial para as diversas representações femininas da época. Tínhamos: “Uma sofisticada mesa de Natal” (dezembro de 1965) e “Como ler um “Menu”(isto é, um cardápio)” (maio de 1966).

⁷⁵ Revista Claudia, maio de 1966. p.26.

⁷⁶WOORTMANN, Klaas Axel A. W. *O sentido simbólico das práticas alimentares*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004. p.3

Nos anos 70 a revista procurou desmistificar a etiqueta; parecia perceber que alguns dos seus “códigos” assustavam sua leitora, mas ao mesmo tempo sabia que tais assuntos despertavam interesses. A revista procurou desconstrair utilizando a linguagem da “revista amiga”.

As festas de Claudia

Chegou a hora de trocarmos alguns segredinhos muito íntimos. Afinal, somos grandes amigas, não? Pois é: eu sempre tive medo de dar um jantar de cerimônia, sempre sonhei em viver uma noite como as estrelas de Hollywood, sempre procurei idéias diferentes para as festas de meus filhos. Aposto que você também. As idéias estão aí e não são assim tão complicadas de realizar. Portanto, mãos à obra: está tudo explicadinho.⁷⁷

Com um tom coloquial de proximidade com a leitora, como entre amigas que trocam segredos, *Claudia* reconhece que sua leitora não possui as artimanhas da etiqueta e resolve dividir com ela seus conhecimentos, mas “*tudo explicadinho*”. Buitoni afirmou que alguns estudos indicaram que essa forma de escrever utilizada pela imprensa feminina são armadilhas lingüísticas. *Por trás do tom coloquial, existe todo um ordenamento de conduta. “Você minha amiga” traz uma imposição sub-reptícia; a leitora aceita muito mais facilmente a ação que vem seguida logo a diante.*⁷⁸

Outro artigo de abril de 77 faz demonstração a utilização do tom imperativo, “Aceite o Convite”, mais uma vez trabalha com o argumento de que a leitora desconhece e se assusta com os jantares sofisticados. Assim a “revista amiga”, além de incentivar a ida a essas reuniões, acalma a sua leitora e lhe ensina desvendar os mistérios da etiqueta. Nesse artigo ela trouxe: “A posição dos copos”; “O conforto da lavanda”; “A maneira fácil de partir o peixe”; “O camarão com cascas”; “A pescadinha inteira”; “Os talheres para “escargots””; “Como se servir do caviar”; “Como

⁷⁷ Revista Claudia, agosto de 1975.p.86

⁷⁸ BUITONI, op.cit.p.75

descascar a laranja”; “A tesoura para uva”; “A simplicidade da banana”; “Maneiras simples de servir figo”; “Garfo e colher para a compota” e “A pinha e seus caroçinhos”.

O artigo era ilustrado com fotos de cada situação e com explicações de como agir em cada uma delas, incentivando a leitora a confirmar sua presença, caso ela e o marido recebessem um convite para um jantar diferente.

Na década de 80 as seções que tratavam da etiqueta continuaram a publicar sugestões de cardápios requintados, mas agora econômicos também e se referiam a uma etiqueta mais moderna, para uma mulher que não estava somente no lar, mas que ganhara sua independência financeira. Vejamos:

Chega de cerimônias e mesuras. Viva mais à vontade seguindo: A Nova Etiqueta

Lembra daqueles tempos em que os cavalheiros cediam lugar e abriam portas para as damas? E dos intermináveis jantares onde imperavam o requinte e a cerimônia? Pois é, tudo mudou, e essas coisas hoje não são encaradas como obrigatórias. Nestes tempos, em que as mulheres até dividem a contas no restaurante, é preciso adotar um estilo de vida mais prático e objetivo, exatamente como a nova etiqueta.

Viva de acordo com seu tempo.

Mulher, agora, não é mais “bibelô”! [...] Ceda seu lugar só para quem precisa. [...] Paquera também é um direito feminino. [...] Desta vez, você é quem vai convidá-lo. [...] Fique mais à vontade, dividindo as despesas. [...] Você pode voltar sozinha para a casa. [...] Sinta-se à vontade numa reunião. Não se afobe nas horas das apresentações. [...] Conversar: uma arte que tem seus truques. [...] Como começar um papo interessante. [...] Perguntas indiscretas se respondem assim. [...] Cuidado: este papo pode acabar mal!. [...] O mal-estar de um assunto inconveniente. [...] Restaurante exige mais discrição. Escolha com calma o que vai comer [...] Se a porção for grande, divida!. [...] Aprenda a cerimônia do vinho. [...] Não estique o papo com o garçom⁷⁹

⁷⁹ Revista Claudia, junho de 1980. p.244 a 251.

Apesar do apelo, “*Chega de cerimônias... viva mais à vontade*”, podemos ressaltar que a etiqueta do que e como conversar e comer ainda fazia parte da vida da mulher. E esta precisava estar preparada para esse novo estilo de vida que, segundo a revista, era mais prático e objetivo.

É para ser prática e objetiva e exercer suas representações múltiplas que *Claudia* vinculou em suas páginas uma promoção da marca de café e açúcar União em julho de 1983, “Chegou a melhor amiga da dona de casa”.

Ela está pronta para ajudar você a colocar o seu dia a dia em ordem. É a Agenda do lar, com mil dicas preciosas: como congelar alimentos, arranjos de mesa, frutas e legumes de época, como organizar festas, sugestões de queijos e vinhos, jardinagem, pequenos consertos e muitas outras idéias para tornar mais agradável a vida no lar. Basta juntar 8 pacotes de 500g, ou 16 de 250g dos Cafés Caboclo, Pilão, União Extra Forte ou União Exportação. Pronto. Depois, é só trocar pela surpresa da Companhia União dos refinadores. Viu só? É simples ganhar uma nova amiga.⁸⁰

Assim como em sua revista preferida, a promoção acima, além de estimular o consumo da leitora, a presenteava com uma agenda do lar indicando que, embora a etiqueta tenha se tornado mais moderna e sem medidas, a mulher precisava organizar o seu tempo e ter em mãos uma agenda para suas atividades não profissionais, mas domésticas.

Em casa, a cozinha continuava sendo um lugar sacralizado, onde a mulher, além de preparar as refeições, acolhia a família na hora do almoço e tornava mais íntima a conversa entre o casal e os filhos, agregando valores e construindo identidades. Segundo Lody, a cozinha é um importante lugar de poder, marcando papéis sociais, determinando relações sociais e determinando ainda

⁸⁰ Revista Claudia, julho de 83.p.146

hierarquias da casa que na tradição brasileira estão no gênero feminino.⁸¹ E ter uma cozinha bonita e bem mobiliada significava para o discurso de *Claudia* facilidades para a vida da mulher, pois a qualquer hora ela encontraria tudo que necessitava para preparar seus pratos, para o dia ou para a semana toda, caso optasse pelos congelados.

⁸¹ LODY, op.cit., p.157

4º Capítulo

4. O mito de Claudia: Carmen da Silva e seu papel de conscientizadora

Ao trabalhar com a construção das representações no discurso da *Revista Claudia*, deparamo-nos com a presença de Carmen da Silva. Sua participação nas páginas do periódico modificou o status da imprensa feminina nas décadas de 60,70, e 80 tornando-se impossível analisar *Claudia* e ignorar a presença de Carmen. “*Para os que fizeram Claudia e para os intelectuais que já a analisaram, Carmen da Silva é uma unanimidade: todos reconhecem o seu pioneirismo na divulgação dos ideais feministas.*”¹

Este capítulo pretende ampliar o olhar sobre essa mulher: sua infância, suas escolhas, seus escritos. Para tanto analisaremos sua trajetória na perspectiva de conhecer o caminho percorrido por Carmen da Silva antes de chegar a assinar a seção “*A Arte de Ser Mulher*”.² Utilizaremos como base a sua autobiografia, *Histórias híbridas de uma senhora de respeito*, publicada em 1984, mesmo sabendo que a escrita de suas memórias ou a escrita de si faz parte de escolhas pessoais e seletivas (registros) que contemplam as experiências necessárias para a valorização do “eu” e para a construção de sua identidade. No entanto não nos interessa o efeito

¹ MIRA, op.cit., p.57.

² Carmen da Silva foi articulista desta seção de 1963 a 1985.

de veracidade dos fatos relatados (a ilusão biográfica), mas sim a ótica assumida pelo registro e como a autora se expressou.³

Acreditamos ser essencial tal análise, pois suas experiências fornecem pistas de como ocorreu a construção de seu posicionamento diante do papel da mulher na sociedade brasileira daquele período.

É importante salientar que outros pesquisadores já percorreram os caminhos de Carmen, principalmente no que se refere aos seus escritos (romances e na sua autobiografia) e na sua atuação como feminista e jornalista.⁴

Destacamos dois importantes trabalhos que de forma minuciosa analisaram os escritos de Carmen da Silva e sua trajetória: Ana Rita Fonteles Duarte com seu trabalho de mestrado⁵, publicado em 2005 - "*Carmen da Silva: o feminismo na imprensa brasileira*" - e Kelly Baptista Duarte, com sua dissertação de mestrado⁶, defendida em 2005 - "*Carmen da Silva: nos caminhos do autobiografismo de uma 'Mulheróloga'*".

No primeiro trabalho a autora pesquisou a vida de Carmen da Silva e para tanto utilizou como fonte de pesquisa seus escritos (romances e memórias), seus artigos publicados em *Claudia*, suas entrevistas, assim como entrevistou pessoas que conviveram com ela. Seu livro revela a importância de seu jornalismo comprometido com a realidade da mulher e com os ideais do movimento feminista. Fonteles afirma que o movimento feminista recebeu a contribuição e o apoio de Carmen, apontada por muitos

³GOMES, Ângela de Castro. "Escrita de si, escrita da História: a título de prólogo". In: GOMES, Ângela de Castro (org.) *Escrita de si, escrita da História*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004. p.15.

⁴ Sendo elas: Alice Mitika Koshiyama, Ana Rita Fonteles Duarte, Kelly Baptista Duarte, Maria Helena Rodrigues Fuão e Nubia Jacques Hanciau.

⁵ A dissertação foi defendida pelo programa de Pós-Graduação em História Social, pela Universidade Federal do Ceará, sob a orientação da Prof^o Dr^o Gilmar de Carvalho.

⁶ A dissertação foi defendida pelo programa de Pós-Graduação em Letras - Mestrado em História da Literatura da Fundação Universidade Federal do Rio Grande, sob a orientação da Prof^a Dr^a Nubia Jacques Hanciau.

como uma das precursoras, através da sua escrita feminista na imprensa brasileira.

Já o trabalho de Kelly Baptista Duarte procura analisar a trajetória de vida de Carmen a partir de sua autobiografia e de seu romance *Sangue sem dono*, enfatizando que a escritora rio-grandina inaugurou sua produção literária sob os novos conceitos da escrita feminista. Para tanto destaca em sua análise a utilização da crítica literária canadense e mostra a influência de Simone de Beauvoir nas publicações.

Pretendemos contribuir para ampliar tal debate analisando as questões trabalhadas por Carmen da Silva no âmbito da *Revista Claudia*⁷. Como sua seção fazia parte de um todo da revista, procuraremos focalizar os temas por ela abordados e a articulação destes com o que era publicado no restante do periódico. Entendermos que seu diálogo com uma leitora de classe média, urbana e casada acrescentou ao periódico um discurso diferente do que era apresentado no restante de suas páginas. Na segunda parte deste capítulo discutiremos sua entrada como articulista na *Revista Claudia*: seus temas, suas abordagens, seu diálogo constante com a leitora e principalmente seu poder de inserção no universo feminino: o lar e a família.

A possibilidade desta voz dissonante ao discurso previsto pelos editores da revista pode ser analisada por diversos focos: havia uma legitimidade e um controle por parte da própria Carmen da Silva para manter sua tribuna, para tanto não propunha nenhuma revolução coletiva imediata, tratava do indivíduo, pretendia que suas leitoras se conhecessem como pessoas. Ao mesmo tempo, a aceitação de seus artigos atribuía à revista o status de “moderna”, pois debatia o papel da mulher frente à sociedade. Daí o interesse da revista em mantê-la.

⁷ Ressaltamos que nossa pesquisa tem como objeto a *Revista Claudia* e os variados temas que circularam nesse periódico. Carmen aceitou que seus artigos coexistissem com os outros temas enfocados pela revista; e é essa relação nosso principal interesse.

Embora Carmen da Silva tenha permanecido vinte e dois anos ininterruptos assinando a seção “*A Arte de Ser Mulher*” e posteriormente respondendo às cartas de leitoras na seção “*Claudia Responde*”, seu percurso possui uma temporalidade própria, que indica não só a maturidade de seus escritos, como sua relação com as pessoas que faziam a *Revista Claudia*.

Convido, pois, o leitor a mergulhar nesta viagem marcada de surpresas, superação, tensão e - por que não? - de negociação.

4.1 Carmen da Silva e a construção de uma personagem: sua infância, seu percurso e seus escritos

“‘Histórias’ porque recuso o anglicanismo ‘estórias’, com sua intenção marota de traçar uma linha divisória entre o pessoal e o coletivo, desvinculando os sucessos individuais do curso da História. A grafia com agá-i enfatiza minha convicção de que o privado é político.

Híbridas porque misturam experiências minhas e alheias, narração e reflexão, memórias e mexericos.

E senhora-de-respeito, apesar de suas lamentáveis conotações que lembram damas rezadeiras e marchadeiras, porque não encontrei nos dicionários qualquer outro rótulo mais ou menos honroso que me fosse aplicável: mulher, na minha faixa de idade, ou é respeitável ou não existe.

Existamos, pois. Com todo o respeito.”⁸

Carmen da Silva nasceu em 31 de janeiro de 1918, na cidade de Rio Grande (RS), como ela mesma descreveu em sua autobiografia: “*Filha mais ou menos temporã, a quinta da série, a quarta menina-alvíssaras! Ou não?*”⁹

Filha de uma família tradicional de classe média do Rio Grande, perdeu seu pai aos cinco anos, sendo educada por sua mãe. Para Carmen sua mãe era uma figura muito especial, uma

⁸ SILVA, Carmen Da. *Histórias híbridas de uma senhora de respeito*. São Paulo: Brasiliense, 1984. p.7.

⁹ Ibid., p.9.

das pessoas mais reprimidas do mundo, que enviuvou aos trinta e seis anos e a partir daí se fechou em casa.¹⁰

A figura materna, dona Celina Daniel, pode ser a base reflexiva do papel da mulher dona de casa comprometida com a moral da época, que para Carmen comprometia o relacionamento entre mãe e filha, como afirmou Kelly Baptista Duarte:

O exemplo negativo do comportamento reservado da mãe contribuiu para a construção da identidade da escritora. Carmen da Silva ao menos sabia o que não queria ser. O retorno por meio da narrativa ao vínculo maternal, o qual se estabeleceu desde a infância, comprova que para ela, a mãe, embora amada, sempre foi o antimodelo, pois representava a situação de opressão e contenção opressora que não queria para si.¹¹

Pelo que apresenta em sua autobiografia, Carmen teve uma infância e uma adolescência tradicional e compatível com uma família de classe média, de uma pequena cidade do Rio Grande do Sul. Viajara com sua mãe aos dezesseis anos para o Uruguai, visitando parentes, onde teve a oportunidade de conhecer alguns intelectuais, poetas e jornalistas.¹² Também tinha um “certo” acesso aos livros da biblioteca da família e, segundo ela, algumas de suas amigas se preparavam para cursar uma faculdade em Pelotas ou Porto Alegre.

Os escritores favoritos das garotas de seu grupo eram refinados nomes, dentre eles: Stendhal, Flaubert, Machado de Assis, Eça, Thomas Mann, Knut Hamsum, Hans Fallada, Huxley, Shakespeare, Cornneille, além de Nietzsche, Ingenieros, Krishnamurti, Ortega y Gassete e esplêndidas mulheres como Juana de Ibarburu, Alfonsina Storni, Gilka Machado.¹³

¹⁰ Ibid., p.22.

¹¹ DUARTE, Kelly Baptista. *Carmen da Silva: Nos Caminhos do Autobiografismo de Uma “Mulheróloga”*. Dissertação de Mestrado defendida no programa de pós-graduação em Letras na Fundação Universidade Federal do Rio Grande, 2005, p.62.

¹² SILVA, op.cit., p.29.

¹³ Ibid., op.cit., p.27-28 passim.

Para Fonteles essa salada descrita por Carmen não tem nada de desconexa, e ressalta um traço comum entre os autores e a importância deles na vida dela:

Em linhas gerais, pode-se observar traço comum entre essas leituras: a preocupação dos autores em mostrar, de diversas formas o conflito instaurado entre classes, valores, ideologias e entre os sexos. São leituras eruditas, marcadas pelos componentes da insatisfação, do desafio e a ruptura com normas preestabelecidas. Inauguram, nesse momento, para Carmen, nova fase em seu processo de tornar-se leitora, quando o ato de ler passa de fenômeno de reconhecimento e de confirmação cultural e torna-se o esforço de separação do universo cultural de sua comunidade. Fase esta que coincide com a revisão dos valores que lhe foram inculcados e que precede a decisão de deixar a cidade. Os livros, mesmo que relidos mais tarde, no momento, possibilitaram a Carmen distanciar-se desses valores e compreender melhor os conflitos existentes em sua família, na comunidade, na cidade.¹⁴

Apesar desse conhecimento, a maioria das jovens do Rio Grande encontrava-se destinada apenas ao casamento e tinham, no primeiro baile, uma espécie de vestibular para o desempenho feminino:

Estávamos aí para aprender a ser Verdadeiras Mulheres: bonitinhas, enfeitadas como árvores de natal e, ao mesmo tempo, discretas, boazinhas, disponíveis, amorfas, reduzidas à mais absoluta passividade. Esperando. Esperando sem poder fazer nada: a impotência envolta em tules e crepes georgette. Macaquinhos amestrados que ficariam amontoados na jaula ou saíam de saiotê e chapéu a fazer suas gracinhas e receber aplausos e bananas, dependendo de um olhar do dono, um sinal do dono, um estalar de chicote do dono. Existe um sexo de patrões e um sexo de animaizinhos amestrados: estávamos aí para aprender quem governa o mundo, de que lado pende a

¹⁴ DUARTE, Ana Rita Fonteles. *Carmen da Silva: o feminismo na imprensa brasileira*. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005. p.76

balança do poder, quem é o dono e quem é o macaco. Ou melhor, a macaca.

Se alguma garota havia chegado aí alimentando ilusões e veleidades, o primeiro baile era a hora de baixar-lhe a crista.¹⁵

Torna-se fundamental ressaltar que Carmen está escrevendo sua autobiografia aos 65 anos e por isso expõe de forma crítica o lugar da mulher na sociedade rio-grandina daquele período, todavia deixa claro em outras passagens que ela e suas amigas não possuíam naquele momento dimensão do que mais tarde perceberiam, como a opressão feminina. Apesar disso frisa que o primeiro baile não foi suficiente para ensinar-lhe o destino de macaquinha amestrada; foram necessárias experiências mais drásticas das quais seu destino não teve como escapar.¹⁶

Em 1941, com a morte de sua mãe, Carmen da Silva estava com vinte e um anos e o Rio Grande era pequeno demais para seus anseios. Vejamos:

Ser mulher nunca foi fácil para ninguém em nenhum lugar. Ser mulher numa cidade pequena nas décadas dos 30 e 40 mais do que difícil, era dramático: havia que escolher entre a fuga, o martírio e o heroísmo. Confesso que escolhi a fuga. Meu próprio ponto de saturação chegou no início de 1944. Não me pendurei numa forca feito personagem de Cela: quem se mata aos vinte e três anos, estalando a saúde, com as bochechas rosadas e lustrosas que nem maçãs? Mas plagiei seu bilhetinho de despedida: “Cheira a cebola, não posso mais”. Enfim: aproximadamente. E me mandei ¹⁷

Para Carmen o Rio Grande, essa pequena cidade do Sul do Brasil, cheirava a peixe e cebola por conta dos entrepostos do cais, e isso era um orgulho da produção regional. No entanto ela se lembra do personagem de José Camilo Cela, em “Colméia”, que

¹⁵ SILVA, loc.cit., p.28-29

¹⁶ SILVA, op.cit., p.32

¹⁷ Ibid., op.cit., p.11

passou anos queixando-se de que “cheira a cebola” e, quando não agüentou mais, resolveu se suicidar por puro sofrimento olfativo.

O destino escolhido foi o Uruguai. Preferiu Montevideú ao Rio de Janeiro, pois este último representava o desconhecido total, outro universo, outro clima. Já o primeiro era mais familiar, ela já conhecia e possuía alguns primos lá, além do que o espanhol era menos estranho para os ouvidos gaúchos do que o sotaque carioca.¹⁸

E eu aí comecei a construir minha nova existência, sem ser filha de ninguém, sem amparo econômico ou de qualquer outra espécie, tendo de criar meu próprio escaninho social, suando por mim mesma o aluguel do pequeno apartamento, o telefone, o sustento, a condução, as roupinhas para manter um visual apresentável. Dois empregos e mais algumas traduções a domicílio me garantiam meio mês de suntuosos bifes em bons restaurantes, táxis, cigarros importados; os outros quinze dias eu passava a sanduíche de mortadela, que também é muito nutritivo: devo reconhecer que a administração não era lá muito equilibrada. Mas tudo bem, a gangorra do orçamento não se refletia em oscilações da moral: essa pairava altíssimo. Eu era jovem, vistosa, tinha saúde de cavalo e vivia a incomparável vibração de medo, prazer e orgulho da independência recém-inaugurada: minha auto-estima andava pelos píncaros do Everest.¹⁹

Carmen da Silva assumiu sua independência e foi morar sozinha e trabalhar na capital daquele belo país democrático, que segundo ela possuía “*excelentes espetáculos de arte e governantes que não tinham medo do povo*”²⁰.

Segundo Ana Rita Fonteles Duarte, foi lá que ela inaugurou sua condição de mulher livre, tendo que trabalhar pela manhã no Comitê para Defesa Política do Continente e, à tarde, no Escritório

¹⁸Ibid., op.cit., p.43

¹⁹ SILVA, loc.cit., p.32-33

²⁰ Ibid., loc.cit., p.43

Comercial do Brasil, e posteriormente começou a fazer traduções. A respeito dessa experiência vivida por Carmen, Fonteles afirmou:

Mais que pagar as próprias contas, ela parecia querer se diferenciar do comportamento feminino convencional, o que, mais tarde, reconheceria como atitude machista, já que o alvo, para suas ações, estava bem determinado: os homens.

Na luta para afirmar-se na nova condição, a constante apropriação de comportamentos culturalmente relacionados ao masculino e a construção e reconstrução da identidade de gênero foram para Carmen, muitas vezes, artifício de sedução e de sobrevivência no trabalho, nos relacionamentos amorosos e relações interpessoais.²¹

O Uruguai foi sua morada por seis anos: mudou-se depois para Buenos Aires. Isso porque recebeu uma proposta de emprego de seu namorado René para trabalhar como subdiretora de uma firma francesa da qual ele era sócio-titular na Argentina. Entretanto descreveu em suas memórias que não foi fácil adaptar-se nesse país nem manter o relacionamento com René, pois este era casado.

[...]ele tinha um sócio francês, eu tinha uma sócia, também francesa, mas infelizmente muito presente em Buenos Aires: a mulher dele. Isso atrapalhava um pouco. Para falar a verdade, atrapalhava bastante. A loiríssima estava disposta a fechar os olhos se seu marido se limitasse a manter um romance burocrático e relativamente discreto, uma civilizada (...) mas sua generosidade terminava aí, de divórcio ela não queria nem ouvir falar. Eu própria era ainda menos desprendida, pois não aceitava amores de sessão vermute: para mim era tudo ou nada. Nem René tolerava a idéia de que a partir de certa hora eu passasse a ser dona de meu nariz. A loiríssima tinha direitos, eu tinha exigências, René tinha ciúmes: ficava difícil conciliar tudo isso.²²

²¹ DUARTE, op.cit., p.80

²² SILVA, op.cit., p.47- 48

Apesar da situação de namorar um homem casado, o que implicaria algumas concessões, Carmen não estava disposta a prolongar tal relacionamento, e acabou rompendo com René ao perceber que este não assumiria o compromisso. Além de terminar a relação de aproximadamente quatro anos, Carmen deixa o emprego também: *“deixei o mundo dos negócios e fui tratar de me virar noutra freguesia.”*²³

Seu próximo trabalho foi na Embaixada do Brasil, e para ela a sorte contribuiu para que ocupasse tal função, já que dessa vez não possuía padrinho. Foi contratada como secretária do adido militar e, apesar de o cargo de adido militar ter validade de dois anos, sempre conseguiu manter seu emprego, como escreveu nesta passagem de sua autobiografia.

Meu cargo era considerado “de confiança”, e a cada mudança de adido eu tremia nos gonzo. Todos eles, porém ficavam bem contentes de encontrar uma pessoa integrada no país, bem relacionada, bem informada, ligada aos meios jornalísticos locais, capaz de redigir um português correto – coisa que para eles tinha algo de mágico -, e a única pessoa de toda a Embaixada da Brasil que sabia escrever em espanhol, o que fazia de mim o quebragalo geral, eventualmente por todas as seções.

Se minhas qualificações garantiam a permanência no cargo, não eram entretanto suficientes para assegurar a dignidade do cargo. Meu grande problema era fazer compreender a cada recém-chegado que ele estava em função civil, e que tinha uma secretária, não uma ordenança que devesse bater os calcanhares em sinal de subordinação e respeito.²⁴

Afirmou que fazia questão de derrubar qualquer pretensão de impor-lhe a disciplina militar e procurava deixar claro que só executaria as tarefas de secretária, sendo assim não prepararia cafezinho nem faria atividades de servente. Para ela, embora ganhasse pouco, trabalhar ali era muito divertido.

²³ Ibid., op.cit., p.86

²⁴ Ibid., op.cit., p.87

Outro aspecto bastante marcante de sua vida foi o clima tenso da política argentina, o que a fez comentar na sua autobiografia sobre a pressão que é viver o clima de uma ditadura.

Eu vivera uma boa parte do Estado Novo no Brasil, mas era muito garota para prestar atenção ao que ocorria ao redor e, de todos os modos, Rio Grande era pequeno demais, “íntimo” demais para servir de amostra, a repressão aí agia num âmbito estreito e de forma quase privada. Em Buenos Aires, respirava-se o peronismo como um clima denso e sufocante – às vezes literalmente, pois era comum ter de andar pelas ruas com o lenço molhado no nariz para proteger-se das emanções de gás lacrimogênio, vestígios de escaramuças recentes.

Acho que todo cidadão latino-americano deveria receber desde o jardim de infância, um adestramento especial, algo assim como curso de sobrevivência na selva que se dá aos pilotos aviadores, a fim de capacitá-los a viver numa ditadura²⁵

Carmen da Silva morou na Argentina de 1950 a 1962, vivenciou o auge e a derrocada do peronismo, aprendeu muito com as experiências e com a realidade daquele país. Em suas memórias afirma que cresceu e teve uma formação liberal e, apesar de desejar um mundo agradável para todos, achava justo que alguns grupos possuíssem necessidades mais extensas, abrangentes e refinadas que outros, pela simples razão de serem mais cultos. No entanto percebeu que deveria engolir seu belo mundo liberal com mostarda e catchup, já que nascera pouco depois de uma guerra mundial e aos dezoito anos assistiu à eclosão de outra.

Assim afirmou Fonteles:

[...]Carmen viveu experiências de sentir-se parte da coletividade social, que aguçou as convicções políticas – ela, até então uma “liberal convicta”. O movimento de oposição contra o regime peronista foi acompanhado, de perto, por Carmen. As notícias mais recentes sobre as atitudes antigovernistas lhe vinham do calor dos bares, principalmente do Astro’s Club, freqüentado por

²⁵ Ibid., op.cit., p. 74 - 75

artistas de teatro, “central de boatos e comentários”, aonde ela, muitas vezes, ia sozinha, para beber, comer ou simplesmente fazer anotações de exercícios literários. Lá se ouviam rádios proibidas de outros países latino-americanos e ficava-se sabendo de tudo que acontecia na política argentina.

As lutas pela deposição de Perón, o que aconteceria em 16 de setembro de 1955, causaram profunda impressão em Carmen, que observou o desenrolar dos acontecimentos, nas ruas de Buenos Aires, a festa das multidões a comemoração do que se acreditava ser novo tempo.²⁶

Todos esses acontecimentos despertaram sua veia literária, e foi na Argentina que iniciou sua produção como escritora, publicando contos, romance e escrevendo para jornais e revistas. No entanto foi seu primeiro romance, *Setiembre*, que deu visibilidade ao seu trabalho.

*Setiembre*²⁷ foi publicado em 1957, mas sua temporalidade está situada aproximadamente nos episódios de setembro de 1955 e no processo histórico argentino da queda de Perón. Embora tenha recebido diversas críticas como de que deveria ser um homem que escrevia e assinava com pseudônimo de mulher, ou até mesmo de que seria uma ousadia uma brasileira escrever um romance argentino, foi esse livro que a introduziu nas reuniões literárias com escritores e jornalistas.

Comecei a conhecer escritores, convidava-os a minha casa que não demorou a tornar-se o ponto de reunião da Buenos Aires literária e jornalística (sem os nomes mais altissonantes, os Borges, Malleas e Mujica Láinez, que não desciam da torre de marfim para uma garçonnère sem pretensões). Ciosa guardiã das boas maneiras que minha mãe me ensinou, aos casados eu invariavelmente dizia que trouxessem a mulher, mesmo temendo que ela fosse uma chata. Se algumas realmente o eram, nunca fiquei sabendo. Todos vinham desacompanhados e não pelos

²⁶ DUARTE, op.cit., p.84

²⁷ Este romance foi publicado no Brasil, como *Fuga em Setembro* e rendeu-lhe o prêmio “Faixa de Ouro”, o mais importante da Sociedade Argentina de Escritores. Ver In: Ibid., loc.cit., p.84

meus belos olhos: o papo-nosso-de-cada-noite reunia facilmente trinta pessoas. O pretexto era sempre o mesmo: “Ela não é muito disso, se interessa é pela casa, os filhos...” Isso me revoltava, embora, mais uma vez, sem me levar a qualquer conclusão: entendedeiras fechadas são um osso duro de roer. Um dia perguntei francamente a vários deles por que diabos um intelectual se casava com a cozinheira.²⁸

Carmen chegou a escrever nas revistas, *Atlántida* e *El Hogar*, artigos dedicados às mulheres, convocando-as a saírem de casa, lutar e realizar, mas confessou que naquele momento a opressão feminina não era tão evidente, ela nem pensava sobre isso. Confessa que foi gradativamente que começou a perceber a teia de aranha persistente e tenaz que envolvia o papel das mulheres, que lhes tolhia os movimentos e as prendia em gaiolas de ouro, ou até mesmo em arames enferrujados. Entretanto afirmou que, apesar de ter tido a presença de fugir desse mundo destinado às mulheres, ela não tinha muita consciência do que estava fazendo quando se despediu do Rio Grande.

Concomitantemente a seus escritos, mantinha seu trabalho na Embaixada e publicava seus artigos. Foi construindo seu lugar com mulher e escritora na Argentina, o que trazia muita satisfação, pois reconheceu que pela primeira vez deram-lhe o direito do seu próprio nome; no Rio Grande, era conhecida com “*Carmenzinha do doutor Pio*”, sua identidade ficava associada a seu pai. Agora não, embora num país estrangeiro, Carmen sentia-se realizada.

Na Embaixada mantinha-se discreta, apesar do sucesso de seus escritos, mas relata que tal indiferença foi rompida quando convidada a escrever um conto para uma revista açucarada feminina, *Damas y Damitas*, cujo título foi “La nina, El capullo y El retrato”, uma historinha sobre as primeiras emoções sensuais de uma adolescente. Seu conto foi censurado e a tiragem da revista

²⁸ SILVA, op.cit., p.94

apreendida. Para ela isso ocorreu devido à mentalidade que pairava sobre Buenos Aires.

Mas Buenos Aires nessa época vivia mergulhado numa onda de puritanismo à ultrança, comum às ditaduras, sobretudo às que obedecem à inspiração de uma primeira dama de meretrícia origem. E um comissário de polícia, cujo nome não recordo e nem me importa recordar – talvez nem sua mãe se lembre, se é que jamais *aquilo* teve mãe -, mandava prender os pares que se beijavam em público, obrigava boates e clubes noturnos a manterem abertas as cortinas ao nível da rua para evitar a pouca-vergonha lá dentro e fincava um olho de velho sátiro enrustido em tudo o que se publicasse. Não deu outra: o conto foi censurado, a tiragem da revista apreendida.

O assunto alimentou a crônica portenha durante algumas semanas, recebi cartas de adesão e xingamentos, aplausos e desancadas. Publiquei na *Gaceta Literaria* de Tucumán um artigo dizendo o que eu pensava da censura, sob o título um tanto ionesqueano de *Um Elefante no Vestíbulo*, dei entrevistas a vários jornais e revistas de Buenos Aires, fui o pratinho do dia.²⁹

Carmen relatou que o único lugar em que se sentia à vontade era na Sociedade Argentina de Escritores (SADE)³⁰. Lá sim não sofria limitações da extraterritorialidade, podia soltar o verbo nas reuniões, congressos, simpósios e assembléias e só se lembrava da condição de estrangeira quando pediam pra que ela cantasse, dançasse segundo as galas folclóricas argentinas.³¹

Ela começou a sentir vontade de voltar para o Brasil, apesar de afirmar que se sentia feliz na Argentina. Sua condição de estrangeira começava a pesar, pois algumas restrições lhe eram

²⁹ SILVA, op.cit., p.91

³⁰ Segundo Kelly Baptista Duarte, Carmen foi premiada com a faixa de Honra por esta sociedade argentina, pelo romance *Setiembre*. DUARTE, Kelly Baptista. *Carmen da Silva: Nos Caminhos do Autobiografismo de Uma “Mulheróloga”*. Dissertação de Mestrado defendida no programa de pós-graduação em Letras na Fundação Universidade Federal do Rio Grande, 2005. p.27

³¹ SILVA, op.cit., p.108

impostas, além de ser funcionária da Embaixada brasileira, o que a obrigava a doses de cautela.

Mas eu começava a sentir certa culpa de viver como que entre parênteses, sem qualquer compromisso visceral com o país que me abrigava. Sempre fui dotada de um superego extremamente atrapalhado, especialista em interferir quando tudo está correndo às mil maravilhas. Et pour cause!

E foi assim que comecei a acalantar a idéia de voltar para o Brasil. Morro de vergonha de confessar que um dos mais fortes motivos de meu regresso foi a sensação de marginalidade política, o cansaço dos golpes e contragolpes militares, o desejo de participar das decisões e *votar*: vou levar fama de ser o maior pé-frio da história!³²

Relata em sua autobiografia que não estava em seus planos voltar para o Rio Grande, e naquele momento o Rio de Janeiro a atraía mais por dois motivos: a seu ver era lá que as coisas aconteciam, era o coração do Brasil, e também porque não conseguia esquecer um carioca por quem se apaixonara. Mas ela admitiu que o envolvimento ocorreu em circunstâncias erradas: além de casado, ele era militar.

Antes de voltar para o Brasil já havia adquirido boa experiência como escritora, como analisou Kelly Baptista Duarte:

Após *Setiembre*, ela escreverá um segundo romance intitulado *El séptimo invitado*. Tratava-se de uma versão local atualizada de *O Banquete de Platão*. Embora pronto para ser editado, surpreendentemente ela suspende a publicação por considerar que havia problemas de técnica e de estilo. Percebeu que teria de reescrever alguns capítulos, mas faltava-lhe entusiasmo: “a relação mágica entre mim e o livro já se dissipara e não gosto de escrever a frio” (*Rio, 1964*). Mas logo em seguida entrega à editora Claridad um livro de contos, *El diablo y otras soledades*. Nesse mesmo período produz sua primeira obra de teatro, *El aprendiz de genio*, uma farsa dramática que chamou a atenção do grupo

³² Ibid., op.cit., p.109

Santelmo para encená-la, e do editor Ricardo Letras para publicá-la. Sempre muito autocrítica, pensando em modificar o final, Carmen voltou ao Brasil com o único exemplar da obra. Ainda na Argentina, escreve, na seqüência, outra peça teatral, *Prohibido pisar el césped*. Constituído de um único ato, o drama é produto de uma inspiração nascida nos momentos de angústia da escritora: o processo de renúncia do presidente Jânio Quadros no Brasil, no ano de 1961, que ela acompanhou ainda da Argentina (*Diário de Notícias*, 31 maio 1964). Essa peça viria a ser uma de suas últimas produções antes do retorno ao Brasil. Nela reflete-se não apenas a preocupação com a crise política nacional daquele momento, mas também sua postura diante do fato enquanto cidadã brasileira.³³

Carmen da Silva permaneceu dezoito anos fora do Brasil, vivendo em dois países diferentes, Uruguai e Argentina. Além de suas experiências profissionais, ela desenvolveu a arte da escrita e se estabeleceu como escritora, principalmente com a publicação de seu livro *Setiembre*, com seus contos e artigos. Entretanto outro aspecto importante de sua formação deve ser considerado: sua relação com a psicanálise.

A psicanálise foi uma descoberta importante em sua vida. Ao fazer análise decidiu conhecer melhor essa área de estudo e especializou-se, como analisou Fonteles:

As sessões de análise que se lhe apresentaram como caminho para superar a dor do fim de um relacionamento, revelaram-lhe a possibilidade de conhecer melhor o ser humano. A sobrinha de Carmen, Alice Barreto, recorda seu esforço para aperfeiçoar-se nessa área: “Carmenzinha trabalhou na revista da Associação Psicanalítica Argentina. Nessa época estudava, lia muito e fez curso de psicodiagnóstico. E, para pagar seu tratamento psicanalítico era secretária da Associação.”³⁴

³³ DUARTE, Kelly op.cit., p.28

³⁴ DUARTE, op.cit., p.86

Tal conhecimento com certeza foi utilizado por ela em seu novo emprego no Brasil, como articulista da *Revista Claudia* e na construção de seu discurso sobre o papel da mulher na sociedade. É com essa bagagem intelectual que ela desembarca no Brasil em 1962.

Sua chegada foi acompanhada de um choque cultural, pois tudo era novo: o clima quente, a euforia carioca, a forma como as pessoas se relacionavam. Esse aspecto ela descreveu como desolador, já que sentia um caráter superficial nas relações humanas. Não conseguia reproduzir as reuniões noturnas que fazia em Buenos Aires com seus amigos, havia uma defasagem de traduções do que havia lido lá. Enfim, afirmou que sentia muita saudade dos seus amigos argentinos.

A busca por um trabalho também não foi fácil: enviou currículos, cópias de seus artigos publicados fora do Brasil, mas o que conseguiu foi um emprego num escritório. Confessa que foi observando as moças que lá trabalhavam, pertencentes à pequena classe média, que descobriu a mulher e suas aspirações convencionais.

Compreendi que a mulher não é obra da natureza e sim uma paciente, laboriosa – e malicioso – construção da cultura. “On ne naît pás femme”: faz-se a mulher dentro de um molde e a que sai do padrão leva o rótulo de monstro. Somos produzidas sem série, dentro das especificações da “feminilidade” tal como os homens acharam de interpretá-la segundo seus melhores interesses e enquadradas no tipo físico determinado por um Instituto de Pesos e Medidas, que analisa o material e descarta a escória. Mais uma vez: jóia e flor ou bagulho.³⁵

Foi no ambiente de trabalho que ela começou a questionar o papel da mulher brasileira de classe média. Seu encontro com os escritos de Simone de Beauvoir já tinha ocorrido, sua base psicanalítica a ajudava a pensar tal universo revelando uma

³⁵ Ibid, loc.cit., p.86

bagagem cultural que facilitava seu olhar crítico sobre as relações entre os sexos, e assim foi amadurecendo a idéia.

Para marcar o reencontro com seu país e com a língua portuguesa, escreveu mais um romance, *Sangue Sem dono*, publicado pela Editora Civilização Brasileira, em 1964. Embora Carmen não assuma que esse livro conta a sua trajetória, muitas passagens fornecem indícios de que a personagem está vivendo e passeando pelos seus próprios caminhos, pelas suas próprias experiências.

O romance retrata a vida de uma mulher que nasceu numa família burguesa e busca o conhecimento de si, seu objetivo é a liberdade e a independência. Assim narra o cotidiano dessa mulher que passa um tempo morando fora do Brasil e, quando retorna a sua terra natal, encontra o caminho para a realização. O fato de não admitir que *Sangue sem dono* foi escrito em tom autobiográfico permitiu que ela apresentasse episódios até então desconhecidos de sua vida, no entanto muitos deles não foram confirmados.

Outro aspecto interessante analisado por Kelly Baptista Duarte é a aproximação desse romance com *Sangue dos outros*, de Simone de Beauvoir, seja na intertextualidade seja no diálogo à composição do título:

Ambos, título e obra, apresentam em seu bojo uma mesma ideologia de engajamento, veiculado pelo social das personagens protagonistas, o que reafirma o engajamento literário das duas escritoras. O distanciamento temporal entre as obras e a diferença de cenários que ambientam e ilustram, o idealismo de Carmen e de Simone, vêm provar que a primeira exerce um certo “canibalismo” da filosofia beauroirista, na medida em que se nutre das reflexões a respeito da condição feminina propostas pela segunda, as recia e adapta ao contexto social e à realidade da mulher brasileira, num tempo em que as mulheres feministas e emancipadas já somavam um número considerável na França.³⁶

³⁶ Ibid, loc.cit., p.86

A repercussão de seu romance aqui no Brasil atraiu a crítica, tanto positivamente, como de forma destrutiva, isso porque argumentaram que o livro foi construído com audácia, desinibição e falta de recalques.³⁷

Tais comentários conduziram Carmen às páginas dos jornais para rebater as críticas, dando abertura para ela, que aos poucos ia conquistando seu espaço nos meios de comunicação impressa.

Tal intuito foi alcançado, como podemos perceber através da sua produção literária: “*Dalva na rua Mar* (Novela - 1965); *Guia de boas maneiras* (Ensaio - 1965); *A arte de ser mulher* (Ensaio - 1966); *O homem e a mulher no mundo moderno* (Ensaio - 1969); *A revolução sexual* (Ensaio - 1970); *Fuga em setembro* (Trad. do romance *Setiembre* realizada pela própria autora - 1973) e *Histórias híbridas de uma senhora de respeito* (Autobiografia - 1984).”³⁸

Sua chegada ao Rio de Janeiro foi marcada de acontecimentos. Passado o primeiro impacto, Carmen consegue estabelecer um vínculo de sociabilidade, e o ano de 1963 ela viveu intensamente, tanto profissionalmente, quanto no plano pessoal: escreveu seu romance, *Sangue sem Dono*, casou com um advogado e assumiu a seção - *A arte de ser Mulher* - da *Revista Claudia*.

Na sua autobiografia, Carmen preferiu utilizar o pseudônimo de Mr. F.(a letra F, ela atribuiu aos adjetivos: folgado e falante) ao se referir ao seu companheiro, cujo nome verdadeiro era Claudio. Foi com ele que ela mudou do Rio para Niterói: “*O fato é que me refugiei no bucolismo fluminense em companhia de um rapaz sestroso, verboso, pontificador, proprietário da verdade com contrato vitalício de monopólio sobre ela*”.³⁹

Apesar de terem vivido juntos cerca de quinze anos, em *História híbridas de uma senhora de respeito* a escritora ressaltou

³⁷ DUARTE, Kelly op.cit., p.35

³⁸ Ibid., p.37

³⁹ SILVA, op. cit., p.137

mais os desencontros dessa relação, e os conflitos foram traduzidos em tom de desabafo e decepção:

Esse homem com o qual todas sonhamos essa união plena e satisfatória que a fada madrinha nos prometeu desde o berço e que até hoje ainda está em veremos. Não duvido de que haja, sim, *homens* maravilhosos, mas quando se convertem em *maridos* acabou-se a maravilha: as exigências do papel reduzem todos eles a um denominador comum – e desconfio muito que eles encontram certa volúpia no desempenho. Os bons maridos são o prêmio das mulheres certinhas, que têm a cabeça no lugar. Isto é: ao nível do tanque e do fogão. Ser marido é uma função didática: marido está aí para mulher aprender com quantos paus se faz uma canoa.

Azar o dele quando ela descobre que, com um pau só, sua canoa está mas é afundando.⁴⁰

O tom de amargura em sua escrita expressa possíveis motivos que tenham provocado o fim da relação. Em entrevista realizada por Ana Rita Fonteles Duarte, a socióloga Moema Toscana, amiga de Carmen, afirma que a união dos dois poderia ter se dado em parte pela necessidade que Carmen tinha de escandalizar, chocar as pessoas conservadoras, dentre as quais sua própria família. Claudio, apesar de ser advogado, intelectualmente deixava a desejar frente ao conhecimento da esposa. E era negro.⁴¹

Quando Carmen da Silva assumiu a seção “*A Arte de ser mulher*”, já tinha muita história para contar e muito que analisar. Sua volta ao Brasil coincidiu com os anos pré-ditadura militar, além de serem os tão falados *anos 60*, estigmatizados com a mudança de comportamento, com a chamada revolução sexual, com os movimentos feministas e de contracultura, além de toda a censura que recaía sobre os meios de comunicação.

⁴⁰ Ibid., p.142

⁴¹ DUARTE, op.cit., p.97

O público feminino, leitor da *Revista Claudia*, pôde acompanhar o seu discurso e seus posicionamentos no que se referia ao universo feminino e ao movimento de rupturas e continuidades pelo qual passavam a *moral e os bons costumes* da época.

Sua aproximação com a Editora Abril ocorreu depois que ela enviou uma carta para a redação, com a proposta de escrever sobre a modificação que via na mulher brasileira. Foi contratada como redatora de “*assuntos femininos*” e ficou responsável pela já existente seção “*A arte de ser mulher*”, título este que não lhe agradava, pois afirmava que não reconhecia que acrobacia fosse sinônimo de arte.

A seção que ela assumiu já era publicada desde que a Revista foi lançada, em 1961. Quem assinava era D. Leticia, no entanto seu discurso apoiava-se nos famosos consultórios sentimentais e no modelo tradicional de família, designando a mulher a exercer sem reclamar seu papel de esposa e dona de casa, já que os homens possuíam uma natureza masculina que os conduziam à infidelidade, à desordem e ao mundo público (trabalho e vida social).

A diferença entre as duas é evidente, como analisou Santos:

Se D. Leticia, consultora leiga, apoiada solidamente no conhecimento da tradição que sua experiência e sabedoria lhe conferem, exorta, aconselha e propõe soluções para as dificuldades de suas leitoras, Carmen da Silva, psicanalista, ancorada no conhecimento e na experiência profissional, será veículo de novos valores que equiparam o homem e a mulher, evitando, porém, tanto quanto possível, o recurso ao aconselhamento direto. O conselho dá lugar ao questionamento dos problemas e conflitos vividos pelas leitoras. Sua estratégia não visa a reequilibração imediata, a adaptação ao momento presente, nem busca provocar *incontinenti* um sentimento de alívio. O objetivo se sua intervenção será reconstruir em

profundidade os ideais da mulher, resolver convicções enraizadas e questionar as atitudes mais típicas do sexo feminino.⁴²

Carmen vem com um olhar diferente, com experiências e conhecimento, que lhe permitiram vasculhar no mundo da mulher de classe média. Como ela mesma afirmou, foi *mexer em abelheiro*.

Os anos posteriores a sua entrada na Abril são marcados por importantes processos históricos, que muitas vezes “gritam” em seus escritos; já outros são silenciados. A procura de compreender melhor o processo de modernização de nossa sociedade, que viveu uma ditadura, consolidou-se como consumidores e aprendeu a reavaliar alguns valores no âmbito familiar, que torna a pesquisa de “A arte de ser mulher” tão expressiva.

4.2 “A Arte de Ser Mulher” e a Revista Claudia: um diálogo possível?

“Abramos a mente aos estímulos que a vida está constantemente oferecendo, aceitemos os desafios de cada dia, sacudamos as traças e teias de aranha que podem ter se alojado subrepticiamente em nossa inteligência. Os resultados podem ser assombrosos. Mesmo se nossos pontos de vista não mudarem, mudará nossa atitude com relação a eles: saberemos que são *realmente* nossos.”⁴³

A seção “A arte de ser mulher” tinha como objetivo publicar artigos com temáticas relacionadas ao universo feminino. O tom desses artigos era dado por Carmen da Silva, que com sua experiência utilizava-se muito da psicologia e de uma bibliografia atualizada. Um fator que deve ser ressaltado é que Carmen recebia

⁴²SANTOS, Tania Coelho dos. “De Dona Letícia a Carmen da Silva: as revistas femininas e a modificação do comportamento da mulher”. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. (org). *Uma nova família: o moderno e o arcaico na família de classe média brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986. p.87

⁴³ Primeiro artigo de Carmen da Silva na Revista Claudia – *A Protagonista* – Setembro de 1963. Publicado também na coletânea: SILVA, Carmen Da. *A arte de ser mulher: um guia moderno para o seu comportamento*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1968. p.10

as cartas das leitoras, e respondia a elas, o que lhe proporcionava escolher os assuntos que mais angustiavam seu público. Construiu assim um diálogo que correspondia às expectativas de quem adquiria a revista.

Com uma linguagem coloquial, a articulista procurava escrever de forma fácil, embora muitas vezes recorresse a palavras rebuscadas. Já as teorias de psicologia, quando utilizadas, eram explicadas com exemplos do dia-a-dia, pois a proposta era conversar com a sua leitora, questioná-la, fazendo com que ela pensasse sobre suas angústias cotidianas.

Os artigos em média tinham quatro páginas e eram iniciados com o título em destaque (letra maior), o nome da seção e a assinatura da articulista. Uma imagem também compunha as primeiras páginas, sempre associada ao tema que seria exposto. Na década de 60, utilizava-se a estratégia de não publicar o texto em seqüência de páginas; o artigo começava em uma página em cujo final indicava-se o número da página em que continuaria o artigo, e assim por diante. Isso fazia com que a leitora folheasse a revista toda para poder terminar de ler os artigos que lhe interessavam, e assim se colocava em contato com a publicidade muito presente nas páginas de *Claudia*.

Outro fator interessante é a localização da seção na revista. Podemos perceber que num primeiro momento (de 1961 a início dos anos 70) ela não possui um lugar fixo, ora está no início⁴⁴ da revista, ora no meio, ora no fim. Já de meados de 1970 a 1973 ela se situa mais para o início, passando posteriormente para o final, onde permanece até 1985.

O sumário da revista passou por várias modificações nas três décadas em que pesquisamos, como mostramos no primeiro capítulo. A seção também não possuiu uma regularidade de posição. Até 1967 ela fazia parte do chamado “O Mundo Claudia”;

⁴⁴ Estabelecemos em nossa análise o seguinte critério: entendemos como início - da página inicial até o meio da revista. O meio quando ela se localiza na metade da revista, e o fim seria do meio para o final.

de 1968 a 1970 pertencia a “Artigos”; no final de 1970 até o final de 1977 aparecia no “Agora Leia que é Sériô”; no fim de 1977 a meados de 1983 voltou a fazer parte do “Mundo Claudia”; e a partir de 1983 até 1985 não apresentou uma regularidade, ora estava em “Mulher” ou “Comportamento”, ora voltava para o “Mundo de Claudia”.

O seu deslocamento dentro do periódico, assim como sua posição no sumário, pode ser compreendido se levarmos em conta que, nas três décadas, a *Revista Claudia* teve quatro diretores de redação⁴⁵ que junto com toda a equipe, pensavam e compunham a lógica para a publicação, seja em relação à distribuição espacial, seja quanto à tônica dada aos temas trabalhados.

Na primeira etapa da pesquisa selecionamos os principais temas que circularam nas páginas de *Claudia* de 1961 até 1985: Família, Corpo, Moda, Culinária e Trabalho. A seção de Carmen da Silva também se preocupou com esses assuntos. Pretendemos analisar como os principais temas são discutidos pela articulista, observando como ocorre a inserção de seu discurso em relação ao restante do periódico. Além disso, destacaremos os artigos que davam visibilidade ao movimento feminista no Brasil (segunda onda), principalmente na década de 70, quando a articulista participa de debates e congressos e publica os seus resultados na seção.

Se o discurso da revista preocupava-se em ajudar a mulher a estar preparada para melhor servir ao homem, Carmen representou uma voz contrária à dependência feminina, embora estivesse consciente de que o público-alvo estava em concordância com os papéis tradicionais impostos pela sociedade: esposa, dona de casa e mãe.

A colunista enfrentou o desafio, não radicalizou, procurou num primeiro momento abordar questões que mostrassem as

⁴⁵ Luís Carta (1961 a 1965), Thomaz Souto Corrêa (1966 a 1972), Carlos Alberto Fernandes (1973 a 1978) e Maria Cristina Gama Duarte (1979 a 1985).

insatisfações individuais de suas leitoras, num trabalho de conscientização. Seu primeiro artigo evidencia bem essa fase de conscientização; o título era: “A Protagonista” (setembro de 1963).

O artigo propunha para as leitoras que elas deveriam ser protagonistas de suas vidas, apontava possíveis frustrações e perigo de quem se esconde atrás de rótulos e de queixas. O tom do diálogo demonstra muita cautela, um cuidado com a escrita e o emprego do plural, pois, ao se incluir nesse universo, ela conseguiria aproximar-se das leitoras. Assim é comum encontrarmos: “Não caíamos”, “Abramos a mente”, “Nossa realidade”, “Nossas opiniões”.

O artigo também indica que Carmen ainda não está se referindo apenas à dona de casa, esposa e mãe (a possível leitora de *Claudia* naquele momento); dirige-se a vários segmentos de mulheres, como podemos perceber em alguns trechos do artigo: “Casadas e solteiras, ociosas e trabalhadoras, estudantes e profissionais, artistas e donas de casa”⁴⁶, ou “Muitas mulheres se casam esperando que o amor lhes dê felicidade; trabalham pensando que um emprêgo lhes dará independência, ou estudam com o objetivo de que uma carreira lhes dê prestígio”⁴⁷. Assim explicitava que o universo feminino não era só o lar, podendo-se incluir nele o trabalho e os estudos. No entanto, aos poucos percebe que sua tribuna está situada dentro de um periódico que tinha como principal lugar o lar e as relações familiares.

Carmen estava conhecendo suas leitoras, aproximando-se desse universo, mas sem dúvida já vinha com uma proposta bastante provocativa:

Cada mulher pode e deve protagonizar sua vida dentro do âmbito que escolheu, seja êle vasto ou reduzido, seguindo suas inclinações, acatando os ditames de seu temperamento e, em certa medida, do círculo social, econômico e cultural a que

⁴⁶ SILVA, op. cit., p.3

⁴⁷Ibid., p.6

pertence. O problema não consiste em fazer coisas espetaculares, mas sim em tomar consciência dos seus objetivos e aceitar a tarefa que sua consecução impõe.

Dentro dessa orientação, reconheceremos que o amor não brinda gratuitamente a felicidade; o que êle brinda é uma oportunidade de dita. Se não participarmos, de modo consciente e generoso, do jôgo mútuo de dar e receber, a oportunidade há de frustrar-se. Um emprêgo não outorga independência: contribui para apoiá-la, mas ela é, em si, uma conquista de cada um.

Reconhecendo o grau de esforço pessoal implícito em cada realização humana, seja ela em que campo fôr, diminui consideravelmente nossa vulnerabilidade ante os fatôres externos que não podemos controlar. Perder um bem é fatal para quem o recebeu como dádiva, mas quem o construiu pelos seus próprios meios, sabe que pode repetir a proeza, se as circunstâncias assim o exigirem.⁴⁸

O artigo convida as mulheres a se conhecerem, entenderem seus próprios anseios, suas escolhas, pois só o autoconhecimento daria condições e segurança para elas se colocarem como sujeitos de suas vidas e pararem de culpar o destino, tornando-se seres humanos completos. Foi com esse discurso que Carmen da Silva iniciou sua trajetória na *Revista Claudia*, ela chamou essa primeira fase de, “*Fase do Despertador*”, ou “*Fase de Lázaro*”, e a idéia era: “*Acorda, Bela Adormecida, levanta-te e anda*”.⁴⁹

Embora o discurso de conscientização acompanhe toda a trajetória de Carmen na revista, outras ênfases são dadas. Quando a articulista percebe que pode avançar mais um pouco, ela convida as leitoras a se interrogarem sobre suas condições e seus direitos, como exemplifica o artigo “*A Grande Batalha*” (Maio de 1976).

Nesse artigo, a articulista tem como foco principal o trabalho feminino, a luta por salários iguais, por cargos, pelo reconhecimento da mulher como profissional. Indica que um número crescente de mulheres já procura o mercado de trabalho e

⁴⁸ Ibid., p.7

⁴⁹ Revista Claudia, Dezembro de 1979. p.309

conquista sua independência econômica, partindo do individual para o coletivo atuando na participação social. No entanto aponta que os filhos ainda são uma preocupação constante para as mães, que se culpam pela ausência, daí seu discurso sobre a necessidade de reivindicações. Vejamos:

A mão-de-obra feminina, qualificada ou não, ajuda a enriquecer a sociedade.[...]

Ora, o que “fornece” gente – matéria-prima da sociedade, razão de ser do mundo, mão-de-obra produtiva, impulso de toda e qualquer progresso – é o ventre da mulher. [...]

É óbvio, pois, que o menos que a sociedade deve à mulher é proporcionar-lhe os meios para que ela possa cumprir as exigências básicas da sobrevivência dessa mesma sociedade, ou seja: trabalhar e ter filhos; contribuir para o progresso social e garantir a continuidade da espécie.[...]

O primeiro e mais urgente são os equipamentos sociais para um adequado atendimento infantil. Lugares onde a mãe possa confiar seus filhos a equipes especializadas em puericultura, psicologia, pedagogia.[...]

Somos nós, mulheres de classe média esclarecida, que temos de invadir o mercado de trabalho e aí, como elementos atuantes e influentes, impor a força das necessidades e reivindicações de todas as mulheres.

Em certos aspectos, as angústias e inquietações da mulher que trabalha fora, são provocadas principalmente pelos preconceitos culturais com relação ao papel feminino.⁵⁰

Seus artigos abordam a necessidade de as mulheres se organizarem em torno de um ideal maior que a casa, maior que os anseios individuais e pensarem na coletividade e no papel que elas podem desempenhar, mas que a sociedade patriarcal as fez esquecer. A busca por uma identidade também é fortemente discutida, e para tanto cita de Simone de Beauvoir a Betty Friedan.

Da conscientização, às reivindicações, Carmen chega à década de 80 alertando para os desafios dessa nova mulher na

⁵⁰ Revista Claudia, Maio de 1976. p.147

sociedade com o título “Contra a violência a melhor defesa não é o ataque” (novembro de 1984). Nesse artigo, trata da violência urbana, aponta as consequências políticas que a ditadura tinha causado no país, expõe os problemas que afetam o mundo naquele momento e solicita não só às mulheres, mas à sociedade pra construir um mundo mais fraterno.

Claro que essa desgraça não nos caiu do céu por acaso: é a consequência de muitos anos de intensa repressão, da crise, da recessão, do desemprego, da corrupção reinante. É a reação caótica dos grupos que vêm sofrendo um grau intolerável de violência social, privados dos elementares direitos biológicos e civis: o trabalho, o alimento, o teto, a saúde, a instrução, o voto. É também reflexo de uma situação mundial de insegurança, guerras localizadas ameaçando se generalizar, ditaduras, terrorismo, a perspectiva da bomba que acarretaria a extinção da humanidade. Lamento que esta coluna, principalmente destinada a um diálogo amistoso entre mulheres, de repente aparece adotar um tom apocalíptico. Mas como fechar os olhos à realidade nacional e mundial que nos cerca?

Mas uma vez aponte os caminhos de saída que consigo vislumbrar. Exasperantemente lentos e gradativos mas, por desgraça, não vejo outros: são únicos que nos restam enquanto coletividade: a participação em todos os níveis da vida nacional, na política partidária, nas organizações comunitárias, nas agrupações feministas, pacifistas, ecológicas e de integração racial, em todos os movimentos de protestos democráticos, nas associações de pais e mestres, nos clubes de mães, onde quer que possamos unir nossa voz e outras vozes coincidentes para afirmar os direitos humanos, reivindicar nossos foros de cidadãos e tratar, por todos os meios, de construir um mundo mais justo e fraterno.⁵¹

Como podemos perceber, o processo de abertura política já permitia que seus artigos tratassem mais claramente dos fatores políticos, econômicos e sociais que envolviam o Brasil.

⁵¹ Revista Claudia, Novembro de 1984. p.251

O projeto de Carmen privilegiava a liberdade da mulher em tomar decisões como indivíduo, enfatizando a importância da autonomia feminina, através da realização profissional e do respeito à sua condição individual. Levou às suas leitoras questões importantes da vida cotidiana, da qual ela mesma participou vivendo como mulher as transformações da sociedade.

Assim como encontramos vários temas que fizeram parte da seção “*A Arte de Ser Mulher*”, também observamos algumas etapas no discurso da articulista como acabamos de mostrar. Entretanto num artigo, cujo título é “O que seria do mundo sem nós, mulheres?” (Dezembro de 1979), a própria Carmen da Silva faz uma releitura de como havia organizado seu discurso dentro da Revista e afirmou que, nos dezesseis anos em que escreveu, identificava quatro etapas distintas de sua escrita.

A primeira poderia chamar-se, à moda oriental, Fase do Despertador, ou Fase de Lázaro, pois a idéia dominante era: “Acorda, Bela Adormecida, levanta-te e anda”. Tratava-se de sacudir as mulheres que ainda viviam mergulhadas numa espécie de sonho vegetal: deitavam raízes, estendiam ramos, frutificavam, obedeciam à natureza mas sem imprimir-lhe a marca que é privilégio humano: a consciência de si, o pensamento crítico. Elas se definiam a partir de suas funções corporais e suas relações familiares: eram filhas, esposas, mães, apêndice, costela, cara-metade, ventre reprodutor – e fora disso, a nebulosa, o limbo.

Eu as espicaçava para que se reconhecessem gente por direito próprio, com um potencial a realizar, uma tarefa a cumprir no mundo e não só entre quatro paredes – enfim: uma existência autônoma, uma história a construir. Batia na tecla do trabalho com o dever social de cada um e base indispensável de independência econômica, sem a qual a liberdade se transforma numa bela abstração vazia.[...]

A segunda fase foi decorrência natural da primeira. A partir do momento em que a mulher começou a sentir-se existir, era inevitável que passasse a interrogar-se, a olhar para dentro, tomar seu próprio pulso.[...]

Foi aí que eu resolvi meter minha colher torta nas relações familiares. Procurei vias de entendimento, caminhos possíveis de conciliação, pontos onde a concessão era necessária e pontos onde a dignidade não permitia concessão nenhuma.

Essa foi uma fase absolutamente institucional: abordei temas como ciúme, concórdia e discórdia conjugal, conflitos de gerações desconexos, sempre tendo em vista a mulher dentro da família: esposa, mãe, filha, sogra, nora – e com a justíssima aspiração de também ser gente.[...]

Foi então que, muito estimulada também pelos ventos que vinham soprando de outros continentes, entrei na **terceira fase**.

Esta seção assumiu uma tônica resmungona, entendendo-se por “resmungo” a denúncia fundada e sistemática das disparidades, injustiças e discriminações, a exploração da mulher, a asfixia de sua personalidade, a manipulação de sua afetividade, a repressão de sua sexualidade, a opressão grosseira ou dissimulada sobre ela, a tenaz lavagem cerebral tendente a fixar a idéia da inferioridade natural do sexo feminino.[...]

Assumindo uma posição feminista pública e notória, tornei-me sumamente vulnerável à crítica e ao ataque. Com poucas e honrosas exceções, os homens – relações pessoais, profissionais, casuais – passaram a desafiar-me, provocar-me, interpelar-me: “Assim que você é feminista? Então me explique papapá e pepapé, justifique tatatá e teteté, esclareça lalalá e lelelé”. Queria fazer de mim, como aliás de todas as feministas, uma máquina de prestar contas.” [...]

“Cansei de ouvir falar nessa “igualdade” interpretada com má fé. Eles entendem muito bem o conceito constitucional de igualdade com paridade de direitos e oportunidades – e muitos até acham que seria ótimo se isso não ficassem só no papel. Mas, tratando-se de mulher, já não entendem nada, confundem igualdade com imitação, imaginam que estamos querendo usar barba, falar grosso e urinar de pé.

Mas tanto repetiram essa noção primária de igualdade que, quase sem querer, acabei detendo-me a pensar nela: ser “igual” (no sentido de imitação) ao homem seria ser o que, copiar que modelo? [...]

A quarta fase do meu trabalho, o tom que caracteriza meus últimos escritos nasce precisamente dessa belíssima descoberta: diga o que disserem, mulher é uma criatura maravilhosa. O sal da

terra, uma esperança de fraternidade nesse mundo que eles estão estragando porque tentaram construí-lo sem nós.⁵²

Essa foi a lógica dada pela articulista a sua própria escrita, recorrendo à memória para auxiliá-la na seleção e construção de sua trajetória. Apesar da reconstrução ela havia declarado que não pretendia ser uma especialista dos assuntos destinados às mulheres e se sentia muito frustrada ao ter que aliciar suas leitoras a cada mês. Sua estratégia consistiu em fazer a leitora perceber que determinadas frustrações do cotidiano podem ter origem em algo maior, e que é fundamental descobrir as verdadeiras causas das angústias.

Em entrevista realizada, em 1978, no Rio de Janeiro⁵³, por Maria Lygia Q. de Moraes, Carmen mostrou que esse processo era frustrante para ela, pois estava sempre frisando a mesma coisa. Relatava que gostaria de poder continuar dialogando com as leitoras que despertaram com ela, mas tinha consciência de que a revista não era o espaço adequado para tanto. Assim afirmava:

É uma coisa bastante frustrante para mim, mas ao mesmo tempo eu tenho que reconhecer também que é rentável, frutífera. Eu estou sempre no setor do aliciamento. Pegando a que não está conscientizada ou que tem aí um vislumbre e abrindo a cuca. Uma vez que aquela cuca está aberta, bom, vai te virar sozinha! Deixa eu pegar outra. Para mim é muito frustrante porque estou sempre batendo na mesma tecla.⁵⁴

Sem dúvida essa foi uma voz dissonante na revista, permanecendo por quase vinte e dois anos, numa trajetória que só foi interrompida com sua morte. Com algo único, diferente das matérias dominantes nas grandes revistas femininas da época, construiu, em um veículo da grande imprensa feminina

⁵² Revista Claudia, Dezembro de 1979. p.309 seq.

⁵³ Entrevista realizada no dia 07 de março de 1978.

⁵⁴ MORAES, op.cit., p.136.

conservadora do país, um jornalismo feminista.⁵⁵ Entretanto seu discurso inseriu-se num processo de legalidade, não propondo uma revolução imediata, fato este que a manteve na imprensa. Em sua entrevista explicita tal prática:

Houve pessoas que começaram a tomar consciência há 10 ou 15 anos atrás e continuaram. Hoje em dia, eu teria de estar falando já a nível doutrinário, uma coisa muito mais elevada, muito mais radical. Isso não me deram a possibilidade. Uma vez que eu fui lá, se falou, se debateu, eles estiveram muito de acordo. Fiz um primeiro artigo dentro dessa nova orientação, foi a primeira vez que eles me recusaram um artigo. Disseram: Carmen, não dá. Então, eu vi que era da boca para fora aquele negócio de fazer uma coisa mais avançada, mais aberta. Então eu estou sempre no mesmo plano.⁵⁶

Seus artigos são documentos importantes para a construção da história dos comportamentos, das representações, já que cresceu passo a passo dentro da revista *Claudia*; enquanto inúmeras páginas do periódico incentivaram os modelos de consumo, Carmen da Silva seguia na contramão. Seus discursos, embora já muito reconhecidos, merecem ser discutidos e analisados historicamente, pois de seus temas emerge a realidade de uma nova parcela da mulher brasileira, que busca pensar sua condição sócio-cultural.

Voltemos nossos olhares sobre a família e as várias representações que acompanham esta instituição: esposa, amante, dona de casa, mãe, conselheira, profissional, entre tantas outras. As análises dos artigos indicam as mudanças e continuidades dessas representações, assim como as concordâncias e contradições do discurso de Carmen com o explicitado no restante da revista.

⁵⁵ Carmen levou oito anos para empregar a palavra feminismo nos seus artigos da revista *Claudia*, revelando assim seu cuidado no diálogo com suas leitoras.

⁵⁶ MORAES, loc.cit.

4.2.1 Casamento, Lar, Maternidade: Eis o Retrato da Família

Ao trabalhar o tema “Família” nos artigos de Carmen da Silva encontramos eixos importantes como: o casamento, a sexualidade, a maternidade, entre outros. Cada um deles possui desdobramentos que completam o que podemos chamar de retrato das representações vividas pela família brasileira de classe média. São representações construídas nas páginas da *Revista Claudia* e publicadas na seção “*A arte de ser mulher*”.

O casamento consistia na mais profunda realidade da leitora de *Claudia*, o papel da esposa era o alvo principal da revista, propondo auxiliá-la na organização da casa, na convivência com o marido, na educação dos filhos. Suas seções publicavam dicas de decoração, sugestões de cardápio, conselhos de especialistas na área de saúde, moda para a família, cuidados com o corpo. E a publicidade se encarregava de expor os produtos que facilitariam a vida da mulher.

Quando Carmen assume a seção começa a questionar e a mostrar para suas leitoras que havia muita expectativa em relação ao casamento, e sobre a mulher recai uma série de responsabilidades que muitas vezes a aprisionavam, gerando angústia e frustração. Dizia que um olhar mais profundo dessa mulher deletava uma enorme revolta surda, sofrimento calado, sintomas físicos, aflição sem razão aparente, o que lhe dava impressão de que se estava gestando uma crise, uma espécie de movimento subterrâneo.⁵⁷

Assim seus primeiros artigos referentes ao matrimônio tratavam desse momento em que a mulher assumia novos papéis e iniciava mais uma etapa de sua vida ao lado do homem que ela escolheu.

⁵⁷ Revista *Claudia*, Outubro de 1981. p.20-21

Orgulhosamente apoiada no braço do marido novinho em folha, o homem que ela escolheu entre todos os homens que habitam a face da terra, sabe a recém-casada que lhe caberá compartilhar com êle muito mais do que a experiência inédita, singular, dêsse dia. A partir de então enfrentarão juntos tudo o que o destino lhes reservar: alegrias e pesares, dúvidas e certezas, momentos prósperos e difíceis, saúde e enfermidades, êxitos e problemas – numa palavra, a vasta complexidade de fatores que configuram uma existência. Ao inscrever seu nome com mão um pouco trêmula ao lado do nome dêle, no Registro Civil, ela assumiu livremente o compromisso de ser para êsse homem – êsse homem único entre alguns bilhões de homens – amante, companheira, amiga, às vezes amigo; mãe dedicada dos filhos que vierem a ter; ocasionalmente, também, no dizer de Gabriela Mistral, a *doce razão da jornada*.⁵⁸

A mulher buscava a felicidade depositando essa aspiração onde a tradição lhe ensinou que devia colocá-la: no casamento, no lar, na maternidade. Ao torna-se esposa recebia um pacote de tarefas e uma multiplicidade de funções que haviam sido incutidas às mulheres desde a infância: uma preparação necessária que a sociedade patriarcal, segundo a articulista, desenvolvera muito bem na consciência feminina.

Se alguma coisa não andava bem, se não havia harmonia conjugal, a esposa se sentia frustrada, acreditava que a culpa era dela e assim se calava, pois, se sentia inferiorizada para assumir e confessar que fracassou. *“Perpetuava-se assim a “estratégia do silêncio”, que serve justamente para manter cada mulher culpabilizada e isolada em seu drama individual.”*⁵⁹

Com tais argumentos, seu primeiro passo foi romper o silêncio, pois ao tratar da conscientização feminina dialogou com as mulheres que escolheram se dedicar ao marido, ao lar e aos

⁵⁸O título desse artigo era “Por que as pessoas casam” e, embora tenha sido publicado na Revista Claudia, faz parte também da coletânea que Carmen organizou em 1966 com seus principais artigos até então. Estes, no entanto, aparecem sem a data em que foram veiculados no periódico. Mas sabemos que são do período entre 1963 a 1966. Dessa forma nossa referência é: SILVA, op.cit., p.83-84

⁵⁹ Revista Claudia, outubro de 1981. p.21

filhos, questionado se elas não eram insatisfeitas, tristes com a condição de rainhas do lar. Apresentava pelo menos três características comuns das donas de casa de classe média que viviam entre quatro paredes:

A primeira, e talvez a mais chamativa consiste numa ampla variedade de sintomas físicos. Costumam sofrer tôda a sorte de disfunções: dor de cabeça, lumbago, má digestão, insônia, esgotamento nervoso, crises hepáticas, transtornos ováricos. Se o tratamento elimina um desses males, logo surge outro. [...]

A segunda refere-se à sua atitude ante o mundo. Essas mulheres são invariavelmente conservadoras. Não se trata do afã – aliás meritório – de preservar certos valores essenciais, mas sim da ojeriza a tôda novidade: hábitos, descobertas, teorias, formas, conceitos. [...] Detestam as pessoas originais, o ponto de vista inesperado, e podem chegar a ser bastante cruéis com outras mulheres, talvez moralmente irreprocháveis, mas, de algum modo, diferentes de seu figurino.

A terceira característica é a tendência a idealizar um mítico destino que deveriam ter tido. Sentem as donas de casa que estavam fadadas a importantes realizações, irremediavelmente frustradas pela existência que lhes tocou em sorte. Ao casar, ter filhos, assumir a responsabilidade de um lar, perderam a grande oportunidade de suas vidas. [...]

E com toda essa insatisfação acumulada dentro de si, adoram os filhos, amam seus maridos com amor ciumento, exigente e possessivo; afirmam que a maior glória da mulher é reinar num lar e se declaram felizes – Fe-li-cís-si-mas, graças a Deus.⁶⁰

Segundo Carmen, foi com o intuito de mostrar que elas não estavam sozinhas e que tal situação assumia uma dimensão maior que a do lar de cada uma, que apresentou suas leitoras à coletividade: *“Resgatadas de seu senso de solidão e marginalidade, elas sentiam-se gratíssimas”*.⁶¹

⁶⁰ Revista Claudia, novembro de 1963. p.148

⁶¹ Revista Claudia, outubro de 1981.p.21

Apesar de algumas queixas, resistências e de muitas cartas tentando convencê-las de que tal teoria não se aplicava à realidade, muitas reconheceram seus problemas, mas cobravam soluções. Queriam uma receita pronta, modelos e dicas de como resolver seus problemas. *“Comodistas, sim, mas era impossível criticá-las: afinal, inércia e passividade era tudo o que haviam aprendido até então.”*⁶²

Para abordar esse universo seus artigos trataram de diversos assuntos: amor (*“Pura magia, quase milagre”* - outubro de 1963), insatisfação (*“Uma pequena rainha triste”* - novembro de 1963), infidelidade (*“Infidelidade”* - junho de 1964), juventude (*“A geração inquieta”* - abril de 1965), cortesia (*“Cortesias para viver melhor”* - dezembro de 1965), divórcio (*“Divórcio: antes da lei. A responsabilidade”* - maio de 1966), diálogo entre mãe e filhas (*“Proibido, proibir”* - fevereiro de 1967).

As causas da infidelidade no casamento foram expostas ressaltando a estrutura social em que a família se sustentava. Ao homem se atribuía uma natureza masculina que lhe permitia viver sua sexualidade de forma livre, assim as aventuras eram encaradas como deslizes sem importância. Já a mulher infiel era marcada como aquela que não merecia confiança e respeito.

A principal culpa Carmen da Silva atribuiu às próprias mulheres, que, educadas nesses moldes, acabavam por reproduzir com seus filhos os mesmos modelos:

As mães, tão severas com as suas filhas mulheres, acham natural que os rapazes “proveitem a vida ao máximo”; as jovens são encorajadas a procurar um marido, enquanto os moços ouvem sempre o conselho de não se amarrarem tão cedo; as castas noivinhas acreditam-se muito compreensivas e evoluídas quando admitem que seus noivos tenham seus *desabafos* por aí. A educação sexual da juventude tende, sem o menor disfarce, a cristalizar o falso esquema de que homem-é-homem-que-diabo e tem o privilégio das transgressões, das aventuras, dos deslizes,

⁶² Revista Claudia, outubro de 1981.p.23

das brincadeiras sem conseqüências (isto é o que se pensa) e até mesmo de ferir profundamente, em nome de uma veleidade momentânea, a sensibilidade, a boa-fé e a dignidade de uma esposa enamorada. E a própria mulher lesada aceita a falsa tese da poligamia masculina.⁶³

As mulheres precisavam repensar os conceitos que elas próprias repetiam como mães; a educação diferenciada que davam às filhas. Necessitava-se de uma reforma estrutural que deveria realizar-se de dentro para fora, da casa para a rua, mesmo que consistisse num processo a longo prazo.

Em curto prazo, o que as esposas podiam fazer era ficarem atentas a qualquer sinal de insatisfação de seus maridos: “... a mulher percebe; assim como se nota uma pequena diminuição de voltagem quando as lâmpadas estão acesas, capta-se também a diminuição da voltagem emocional quando as luzes do entendimento profundo estão ligadas entre os dois.”⁶⁴

Seus artigos sempre advertiam que a condição essencial para a harmonia conjugal era o diálogo. Ao sinal do menor indício, a mulher devia agir não em tom de interrogatório, nem de esperteza, mas sim com espírito de ajudar o marido, para que nada compromettesse a felicidade.

Tais atitudes podem ser vistas como as brechas onde as mulheres poderiam atuar, o que De Certeau chamou de táticas, Chartier de contra-poderes e Bourdieu chamou de jogos de compensação. No entanto, Simone de Beauvoir, tão citada por Carmen, não aprovava tais jogos de sedução, pois acreditava que, ao se apropriarem de tais práticas, as mulheres continuavam a ter um papel secundário e conciliatório.

No início dos anos 70, Carmen afirmava que era hora de admitir que o casamento estava em crise, e as razões eram de várias ordens: o momento sócio-econômico do país; a mulher que

⁶³ Revista Claudia, junho de 1964.

⁶⁴ Revista Claudia, junho de 1964.

aprendera a almejar a felicidade e já não se conformava facilmente; a família que havia se fechado em si mesma; a nova geração que sobrepujava o casamento em favor das drogas e do amor livre.

[...]o casamento anda mal como sempre andou, mas agora as pessoas aprenderam a aspirar à felicidade e já não se conformam sem ela.”

“Sem nunca ter sido o clássico mar-de-rosas, o casamento sofre na época atual os reflexos de condições sócio-econômicas que tendem a acéntuar alguns de seus aspectos negativos.

A família fechada em si mesma, sem abertura para o mundo, núcleo de egoísmo e incompreensões recíprocas é, em certa medida um produto da vida moderna.

[...]

O que essa geração assim condicionada espera do sexo e do amor sobrepuja em muito a possibilidade do casamento; aliás, sobrepuja também as da natureza humana fora do transe das drogas.

A crise matrimonial do presente é uma reação de pêndulo: à melancólica resignação do passado, quando todos aceitavam pouco de bom grado, opõem-se as desmesuradas expectativas do presente, quando todo o mundo quer demais.⁶⁵

Esse artigo indicava uma modificação na estrutura familiar, na relação do sexo com a procriação, na relação do sexo com o amor, o que levaria a uma nova forma de pensar o casamento. Os avanços científicos (anticoncepcionais, técnica de inseminação artificial, a genética), segundo a articulista, modificavam as formas de relacionamento e a própria estrutura da família.

Poderia o casamento permanecer inalterado, rígido penhasco de imutabilidade em meio à dinâmica geral? É evidente que não. Também êle, abalado, sacudido, tremendo em seus alicerces, procura ajustar-se ao espírito dos tempos. Êsse esforço de adaptação é a prova de que o casamento está vivo e empenhado em continuar sobrevivendo. Cabe-nos pôr o nosso grãozinho de areia nessa tarefa de reconstrução.

Vamos receber bem as coisas novas.

⁶⁵ Revista Claudia, fevereiro de 1970. p.103.

São muitos e importantíssimos os novos fatores científicos que de modo direto incidem sobre o relacionamento entre os sexos e a estrutura da família.[...]

Sem dúvida, “algo está acontecendo”: a conquista de um mundo novo. Na crise do casamento se expressaria a busca de formas de inter-relacionamento e convivência mais ajustada à realidade atual. Em vez de lamentar a dissolução dos antigos moldes que, afinal, não eram tão satisfatórios assim, temos de preparar-nos para participar como artífices dessa renovação.⁶⁶

Preparar, ajudar, colaborar era a proposta que a revista assumiu com sua leitora desde 1961, e tal crise conjugal foi trabalhada nas outras seções de *Claudia* com o fim de aconselhar a leitora a cuidar de seu marido, ousar sexualmente para que ele não sentisse a necessidade de procurar uma amante.

Carmen da Silva procurou tratar a crise matrimonial com base nos novos anseios que a sociedade experimentava: a sociedade de consumo, que impunha uma série de bens materiais como necessários para se alcançar a felicidade, o sentido do amor, o papel que o homem e a mulher assumiriam diante da nova realidade. Para tanto tratou da sexualidade, da maternidade e da vida profissional feminina.

Em junho de 1978 afirmou que a crise do casamento já era lugar-comum e só apavorava os mais tímidos, sua preocupação recaía sobre o amor, já que muitos diziam que este estava morrendo. Sua discussão mostra que era uma mentira, pois ele apenas havia se transformado, adquirido novas formas, mas que era necessário alertar os jovens de que a sobrevivência do amor só dependia das relações humanas e não de slogans e chavões sentimentalóides que a sociedade de consumo impunha, transformando a humanidade em robôs.

É nesse sentido que eu vejo o amor – aliás, todos os laços humanos – seriamente ameaçado. A sociedade atual desenvolve

⁶⁶ Revista Claudia, fevereiro de 1970. p.103.

um esforço deliberado e sistemático tendente a despersonalizar os indivíduos, levá-los à dissociação interna (falta de contato com o próprio eu) e à conseqüente abolição dos vínculos interpessoais. Tudo conspira para transformar-nos em robôs do consumo, sem discernimento, sem vontade nem emoções.

[...]A televisão substitui o diálogo, anestesiando-nos com imagens vertiginosas que atentam contra a continuidade e a lógica do pensamento, com mensagens imbecilizantes e uma publicidade que escamoteia os sentimentos em favor dos objetos: o amor conjugal é presentear jóias, o amor materno consiste em dar alimentos de tal ou qual marca, a proteção paterna se exprime através do seguro, da poupança, do investimento, o sucesso erótico está em função do carro que se tem, do perfume que se usa, do que se veste, do que se fuma, do que se bebe. O ser humano – personalidade, intelecto, emoções – brilha por sua ausência.

Se queremos preservar um futuro vivível, temos de empreender uma tarefa urgente e fundamental: renegar a alienação, resgatar do caos os valores humanos, recuperar a pessoa. Precisamos reaprender a pensar criticamente em vez de ficar repetindo slogans, a sentir em profundidade em vez de copiar chavões sentimentalóides de telenovelas e subliteratura. Precisamos, enfim, afirmar nossa própria humanidade contra essa onda avassalante de robotização. Se os vínculos interpessoais ainda não estão decididamente em crise, cabe a nós garantir sua sobrevivência – com unhas e dentes.⁶⁷

Embora em sua seção Carmen criticasse a sociedade de consumo e as modificações que esta poderia causar nas relações humanas e no casamento, o periódico no qual estava inserido seu discurso ressaltava diversas imagens estimulando a compra de produtos com a idéia de felicidade e bem-estar do cotidiano da família. Na mesma edição, *Claudia* publicou os seguintes anúncios: Cigarro Charm (“O importante é ter charm” – com um casal abraçado fumando), Farinha láctea Nestlé (“Que farinha você tem usado para fazer o mingau do seu filho?”), Lingerie Du Loren (“Os homens exigem Du Loren”) e do carro da Volkswagen (“Se você

⁶⁷ Revista Claudia, junho de 1978. p.237

está em dúvida entre as vantagens de cada carro fique com o carro que somou todas elas.”), entre outras.

Em setembro de 1983, em seu artigo, “*Romântico, maduro, charmoso: quem não quer esse homem*”, ela afirmou que as mulheres ainda associam um homem ideal a certa imagem do casamento, que, apesar do progresso, pouco mudou nos últimos tempos.

A própria visão que a sociedade tem do casamento reflete essa divisão: algo que necessariamente envolve os dois sexos tem um significado psíquico e social diferente para cada um. Para a mulher seria a suprema realização; para o homem, uma prisão. Elas devem se casar cedo; eles que tratem de não se “amarrar” e de aproveitar a vida o mais que puderem. O tom de brincadeira mal disfarça o fundo de convicção de um aforismo que todo mundo conhece e repete: “Todas as mulheres deveriam casar-se; todos os homens deveriam ficar solteiros.

E, para levarem a mulher a cumprir essa “lei”, fazem-lhe tantas promessas, despertam-lhe tais expectativas, enfiam-lhe na cabeça uma tal de idealização do casamento que nenhuma realidade, que por aceitável que seja, suporta o confronto com a fantasia.

[...]

Temos de melhorar-nos, melhorá-los (os homens) e modificá-la (a sociedade), se de verdade queremos chegar a relações mais satisfatórias entre os sexos. E um dos passos importantes a dar nesse sentido é ajustar nossas exigências às possibilidades simplesmente *humanas*. E, nestas sim, fazer finca-pé.⁶⁸

Não obstante o processo de conscientização da própria crise do casamento nos anos 70, seu discurso em 1983 indicava que a mulher continuava idealizando a vida a dois. No entanto, como veremos a seguir, um ingrediente novo apontava para novas exigências no campo da sexualidade: a busca do prazer.

No campo da sexualidade Carmen discutiu assuntos considerados tabus. Como afirmou Buitoni, o sexo foi se

⁶⁸ Revista Claudia, setembro de 1983. p.226-228

insinuando de forma lenta nas publicações femininas; nos anos 60 raramente era mencionado nas matérias e, quando isso ocorria, dizia respeito aos métodos de controle da natalidade. Carmen não se restringiu a tal assunto, preferiu enfocar de forma aberta a questão do prazer.⁶⁹

A princípio os artigos que tratavam do sexo restringiam-se a discuti-lo dentro do casamento e se referiam a princípio à noite de núpcias, procurando desmistificar as fantasias em torno do ato sexual e do tom pecaminoso que muitos pais incutiam na educação de suas filhas.

Digam o que disserem os pais severos e inibidos, que costumam falar em mal necessário, em tributo à nossa natureza animal ou, criando falsas conotações religiosas, em sacramentos; digam o que disserem os mitos sociais detratores da vida normal e sadia (em realidade, resquícios de primitivos tabus) o sexo é profundamente satisfatório e tão pecaminoso como um banho de mar num dia de quarenta graus à sombra.

[...] “... êle constitui o modo de comunicação mais profundo entre dois sêres.”

E já que entramos pelo caminho da síntese, recorramos a G. B. Shaw que define, à perfeição, o papel do casamento com relação ao sexo: “O matrimônio alia o máximo de tentação com o máximo de oportunidade”. Um verdadeiro achado, tanto a frase como a instituição.⁷⁰

Um olhar mais atento à seção “*A Arte de Ser Mulher*” indica que Carmen procurou debater os assuntos relacionados ao sexo; evidente que tais questões estavam inseridas no âmbito do casamento. Isso se comprova em suas duas coletâneas publicadas ainda na década de 60, que trouxeram capítulos específicos tratando o assunto. Na primeira coletânea, de 1966, o quinto capítulo intitulava-se “*Amor e sexo*” e compreendia os seguintes artigos: “*Pura magia, quase milagre*”, “*A palavra é de ouro*”, “*Você*

⁶⁹ BUITONI, op.cit., p.50

⁷⁰ SILVA, op.cit., p.86-87

vive no tempo presente?”, “Sexo, como e quando”. Na segunda coletânea, de 1969, o segundo capítulo era “Sexo hoje” e estava subdividido em três artigos: “De amor e de liberdade”, “Inflação de sexo” e “Mulher livre”.

Mas foi no final da década de 70 que os artigos sobre sexo invadiram as revistas femininas, e não poderia ser diferente com *Claudia*. No seu artigo, “O Brasil debate o sexo. Os inimigos já se movimentam.”, Carmen discutiu a questão da necessidade da educação sexual:

Homens e mulheres anseiam por uma sexualidade livre e espontânea: seu instinto a reclama, seu intelecto a justifica, mas as barreiras emocionais ainda constituem um formidável obstáculo. As mulheres descobrem seu direito ao prazer sexual, porém não sabem como reivindicá-lo: arrastam atrás de si uma longa história de culpas, medos e preconceitos. Se antes achavam que a insatisfação era seu quinhão normal e simulavam prazer apenas para lisonjear a vaidade do companheiro, hoje sentem-na como uma real frustração e, o que é pior, como uma vergonhosa deficiência – e continuam simulando para manter a face. Sofismando em torno dessa verdade, muitos alegam que a educação sexual como disciplina escolar seria inútil: a abordagem teórica, desligada do convencional, não sensibilizaria ninguém. Ora, mesmo com suas limitações, não podemos negar o valor da informação sexual.[...] ⁷¹

Acreditava que a desmistificação do sexo ocorreria fornecendo à nova geração informações objetivas; esse seria o caminho para a liberação real, já que a tão anunciada liberação sexual para ela ainda não ia muito além da fachada, o sexo havia se transformado em objeto de consumo e a mulher era sinônimo de erotização.

A própria discussão sobre a questão do “direito ao prazer” feminino foi alvo de vários artigos nos anos 80, pois para Carmen, quando o homem descobriu que a mulher poderia ter orgasmo,

⁷¹ Revista *Claudia*, outubro de 1978. p.257

resolveu transformar isso em imposição: “...mulher moderna agora tem de produzir orgasmos, um atrás do outro, como numa linha de montagem. Senão, é neurótica, desajustada, frígida.”⁷²

Na busca de mostrar à mulher o direito que ela deveria ter sobre seu corpo Carmen discutiu a questão da maternidade, pois como vimos era no casamento que a mulher poderia ser mãe (no ideal da *Revista Claudia*), e isso aparecia como algo natural, como missão divina. Vale relativizar que muitas vezes seu discurso mostrava a importância dessa missão; o que se questionava era a obrigação que acabava gerando o aprisionamento da mulher ao lar, as angústias e frustrações.

Na década de 60 o foco da maternidade passou pela educação dos filhos. Alertando que a desigualdade entre homens e mulheres provinha da educação diferenciada que as mães davam a seus filhos, meninos e meninas, era necessária, segundo a escritora, uma atenção especial à nova geração, pois eles fariam a diferença no futuro.

Aos poucos, sua preocupação se volta para a resignada missão sublime da maternidade, criticando a determinação da sociedade de impor à mulher a obrigação de ser mãe, chamando a isso de coletivização do ventre. Em seu artigo, “*Maternidade não é uma obrigação. É escolha*”, em maio de 1979, utilizou seu espaço para “denunciar” a campanha de contracepção realizada no Brasil, que para a articulista induzia mulheres de baixa renda a tomarem pílulas anticoncepcionais, sem saberem o que estavam fazendo.

Convém não esquecer os aspectos sombrios que esse quadro não mostra. Não penso enumerar aqui os mais óbvios – miséria, esqualidez, crianças abandonadas – e sim aqueles em que a mulher é vítima direta dos abusos e distorções sociais.

Sabemos, por exemplo, que está sendo levada a efeito em todo o Brasil, sobretudo nas regiões menos desenvolvidas, uma campanha de anticoncepção organizadíssima, eficiente e absolutamente

⁷² Revista Claudia, junho de 1983. p.222

inescrupulosa. Mulheres ignorantes são induzidas a tomar pílulas anticoncepcionais sem saber como nem porque, sem prévio exame médico e com a mais criminosa indiferença pelas seqüelas.

[...]

Claro que é direito inalienável das mulheres não querer mais filhos ou nenhum filho. O papel da sociedade que se pretende civilizada consiste em proporcionar-lhes, à sua escolha, recursos de anticoncepção eficazes e inócuos para a saúde e o equilíbrio psíquico. O contrário – explorar sua ignorância (de que a sociedade, aliás, é a principal responsável), passar por cima da sua vontade, manipular seu corpo como território colonizado – constitui uma inominável violência, cometida com a cumplicidade passiva – mas não menos culposa – dos indiferentes, dos comodistas, dos que dão de ombros alegando que “de momento, não se pode fazer outra coisa”. Pode-se – e deve-se. Esse é um campo de luta que reclama a atuação de mulheres conscientes.

“Segundo as estatísticas, no Brasil são provocados 2 milhões de abortos clandestinos por ano. A informação é, no mínimo, intrigante e suscita várias perguntas: de onde vêm essas cifras?

[...]

O que se sabe com segurança (e é fácil obter testemunhos) é que a mulher de condição modesta que baixa a um hospital com hemorragias, infecções, perfurações ou outras seqüelas de manobras abortivas primitivas e brutais é punida por certos médicos com intervenções dolorosas feitas a sangue frio – “para que aprenda”, como dizem eles. Gostaria de saber se esses profissionais tão imbuídos de moralismo sádico tomam com suas mulheres as necessárias precauções anticonceptivas ou deixam o problema por conta delas. Gostaria de saber se nenhum deles jamais recorreu a um colega para “dar um jeito” em sua esposa ou amiguinha. Decisão tanto mais fácil para eles porque, na hipótese (remota, como já vimos) de conseqüências penais, a mulher é responsabilizada mas seu companheiro não.

[...] Nesses e em muitos casos semelhantes, é raro que se questione o problema de fundo: a apropriação do corpo feminino por parte do Estado, da sociedade, de cada homem em particular, a admissão tácita de que mulher não se pertence.⁷³

⁷³ Revista Claudia, maio de 1979. p.237-238

Como vimos seu discurso recai principalmente na questão da apropriação do corpo feminino, já que cabia à “sociedade” decidir sobre assuntos que cabiam à mulher, como a escolha pela maternidade ou a opção pelo aborto. Convocava as mulheres conscientes a atuarem na luta pelo direito de decidirem sobre seus corpos.

Sua escrita, como analisaremos posteriormente, assumiu em meados dos anos 70 um caráter mais feminista, como participação social e coletiva. Tais características perpassaram todos os seus temas; o corpo, a imagem que a mulher construía de si também foi questionada.

4.2.2 A Imagem Feminina e a Sociedade de consumo

A preocupação com a imagem feminina na seção “*A Arte de Ser Mulher*” esteve empenhada em alertar a leitora para os apelos que a sociedade de consumo incutia nas mulheres, valorizando aspectos físicos como atributos essenciais e vendendo produtos que prometiam verdadeiros milagres para se conseguir um ideal de beleza, muitas vezes inatingíveis.

Assim, em maio de 1969, sua seção publicou: “*Qual é a imagem que você faz de si mesma?*” afirmando que a expressão “imagem” vinha sendo utilizada pelos modernos veículos de comunicação e pela publicidade como mecanismo de manejo da opinião, do que se pretendia vender ao público. Mostrava-se interessada em analisar a auto-imagem da mulher brasileira de classe média. Chega à conclusão de que essa imagem revelava uma visão paradoxal, que abrangia dois enfoques: “*-De um lado, a desmedida exaltação da feminilidade, com a conseqüente negação de todos os aspectos desfavoráveis da realidade que ela vive. De outro, uma noção amarga e depressiva da condição feminina, tomada como um fardo, quase uma maldição biológico-social.*”⁷⁴

⁷⁴ Revista Claudia, maio de 1969. p.168.

Percebia que as mulheres tinham uma visão idealizada, uma imagem pré-fabricada de si mesmas como mães, separando a idéia concreta da maternidade e o seu exercício real: “*O que sublimam é a **idéia**, é o ser mãe considerado abstrato.*”⁷⁵ A questão do enaltecimento da maternidade é desvinculado, muitas vezes, da situação concreta vivida pelas mulheres. Carmen rompia assim com a idéia de maternidade como algo precioso acima de tudo.

Da mesma forma o artigo tratou do relacionamento das mulheres com seus companheiros, pois afirmava que muitos até acreditavam que vários tabus deveriam ser rompidos, entretanto não estavam dispostos a criar novas bases de relacionamento entre os sexos. No trecho a seguir expôs o papel da mulher brasileira ante o homem, alertando que estava na hora de reconhecer que essa auto-imagem da mulher era contraditória. Vejamos:

Com tudo isso, o papel da mulher brasileira ante o homem reduz-se a: atrair, seduzir, incitar, envolver, obter o que se deseja mediante a simulação hipócrita ou o “nhenhennem” de criança. [...] pagar com fidelidade a infidelidade do marido e procurar reconquistá-lo mediante recursos de cosmética, indumentária, culinária, doçura, habilidade, astúcia, submissão e, sobretudo, uma férrea disciplina sobre o que cada um tem de mais legítimo e espontâneo: seus sentimentos; suas formas podem – devem – transparecer sob a camisola sutilmente erótica; mas a frustração, a mágoa, a suscetibilidade ferida, essas não devem transparecer jamais.” [...] Na qualidade de boneca de carne, exorbita a importância de seu aspecto físico, escraviza-se à moda, sofre por não poder manter o padrão que desejaria e repete, convicta, consoladores axiomas publicitários; “Hoje em dia não há mulheres feias”, enquanto se examina angustiadamente no espelho.

Em resumo, nossas mulheres, ao mesmo tempo que acham “maravilhoso ser mulher”, assim em teoria, estão descontentes com sua sorte no que tange à realização de sua própria feminilidade; ao mesmo tempo que afirmam as doces

⁷⁵ Revista Claudia, loc. cit.

prerrogativas de seu sexo, admitem que seu destino biológico é doar-se sem compensações, amar e sofrer por amor.⁷⁶

Tal artigo fez parte das páginas da *Revista Claudia* juntamente com diversos apelos publicitários estimulando, entre outras coisas, a perfeição do corpo⁷⁷, a atualização com a moda e com os produtos disponíveis pela crescente industrialização. O mundo *Claudia* destinava-se a colaborar com suas leitoras em cuidar da casa, do marido e dos filhos, portanto em suas páginas oferecia dicas, sugestões de decoração, receitas que incitavam a mulher a consumir produtos que proporcionariam maior conforto para a família e mais praticidade nos seus afazeres, o que aumentaria o tempo para dedicar-se aos cuidados com a beleza pessoal. Ressalta ainda mais o estigma de vender à mulher uma revista que as vê como consumidoras de idéias ou produtos para o seu real ou suposto bem-estar, cultivando o individualismo e o prazer de estar bem com seu corpo.

Em 1975, Carmen da Silva participou em Porto Alegre de uma conferência depois sintetizou suas idéias na sua seção, mais uma vez abordando a questão da sociedade de consumo e de como esta manipula a noção de utilidade e supérfluo, criando nos homens uma imagem feminina que eles idealizam e transferem para o imaginário de suas mulheres.

Acontece porém, que esses padrões não nascem do capricho masculino: é a sociedade de consumo que os inventa e impinge aos homens, manipulando-os para, através deles, manipular também as mulheres e forçá-las a consumir o útil, o inútil, o supérfluo, o suntuário, o ilusório, o que enfeita, embeleza, emagrece, rejuvenesce, empina os seios e afina as cadeiras, cria o look mais atual ou contribui para demonstrar maior senso prático e dedicação ao lar – enfim, tudo que “aumenta a

⁷⁶ Revista Claudia, loc. cit..

⁷⁷ Exemplo disso é a propaganda de um adoçante com a seguinte chamada: “a moda êste ano exige que a mulher tenha linhas de manequim. Você está preparada para entrar na linha?” (Revista Claudia, maio de 1969. p.7).

feminilidade.” Os gordos lucros de uma enorme linha de produção – industrial, comercial, publicitária, se nutrem da credulidade com que os homens aceitam os padrões impostos pela sociedade de consumo e da submissão com que as mulheres aceitam os padrões dos homens.⁷⁸

Assim a mulher lutava para estar, ficar e continuar bonita e para tanto a própria revista se responsabilizava em criar tal ideário na mulher e fornecer os últimos produtos que a deixariam em pouco tempo jovem, atraente e na moda.

Se de um lado a articulista valorizava os aspectos de autoconhecimento, incitando as mulheres a pensarem em suas condições e papéis frente à sociedade, o periódico ressaltava e se mantinha todo mês nas bancas por meio de sua publicidade e pelo discurso de que a mulher moderna não sonha, consome. O consumo lhe proporcionaria conforto, bem-estar e felicidade, ingredientes estes fundamentais para a sociedade de consumo.

4.2.3 A Mulher Saiu da Toca: a Conquista do Mundo Público Através da Prática do Trabalho.

A temática do trabalho feminino sempre esteve presente nas páginas da *Revista Claudia*, pois suas leitoras deveriam estar preparadas para cuidar da casa, do marido e dos filhos. Desde o início o periódico ressaltou a importância de ensinar e fornecer para as mulheres informações que facilitassem seu cotidiano familiar, através de dicas de decoração, receitas, moda para o marido ou para os filhos e trabalhos manuais.

Já o trabalho feminino fora do lar foi sendo discutido e legitimado de forma lenta e gradual, sem abalar os valores da sociedade de classe média, que muitas vezes via tal questão de forma problemática e questionava como ficaria a estrutura familiar, se a mulher se ausentasse. No entanto a dinâmica social

⁷⁸ Revista Claudia, dezembro de 1975. p.158

levou essa mulher a buscar sua realização no trabalho fora do lar, e o periódico ressaltou e incentivou, à sua maneira, a mulher a organizar sua vida.

Desde o momento em que a procura de um trabalho remunerado tornou-se uma condição de sobrevivência para mulheres de camadas sociais até então capazes de se manterem através do exclusivo sustento financeiro fornecido pelo homem (o marido), a questão do trabalho passou a ser introduzida nas revistas femininas.⁷⁹

Na década de 60 a temática do trabalho feminino estava quase toda restrita ao âmbito doméstico, e o trabalho fora do lar representava um problema secundário para as leitoras de *Claudia*, pois estas não estavam dispostas a saírem para trabalhar nem precisavam reforçar o orçamento doméstico.

Em agosto de 1972, a revista lançou a seção, *Encontre um trabalho em Claudia*, e Carmen da Silva publicou um artigo intitulado *Como encontrar um trabalho*, fazendo uma análise comparativa entre o trabalho que a mulher desempenhava em casa e o que desempenharia fora. Alertava para as dificuldades, ao mesmo tempo em que a incitava a vencê-las, afirmando que muitas foram as cartas que recebeu de mulheres que desejavam sair “*da toca, transcender as quatro paredes e integrar-se à coletividade, assumindo objetivos próprios*”, mas a maioria não tinha idéia de como começar. Segundo Carmen, os apelos vinham de mães de família entre 30 e 40 anos.

A articulista afirmava que o marido tradicional não esperava muito da mulher: bastava ser séria e honesta e cuidar do conforto, administrando sem maiores extravagâncias o dinheiro que dele provinha, poupando-o de detalhes do dia-a-dia. Carmem convidou as mulheres a perceberem que no mundo do trabalho tal ótica não funcionaria, pois as relações no campo profissional não se dariam

⁷⁹ MORAES & SARTI, loc. cit. p. 47-48.

na ótica da afetividade e tolerância; o que contaria seriam os resultados e a produtividade.

No artigo “*Afinal, somos realmente livres?*” (setembro de 1975) ela sintetizou as experiências ao longo de seus doze anos de contato com a leitora da *Revista Claudia* e das participações que já tinha feito em conferências, palestras e mesas-redondas. Podemos perceber que um dos focos principais é a questão do trabalho feminino, mas ela deixa claro a que mulher ela está se referindo.

Assim, não tenho a pretensão de focalizar a mulher brasileira de modo global, de exprimir conceitos válidos para todos os estratos sociais; minha experiência se refere sobre tudo à mulher de classe média e média-alta, que forma o setor majoritário de meu público. E quando entrar em pauta mulheres pertencentes também a outros grupos sociais, este fato será devidamente esclarecido.⁸⁰

Definido o lugar de sua fala, ela reconstrói o caminho de resistência que enfrentou ao dialogar com essa mulher, que vivia exclusivamente sua vida dedicando-se ao marido, ao lar e aos filhos. Mas afirma que a realidade mudou:

Hoje em dia esse panorama parece ter sofrido importante modificação. A brasileira média começa a encarar o trabalho com outro olhos.

A jovem solteira já não vê apenas como um trampolim para o casamento, mas sim como um meio de conquistar relativa independência, multiplicar seus contatos humanos e seu campo de experiência. [...]

Quanto às jovens mães, são bem menos as que se resignam de bom grado a encerrar-se na domesticidade e na maternidade, sem mais horizontes, principalmente se contam com algum diploma ou antes exerceram alguma profissão; ouço com freqüência o protesto: “não estudei e me preparei para viver entre fraldas e panelas”. Cresce o número das que querem trabalhar fora, são cada vez mais insistentes as reivindicações de

⁸⁰ Revista Claudia, Setembro de 1975. p.140

soluções viáveis e a preço acessível para o atendimento das crianças, como creches, instituições especializadas, etc.[...]

Mas a diferença mais notável é a que se registra numa faixa etária um pouco mais elevada. É surpreendente o número de mulheres de meia-idade que aspiram a iniciar ou a retomar um trabalho, com a idéia de que só através de uma atividade externa recuperariam o senso de identidade e de realização pessoal. As mulheres acima dos 40 anos querem trabalhar.⁸¹

No entanto, apesar de todo esse interesse, o artigo vai traçar o que os homens de classe média e de faixa etária diferente acham disso: o jovem aceita que sua esposa trabalhe e estude; já o homem acima dos trinta anos reivindica que ela se dedique exclusivamente ao lar.

Carmen da Silva procurou discorrer sobre as dificuldades e os preconceitos que as mulheres enfrentavam ao decidirem trabalhar fora. Se em 60 seu discurso recaía sobre a conciliação dos trabalhos domésticos com uma atividade profissional; em 1970 sua tônica consistia em discutir por onde começar a procurar uma nova atividade. No final dessa mesma década, seus artigos mostravam os problemas que enfrentavam as mulheres que decidiram entrar no mercado de trabalho.

A temática do trabalho feminino foi muito influenciada no discurso da articulista por suas idéias feministas e pela importância que esse grupo atribuía à independência da mulher. Assim passaremos a seguir a analisar como o feminismo foi se fortalecendo na escrita de Carmen, suas tensões e sua luta.

4.2.4 O feminismo para digerir

Analisar a seção “*A Arte de ser Mulher*” implica acompanhar parte do processo histórico do feminismo no Brasil nas décadas de 60, 70 e na primeira metade dos anos 80, pois Carmen da Silva se

⁸¹ Revista Claudia, Setembro de 1975. p.141

propôs enfrentar a problemática feminina e tentar com sua escrita conscientizar as mulheres da necessidade de se conhecerem para reivindicar seus direitos; a proposta partia do individual para o coletivo.

Carmen, como mulher rebelde que era, enfatizava a necessidade de as mulheres questionarem o seu papel de dona-de-casa, buscarem outras formas de auto-realização e não mais aceitarem o paternalismo e o machismo brasileiros. É impressionante o número de mulheres que hoje estão com mais de quarenta anos e que atribuem a Carmen da Silva a grande responsabilidade por sua cabeça feminista.⁸²

Percebemos que, apesar de reivindicar desde o início a necessidade de conscientização de sua leitora - mulheres de classe média urbana - e de apresentar-lhe um mundo além do lar e de seus problemas individuais, é somente na década de 70 que seus artigos vão trazer informações sobre o movimento feminista no Brasil. Vários fatores explicam tal posicionamento.

Os escritos de Carmen, como vimos, passaram por algumas fases. Seu diálogo ia se constituindo ao construir bases que sustentassem seus argumentos. Claro que isso não exclui a questão da resistência, esta foi uma constante e em vários momentos a articulista descreveu as cartas de reprovação de algumas leitoras. No entanto procurou avançar de forma lenta, por acreditar que, para as leitoras se depararem com a coletividade, era necessária a conscientização, conhecer o cerne de suas angústias para posteriormente compreender o sentido da luta organizada.

Outro fator consiste no próprio movimento feminista no Brasil⁸³, que passa a se organizar nesse momento na sociedade

⁸²GOLDENBERG, Miriam & TOSCANO, Moema. *A revolução das mulheres: um balanço do feminismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan, 1992. p.32

⁸³ Estamos nos referindo ao feminismo chamado de “segunda onda”, que eclodiu após a Segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos e na Europa., cujo objetivo consistia na luta pelo direito ao corpo, ao prazer e contra o patriarcalismo. In: PEDRO, op.cit., p.3

com seminários, debates, encontros em meio a uma ditadura militar, quando a censura reprimia qualquer manifestação vista como “perigosa” para o regime.

A própria postura da *Revista Claudia* delegava à seção de Carmen da Silva os assuntos relativos ao movimento; não sabemos se era estratégia de *Claudia*, para não ter que se posicionar frente ao tema, ou se era uma atitude assumida pela própria articulista, que debatia tais questões de forma muito cuidadosa.⁸⁴

Em novembro de 1970, publicou o artigo “*A superioridade natural da mulher: Carmen da Silva*”, mostrando para as leitoras que as mulheres em toda parte do mundo estavam se organizando para reivindicar seus direitos.

Após vários decênios de recesso, apenas cortado por tímidas investidas, o assunto mulher está voltando à ordem do dia. Em vários países europeus, especialmente na Inglaterra e na Holanda, solteiras e casadas reúnem-se, organizam-se, realizam congressos, interpelam o parlamento, formulam exigências. Em agosto do corrente ano, a agrupação feminista NOW pôs nas ruas de todas as cidades dos Estados Unidos legiões de mulheres reivindicando com urgência um tratamento social eqüitativo e maior grau de soberania sobre o próprio corpo.

De modo específico, as manifestantes pleiteavam quatro pontos: acesso a todos os empregos e atividades, sem discriminação de sexo; remuneração igual para trabalho igual (lá, para o mesmo tipo de tarefa, o salário masculino é, em média, 40% superior ao feminino; o do trabalhador branco supera em 25% o do negro); liberdade de aborto em todo o território nacional (por enquanto, ela só existe no Estado de Nova York); e criação de creches adequadas em número e qualidade.⁸⁵

O movimento feminista de “segunda onda” ganhava cada vez mais adeptas no mundo e se articulava, como vimos, em prol da busca pelos direitos da mulher, incluindo salários justos e o

⁸⁴ DUARTE, op.cit., p.145

⁸⁵ Revista Claudia, novembro de 1970. p.26

próprio direito sobre seu corpo. Pelas páginas de *Claudia*, a articulista trazia essa realidade mundial para a mulher brasileira.

A seção “*A Arte de Ser Mulher*” trazia através da escrita de Carmen uma variedade de autores. Exemplo disso era Betty Friedan, que já havia sido citada várias vezes pela articulista. Em julho de 1971, em seu artigo “*O que é uma mulher livre*”, ela aborda a vinda da escritora americana ao Brasil para o lançamento de seu livro: *A mística feminina*.

Esse artigo tratou da Organização Nacional de Mulheres (NOW) fundada por Friedan e mostrou suas principais reivindicações, além de criticar como a imprensa, muitas vezes, reproduzia de forma deturpada os argumentos desenvolvidos pela escritora.

A 26 de agosto de 1970, os meios de comunicação divulgaram uma notícia que causou formidável impacto: as mulheres americanas estavam nas ruas. Em Nova York, Washington, Boston, Detroit e várias outras cidades dos Estados Unidos, elas desfilavam em massa com cartazes e clamores.

[...]

Promovida pela Organização Nacional de Mulheres (cuja sigla é NOW), com a adesão de várias outras entidades menores, a passeata de agosto foi a culminação de uma série de reuniões, conferencias, atos de protesto, mensagens ao Congresso e outras formas de ação tendentes a conscientizar as mulheres e despertar a atenção do público e dos legisladores sobre importantes questões sociais vinculadas à posição atual da mulher no mundo.

[...]

Quatro pontos básicos pleiteavam as mulheres nessa ocasião: oportunidades iguais de acesso ao trabalho e à instrução; paridade de salário para tarefas iguais; legalidade do aborto; abertura de creches em regime de tempo integral em todo o país.

[...]

Uma verdadeira onda de sarcasmo e agressão levantou-se em torno da passeata. A imprensa tudo fez para desqualificá-la pela ironia e pelo ridículo, mostrando-a como uma colossal manifestação de histeria coletiva. As líderes (Betty Friedan, Kate Millet, Ti-Grace Atkinson, Katherine Camp e outras) foram

descritas como frustradas, neuróticas, homossexuais, megeras ressentidas espumando de ódio contra o sexo masculino.

Em abril do corrente ano, Betty Friedan, fundadora da NOW e organizadora da passeata, veio ao Brasil lançar seu livro “Mística Feminina”; foi essa obra, hoje em tiragem milionária, o principal fator de inspiração e impulso do movimento. Durante essa visita verifiquei, por mim mesma, que nem sempre se pode dar crédito ao noticiário. Friedan dizia uma coisa e os meios de comunicação “reproduziam” outra completamente diferente. [...]

[...] Por isso, tratarei de resenhá-los aqui, mostrando como se gestaram. Sei que uma síntese de poucas linhas mal dá um pálido reflexo de um trabalho de mais de trezentas páginas, cuja leitura na íntegra recomendo vivamente.⁸⁶

Assim aos poucos em sua seção aproximava-se do movimento feminista, ainda chamado por ela de movimento feminino ou de mulheres; só a partir de 1975 ela empregará o termo “*feminista*” em sua escrita e se mostrará mais engajada na participação do movimento.

Em dezembro de 1972, Carmen da Silva publicou “*Com a palavra, Nós, as mulheres*”, que trazia as principais teses discutidas no I Conselho Nacional de Mulheres realizado no Rio de Janeiro e organizado por Romy Medeiros⁸⁷.

Nesse artigo, classificou as discussões do Conselho em três grupos: um puramente informativo, com dados e resultados de pesquisas; o segundo de análise e interpretação com caráter mais

⁸⁶ Revista Claudia, julho de 1971. p.107

⁸⁷ Romy Medeiros era advogada que havia criado em 1949 o Conselho Nacional de Mulheres, cujo objetivo era lutar por iniciativas institucionais em prol das mulheres. Em 1950 lutou junto ao Congresso Nacional pelos direitos das mulheres casadas (o Estatuto da Mulher Casada foi aprovado em 1962). E no período da ditadura militar manteve boas relações com as elites governamentais, enviando em 1971 ao general Médici um projeto de Serviço Cívico feminino, uma atitude claramente conservadora. Também foi entusiasta do planejamento familiar para famílias pobres e recebeu apoio da Benfam (fundação norte-americana que participou durante o regime militar de atividades no campo do planejamento familiar), da Coca-Cola e do alto clero católico para realizar o I Conselho Nacional de Mulheres. Apesar das boas relações com o governo foi chamada ao DOPS várias vezes durante a preparação do evento e afirmou que diziam assim: “a Senhora é uma pessoa distinta, mas anda muito mal comportada”. In: PINTO, Célia Regina Jardim. *Uma História do Feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003. p.46-48

histórico, sociológico, econômico e psicológico e o terceiro grupo trouxe estudos e considerações indicando propostas mais concretas que poderiam ser efetivadas.

No primeiro grupo, focalizou-se a atuação feminina nos diversos campos: participação na nossa história, no nosso desenvolvimento como um todo ou em setores específicos, como a literatura, as artes, a técnica, as tarefas rurais, o trabalho assistencial e comunitário, algumas atividades especializadas (setor fiscal, museologia, etc.). De passagem, gostaria de dizer que a imagem feminina que emergiu desses textos é absolutamente respeitável! No segundo grupo, foram abordados, problemas de ordem psico-social referidos ao comportamento político, sexual, familiar, religioso, etc., da mulher brasileira. No terceiro destacam-se os estudos sobre mercado de trabalho, aplicações das leis trabalhistas e inclusão de novos setores nos benefícios que elas asseguram, defesa do patrimônio da mulher, proteção à mãe solteira, ao menor. Dessas últimas teses, algumas serão apresentadas, como contribuição do I Conselho Nacional das Mulheres, à comissão que estuda a elaboração de um anteprojeto de reforma de nosso Código Civil. Não podemos deixar de ressaltar a precisão e objetividade dos trabalhos realizados pelas nossas juristas.

Tiveram particular receptividade e repercussão as teses que fizeram uma abordagem **global** dos problemas, situando-os não apenas em termos de reivindicações femininas ou de privilégios masculinos, mas sim estudando a inter-relação homem/mulher em função do contexto social.⁸⁸

Afirmou que pretendia apenas escrever uma breve impressão sobre os trabalhos realizados e o clima em que se desenvolveram. Ressaltou que, se alguém achava que iria “*assistir a uma assembléia de mulheres agitadas, esgrimindo reivindicações agressivas e vociferando slogans contra o sexo oposto*”⁸⁹, saiu

⁸⁸ Revista Claudia, dezembro de 1972. p.39

⁸⁹ Revista Claudia, dezembro de 1972. p.38

decepcionado, pois os assuntos foram discutidos com base em estudos e pesquisas sérias.⁹⁰

Sintetizou algumas recomendações que foram votadas, destinadas a serem apresentadas aos legisladores para uma possível inclusão no projeto do novo Código Civil. Entre elas, a proposta de Romy Medeiros de instituir o Serviço Cívico Feminino Obrigatório; dos dezoito aos vinte e um anos e acima dessa idade, o serviço social seria voluntário. Carmen criticou esse ponto de reivindicação:

Este é um ponto que me deixa perplexa. Afinal, a mulher brasileira tem muitas reivindicações concretas a fazer: discriminações que a lei ainda consagra, direitos expressos na Constituição ou nas leis e que lhes são negados na prática. Sabemos e assumimos o óbvio: qualquer direito traz em sua contrapartida de responsabilidade e deveres. Mas surpreende que se solicite que a lei nos crie uma obrigação que não teria nenhuma contrapartida de direitos: é um luxo que ainda não nos podemos conceder. Além disso, parece um tanto pretensiosa a intenção das pessoas privadas de substituírem o governo na solução dos problemas coletivos que só ele, com sua capacidade de planificação, com seus organismos especializados, com seus recursos financeiros e técnicos, pode encarar eficazmente.⁹¹

Afirmou que estava presente apenas como jornalista e não tinha voz nem direito de voto, mas ressaltou que junto com ela uma jovem jornalista também discordou de se instituir o serviço cívico obrigatório e formulou uma pergunta para as participantes: como elas poderiam decidir pela juventude sem que esta estivesse presente? A pergunta, segundo Carmen, causou indignação.

⁹⁰ Segundo Ana Rita Fonteles Duarte, existia uma preocupação em destacar que o feminismo não era uma luta de mulheres feias e mal amadas e sim que existiam no movimento feminista mulheres que se destacavam por exemplo por sua beleza, pela inteligência, independência e maturidade. In: DUARTE, op.cit., p.48-49. passim.

⁹¹ Revista Claudia, dezembro de 1972. p.42

Delicadamente responderam que, se os jovens quisessem, poderiam ter participado do Conselho.

A ausência da juventude feminina para a articulista se justificava, pois as jovens naquele momento não se identificavam com certas reivindicações por elas ainda não vivenciadas.

[...] namorando um rapaz de sua mesma geração, que não lhe impõe os padrões que a sociedade era lhe impor lá fora, ela não vê o sentido de reivindicar o que quer que seja como mulher. Transcorrerão alguns anos até que ela experimente os primeiros choques. Menos graves. Talvez, do que poderiam ser porque alguém – sua mãe – lhe facilitaram o caminho. Mas a essas alturas já haverá novas exigências a enfrentar e ela as encampará, fará sua tarefa. É como a tocha olímpica: vai passando de mão em mão. Nesse sentido, o I Conselho Nacional de Mulheres, por seu caráter pioneiro no Brasil, pode chamar a si o mérito de haver acendido a chama. O resto o futuro dirá.⁹²

Carmen aos poucos ia dialogando com suas leitoras sobre o movimento, discordando de alguns pontos, até que em 1975 é convidada a participar de um seminário realizado no Rio de Janeiro, pois a ONU havia instituído como sendo o Ano Internacional da Mulher.⁹³

Fui chamada a dar um depoimento pessoal: o resumo de minhas experiências ao longo de doze anos de contato com a mulher brasileira: a mulher de Claudia, de uma vastíssima correspondência, de conferência, palestras, diálogos, mesas-redondas, etc. Esse trabalho é o que em grandes linhas, sintetizo aqui.

[...]

Assim, não tenho a pretensão de focalizar a mulher brasileira de modo global, de exprimir conceitos válidos para todos os estratos sociais; minha experiência se refere sobre tudo à mulher de classe

⁹² Revista Claudia, dezembro de 1972. p.42

⁹³ Em muitos países as mulheres viram com desconfiança a iniciativa da ONU, mas para o Brasil, que se encontrava em plena ditadura, foi uma forma de legitimar os encontros e debates tornando-os públicos. In: TELES, M. Amélia. de Almeida. *Breve História do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999. p.85

média e média-alta, que forma o setor majoritário de meu público.⁹⁴

Expõe como iniciou seus escritos nas páginas de *Claudia*, suas principais idéias e se focou na questão do trabalho feminino, da culpa que as mulheres sentiam ao deixarem seus filhos, e mapeou o que os homens pensavam de tal decisão. Concluiu que a mulher brasileira descobriu o trabalho como solução pessoal, mas não tinha assumido ainda uma genuína consciência de responsabilidade e participação social.

No ano de 1975, seus artigos enfocaram explicitamente os benefícios do Ano Internacional da Mulher ao mesmo tempo em que criticaram os meios de comunicação de massa por reforçarem modelos fixos ao masculino e ao feminino.

Os meios de comunicação de massa martelam essas diferenças a minuto a minuto, vinte e quatro horas por dia. O homem aparece ao volante do carro mais moderno, da motocicleta mais possante, da lancha mais veloz; a mulher empunha o aspirador, o frasco de detergente ou o pote de creme e o batom. Ele realiza os grandes negócios, as operações audazes, os investimentos vantajosos; ela lhe agradece com um beijo o aumento da prosperidade familiar (mais aspiradores, mais batedeiras). Enquanto ele pensa no futuro dos seus (projeção e transcendência), ela se ocupa do imediato: o talharim para o almoço, que marido e filhos devoram num minuto, premiando-a com elogios.

Aliás, este é um ponto importante do condicionamento feminino: aprovação masculina como recompensa.⁹⁵

Seu discurso parece esquecer o lugar onde sua seção encontrava-se inserida, já que na maioria das páginas da *Revista Claudia* essas diferenças estavam fortemente apresentadas e reforçadas mês a mês às suas leitoras. No entanto, se isso pode representar uma brecha por onde Carmen conseguiu seu espaço

⁹⁴ Revista Claudia, setembro de 1975. p.140

⁹⁵ Revista Claudia, outubro de 1975. p.165

para questionar o papel da mulher, por outro lado pode simular um modelo de modernidade no qual o periódico se apoiava para descrever tal publicação como moderna, atualizada e avançada para seu tempo. Tais considerações devem ser examinadas e analisadas para melhor se compreender a presença da articulista na revista.

Em 1976, como tentativa de continuar debatendo os problemas femininos, Carmen instituiu o Ano da Mulher em *Claudia* e publicou: “*Vamos em Frente*” (janeiro); “*Nem anjos, nem demônios: somos gente*” (Março); “*A Grande Batalha*” (maio); “*O que é Ser mulher de Verdade*” (junho de 1976); “*Carta aberta aos Homens*” (setembro); “*Por que sou feminista*” (outubro) e “*Falta Homem nesta Cozinha*” (dezembro). Tais artigos mantiveram aceso o debate que foi iniciado um ano antes.

No final da década de 70, inicia-se em seu discurso um processo de valorizar as diferenças entre homens e mulheres, trabalhando com a questão da identidade feminina e valorizando características que, segundo a autora, a sociedade patriarcal costumava utilizar para oprimir a mulher.

Não é minha intenção trazer aqui as inúmeras evidências de que mulher também é forte, inteligente, objetiva, capaz. E menos ainda confrontá-la com uma contra-imagem calcada nos moldes culturais masculinos que valorizam a força física, a ambição, a competitividade, o egocentrismo, o comportamento autoassertivo. Essas atitudes que a mulher, chegado o caso, também pode assumir por uma imposição de uma sobrevivência; mas sempre de fora para dentro, como uma forma de adaptação a circunstâncias dadas e não como algo espontâneo, inerente ao seu modo de ser.

O que quero é demonstrar que sob esses rótulos desdenhosos que o sistema patriarcal nos colou nas costas encontra-se o que de mais maduro e rico existe em nossa sociedade. As características que nos estigmatizam como “imaturas e infantis” constituem, precisamente, a mais fecunda contribuição feminina à civilização, à preservação dos valores básicos da vida, à humanização do mundo. Uma breve análise de algumas delas virá revelar que é

graças a essas “crianças” grandes que ainda resta um pouco de sanidade sobre a terra.⁹⁶

O artigo indicava a importância das mulheres para a civilização, exaltando-as como “*Sal da terra*”, “*A graça do mundo*”, “*A esperança da sociedade*” e convidava as leitoras a se orgulharem do que elas eram.

O próprio movimento feminista passa na década de 80 por algumas modificações, associado ao momento político que a sociedade brasileira estava vivendo. Assim afirmou Pinto:

Surgem ao longo da década fortes grupos feministas temáticos, associados ou não a essa dicotomia, entre os quais se destacaram os que passaram a tratar da violência contra a mulher e da saúde. Também nos anos 1980 houve espaço para o surgimento e o desenvolvimento do que se poderia chamar de feminismo acadêmico, ancorado no Departamento de Pesquisa da Fundação Carlos Chagas, em São Paulo, e em pesquisas de ciências humanas e educação realizadas nas grandes universidades do país, em algumas das quais surgiram Núcleos de Pesquisa em Estudos da Mulher.

A relação do feminismo com o campo político a partir de 1979 deve ser examinada de três perspectivas complementares: a conquista de espaços no plano institucional, por meio de Conselhos da Condição da Mulher e Delegacias da Mulher; a presença de mulheres nos cargos eletivos; e as formas alternativas de participação política.⁹⁷

Os artigos da seção “*A Arte de ser mulher*” também evidenciaram esse momento. Em novembro de 1980 seu foco recaiu sobre a questão da violência contra as mulheres, em “*In Memoriam às vítimas do machismo: Ângela Diniz, Jô Lobato, Maria Regina dos Santos Souza Rocha, Eloisa Ballesteros Stancioli e...*”

⁹⁶ Revista Claudia, outubro de 1979.

⁹⁷ PINTO, op.cit., p.68

Nós!”, criticando o machismo, que se julgava no direito de dispor da vida feminina, causando dor, sofrimento e tragédias.

Afirmava que a união e a solidariedade feminina não eram luxo e sim uma necessidade de sobrevivência, e citava algumas associações femininas de defesa dos direitos da mulher, mostrando como se tornava necessária a organização das mulheres em busca de um lugar na sociedade como cidadãs.

Na questão da saúde, Carmen publicou um artigo sobre amamentação, relatando uma reunião que teve com o grupo “*Amigas do Peito*” e explicitou que nunca tinha trabalhado tal questão em seus artigos, apesar de ter muitas vezes abordado a questão do corpo feminino.

Nestes vinte anos em que milito nas colunas de CLAUDIA, pensava já ter abordado praticamente todos os assuntos de interesse da mulher, todas as facetas importantes da vida feminina, tudo o que diz respeito a nossa afetividade, nossa sexualidade, nossa inserção no mundo.

E de repente, no meio de uma reunião com o grupo que se denomina *Amigas do Peito*, quase caio de costas de surpresa ao perceber que nestas duas décadas de pensar a mulher, viver a mulher, dissertar sobre a mulher, nunca me ocorreu escrever uma só palavra ou sequer meditar a respeito de um privilégio que a natureza outorgou exclusivamente ao sexo feminino: o dom de amamentar.

[...]

Convém esclarecer, uma vez mais, que ser feminista não é só querer participar do setor do mundo que os homens arbitrariamente reservam para si. É também querer viver em plenitude a condição de mulher que a natureza nos outorgou.⁹⁸

O artigo vai destacar o encontro da articulista com o grupo e os principais pontos discutidos, as experiências que algumas mulheres relataram, indicando como as reivindicações já

⁹⁸ Revista Claudia, março de 1984. p.199 e 2002

assumiam uma conotação de assumir as diferenças dos sexos, valorizando aspectos únicos dos corpos femininos.

Seu último artigo, publicado após sua morte, tratou da questão da obesidade. Com o título “*Manter-se magra. É uma afirmação de liberdade*”, foi publicado em novembro de 1985. Carmen procurou discutir os males e as causas da obesidade, assim como as conseqüências que um corpo obeso podia trazer para homens e mulheres.

Enfim, tentamos percorrer os caminhos da escrita de Carmen da Silva na seção “*A Arte de Ser Mulher*” enfatizando as principais preocupações e anseios que fizeram parte dos artigos publicados nessa seção e que, acreditamos, permeavam o universo feminino das leitoras de classe média urbana.

Carmen tentou trazer à revista a mulher real, abordando temas do cotidiano feminino que levassem a dona de casa de classe média a pensar sua condição de mulher na sociedade. Com uma linguagem fácil, estimulava o diálogo e esperava suscitar questionamentos que a tirassem do conformismo e dos condicionamentos impostos pela educação, família, grupo social e tradição. Ao analisar seu discurso notamos que, embora inserida no periódico que incitava o modelo tradicional de família e de mulher, a colunista encontrava brechas para dar um passo à frente em relação a esse modelo. E essa foi a grande contribuição de Carmen da Silva à imprensa feminina.

O seu trabalho na *Revista Claudia* mostra-se essencial para se perceber como a sociedade pensava a condição da mulher casada, dona de casa, mãe e profissional, pois seus artigos debatiam os temas a partir da visão social e inseria o debate da conscientização feminina, apoiada num feminismo suave. Dessa forma seu discurso se legitimava e tornava-se possível sua publicação nas páginas de *Claudia*.

Carmen da Silva faleceu em 29 de abril de 1985. Participava de uma conferência no Rio de Janeiro (Resende) quando sentiu

fortes dores abdominais. Levada ao hospital, foi operada de um aneurisma abdominal e não resistiu.

Thomaz Souto Corrêa⁹⁹ afirmou que sua morte deixava em branco uma página que ninguém mais conseguiria ocupar. O editorial de junho de 1985, assinado por Maria Cristina Gama Duarte¹⁰⁰, afirmou em tom de confiança o que Carmen representava para uma geração:

Quando comecei a trabalhar em *Claudia*, em 1971, consegui realizar um antigo desejo: dizer o meu muito obrigada a Carmen da Silva. Não sabia então que falava em nome de toda uma geração que cresceu lendo *Claudia*, aprendendo com Carmen que era preciso fazer mais, era preciso crescer e dominar a *Arte de Ser Mulher*. E agora, em meio à tristeza que nos traz a morte de Carmen, não podemos deixar de vislumbrar o mundo de esperança que ela nos deixa. Um mundo que exige batalhas diárias, mas que oferece perspectivas fascinantes de belas vitórias e de engrandecimento da vida. E o melhor exemplo disso é a própria Carmen, uma mulher que amou, sofreu, lutou, enfrentando tudo, sempre, com muito bom humor e uma “desgraçada lucidez”. Fica a saudade da grande amiga, cúmplice e companheira de tantos anos.¹⁰¹

Posteriormente contaram com a colaboração de diversos especialistas como psicólogos, psiquiatras, para tratar dos assuntos que até então cabiam a Carmen.

⁹⁹ Foi diretor de redação de 1966 a 1972.

¹⁰⁰ Diretora de redação a partir de 1979.

¹⁰¹ Revista *Claudia*, junho de 1985. p.3.

Considerações finais

A construção dos discursos na imprensa feminina envolve uma série de questões que fazem parte da sociedade em que estão inseridas e revelam que os processos históricos são políticos, econômicos, sociais e culturais. Um olhar sobre o lançamento de *Claudia* e o próprio lugar que esta assumiu na Editora Abril revelou como o processo de modernização em curso na história do Brasil chegava ao cotidiano das leitoras.

As páginas de *Claudia* trouxeram as articulações nessa nova fase do capitalismo na linguagem adequada ao seu público, mulheres modernas de classe média, indicando que a sociedade passava por modificações em todas as suas esferas. O universo variado de assuntos revelava que essa revista tinha o papel de expor idéias, comportamentos e valores carregados de significados e que retratavam a realidade vivenciada pela sociedade. Os que pensavam e produziam *Claudia* sabiam aonde queriam chegar e o que pretendiam atingir. Nada era ingênuo, aliás, nada é por acaso na mídia e, se ocorreram improvisações nos anos iniciais da publicação, essas com certeza foram calculadas.

As novas tendências anunciadas pela revista e pelo discurso publicitário nela presente anunciavam que o ritmo de vida havia sofrido modificações, a urbanização e a industrialização transformaram alguns hábitos que passaram a ser ditados pela sociedade de consumo. A necessidade, a utilidade, a abundância e seu oposto calcado no supérfluo e na satisfação marcavam a busca por produtos que facilitariam a vida das pessoas ou alterariam seu status perante a “vitrine” social.

Baseados e inseridos nessa nova ótica, a idéia de moderno e de novo foi utilizada freqüentemente para fundamentar a idéia central de *Claudia*: a revista amiga da mulher moderna. Entretanto, essa modernidade foi expressa via sociedade de consumo, na euforia do “ter para ser”, e a amizade prometida consistiu em aconselhar, recomendar, indicar, influenciar os comportamentos, remodelar os corpos e conscientizar sobre o papel do feminino na sociedade.

As representações construídas em *Claudia* revelaram que as percepções do social não eram discursos neutros; produziam estratégias e práticas que eram legitimadas mensalmente à leitora, como bem formulou Chartier: *As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio.*¹A revista produziu múltiplas representações femininas, moldadas pelos discursos que apreendiam, e estruturavam uma dada visão de mundo que deveriam, ao ser apropriadas pelas leitoras, fornecer e pensar a realidade de cada uma delas, que as vivenciaria por meio das práticas.

A *Revista Claudia*, muito além de revelar seu caráter meramente comercial, funcionou como uma vitrine que, ao expor seus produtos e valores, despertou o sonho, gerou o desejo pelo consumo e criou a necessidade de transformar a aquisição de idéias e de produtos em sinônimos de felicidade. Já na capa a leitora era convidada a entrar no mundo das representações e do consumo tornando-se moderna e feliz.

Os temas catalisadores que estiveram presentes nessas três décadas que compreenderam nossa investigação histórica mostraram o modelo de família, de corpo e de consciência feminina que *Claudia* construiu. E nesse sentindo podemos afirmar a existência tênue entre o tradicional e o moderno. A proposta de

¹Chartier, op.cit. p.17

modernidade em todas as instâncias do cotidiano feminino foi apresentada elucidando as permanências e rupturas e lembrando as diversas relações de poder e as hierarquias que permeiam o feminino e o masculino.

As tensões e contradições do discurso foram analisadas ao longo do processo de elaboração *Claudia*, onde as representações ditas como essenciais para a concepção do ser mulher para revista lutaram lado a lado com outras representações ainda estabelecidas naquele momento como pertencentes a outros diferentes grupos da sociedade. Não se objetivou, em nosso trabalho, condenar o lugar e o espaço que a família, o casamento, a maternidade e o próprio homem possuíam na vida feminina e sim perceber as maneiras como as hierarquias de gêneros foram construídas, legitimadas, questionadas, contrapostas e conservadas nas páginas de nosso objeto de pesquisa.

O principal foco de *Claudia* foram as mulheres, múltiplas em suas diferentes funções, sensíveis às mudanças e conflitos do dia-a-dia e atentas ao universo familiar. A família foi onde ela nasceu e logo aprendeu a ser mulher. O marido, a casa, os filhos e mais tarde a possibilidade de uma vida profissional apresentaram-se cheias de certezas e dúvidas, principalmente aquelas suscitadas por Carmen da Silva. Assim, entre o sonho e o consumo, mensalmente elas foram aprendendo que a “Arte de Ser Mulher” trazia consigo uma série de representações e que estas eram representações femininas e para o feminino.

Referências

Fontes

Revista Claudia de 1961-1985.

CIVITA, Laura T. (org). *O melhor de Carmen da Silva. A Arte de Ser Mulher*. Rio de Janeiro. Rosa dos Tempos: 1994.

SILVA, Carmen. *Sangue sem dono*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1964.

_____. *A arte de ser mulher: um guia moderno para o seu comportamento*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1968.

_____. *O homem e a mulher no mundo moderno*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1969.

_____. *Histórias híbridas de uma senhora de respeito*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

Bibliografia

ALMEIDA, Angela Mendes de. *Pensando a família no Brasil (da colônia à modernidade)*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1987.

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela. *Cadernos Pagu (19) – Crônicas profanas*. Campinas: Unicamp, 2002.

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de. & WEIS, Luiz. “Carro Zero e pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar”. In: NOVAIS, F. (coord), SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1998. v.4.

- ALVES, Branca Moreira & PITANGUY, Jacqueline. *O que é Feminismo*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- ANDERSON, Perry. *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação dos corpos femininos. In: LOURO, Guacira Lopes & NECKEL, Jane Felipe & GOELLNER, Silvana Vilodre (orgs). *Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- ARIÈS, Philippe. *História Social da Criança e da Família*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1981.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. História da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.
- _____. *Jornalismo, Informação, Comunicação*. São Paulo: Martins, s/d.
- BARBOSA, Ana Mae & GINZBURG, J.(orgs). *O pós-modernismo*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1970.
- BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relações homem-mulher 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- BARROS, Edgard Luiz. *O Brasil de 1945 a 1964 – O populismo e a democracia liberal, os governos de Getúlio, Dutra, JK, Jânio e Jango, as crises políticas e o golpe militar*. São Paulo: Contexto, 1999.
- BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo*. 1- Fatos e Mitos. Rio de Janeiro: Difusão Européia do Livro, 1962.
- _____. *O Segundo Sexo*. 2- Experiência Viva. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

- BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. *O governo Jânio Quadros*. 2º ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- BONADIO, Maria Claudia. *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade*; Rodhia S.A. 1960-1970. 2005. Tese de Doutorado - Unicamp, Campinas.
- BONELLI, Maria da Glória. *A Classe média do “Milagre” à recessão: mobilidade social, expectativas e identidade coletiva*. São Paulo: IDESP - Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo, 1989.
- BORGES, Dulcina Tereza Bonati. *A cultura “PSI” das revistas femininas: gênero, subjetividade e psicologização (1970-90)*. 1998. Dissertação de Mestrado - Unicamp, Campinas.
- BORGES, Nilson. “A doutrina de Segurança Nacional e os governos militares”. In: DELGADO, Lucilia de A. *O Brasil Republicano*. O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.4.
- BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença*. São Paulo: Zouk, 2004
- _____. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- _____. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- BRAUDEL, Fernand. *Civilização material, economia e capitalismo séculos XV-XVIII*. As estruturas do cotidiano: o possível e o impossível. V. 1 São Paulo: MARTINS Fontes, 1995.
- BRESCIANI, Maria. Stella. (org). *Revista Brasileira de História: A Mulher no Espaço Público*. São Paulo: Marco Zero, 1989.
- BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia*. De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BUTTONI, Dulcília H. Schroeder. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986.

_____. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Loyola, 1981.

BURGUIÈRE, André. A antropologia histórica. In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

BURKE, Peter. *O Que é História Cultural?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. *Variedades de história Cultural*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

_____. *A Escola dos Annales. 1929-1989. A Revolução Francesa na Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1991.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

Cadernos AEL/ Mulher, História e Feminismo. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, N.3/4 Campinas: AEL, 1995/1996.

CÂNDIDO, Antonio. The Brazilian Family. In: SMITH, T. Lynn (ed.). *"In" Brazil Portrait of Half a Continent*. Nova York: Marchant General, 1951.

CAPELATO, Maria Helena. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1988.

CARDOSO, Ciro Flamarion. & VAINFAS, Ronaldo. (orgs.). *Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

CERTEAU, Michel de. *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

CHARTIER, Roger. *Leituras e Leitores na França do Antigo Regime*. São Paulo: Unesp, 2004.

_____. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

_____. O Mundo como Representação. *Estudos Avançados*, 11 (5), São Paulo, 1991.

- CIVITA, Roberto. (org.). *A Revista no Brasil*. São Paulo: Editora Abril, 2000.
- COELHO, Texeira. *O que é Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- COLLING, Ana Maria. *A resistência da mulher à ditadura militar no Brasil*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- CORRÊA, Mariza. Repensando a Família Patriarcal Brasileira. In: *Colcha de Retalhos: estudos sobre a família no Brasil*. Campinas: editora da Unicamp, 1993.
- CORRÊA, Thomaz Souto. “A era das Revistas de Consumo”. In: LUCA, Tânia Regina de & MARTINS, Ana Luiza (orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- COSTA, Albertina de. & BRUSCHINI, Cristina (orgs). *Rebeldia e submissão: estudos sobre condição feminina*. São Paulo: Vértice, 1989.
- COSTA, Helouise. *Aprenda ver as coisas*. 1992. Dissertação de Mestrado - USP, São Paulo.
- COSTA, Maria Paula. *Da Mulher para a Mulher: uma análise historiográfica do correio dos leitores da revista O Cruzeiro (1950-1963)*. 2003. Dissertação de mestrado – Unesp, Assis.
- CRUZ, Heloisa. de Faria. (org). *São Paulo em Revista: Catálogo de Publicações da Imprensa Cultural e de Variedades Paulistana 1870-1930*. São Paulo: Arquivo do Estado, 1997.
- CUNHA, Maria de Fátima. Homens e mulheres nos anos 1960/1970: um modelo definido? *História: questões & debates – gênero e história*. Curitiba: Ed. da UFPR, v. 18, n. 34, jan./jun. 2001.
- DARNTON, Robert. *O grande massacre dos gatos*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- D’ARAÚJO, Maria Celina & SOARES, Gláucio Ary Dillon & CASTRO, Celso (orgs). *Visões do Golpe – a memória militar de 1964*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- DAVIS, Natalie Zemon. *O retorno de Martin Guerre*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

_____. *Culturas do povo: sociedade e cultura no início da França Moderna*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

_____. *Nas margens: três mulheres no século XVII*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

DE LUCA, Tania. Regina. *A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N) ação*. São Paulo: UNESP, 1999.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. “Partidos políticos e frentes parlamentares: projetos, desafios e conflitos na democracia”. In: DELGADO, Lucilia de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano*. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3

_____(org). *O Brasil Republicano*. O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, v.4, 2003.

DEL PRIORE, Mary. *História do Amor no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. *Histórias do cotidiano*. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. *Corpo a Corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: SENAC, 2000.

_____. “História das Mulheres: as vozes do silêncio” In: FREITAS, Marcos Cezar de. (org.). *Historiografia Brasileira em Perspectiva*. São Paulo: Contexto, 1998.

_____. (Org.) *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto/ Unesp, 1997.

_____. *Ao Sul do corpo: condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colonial*. São Paulo: José Olympio, 1993.

_____. *A mulher na história do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1992.

DOSSE, François. *A história à prova do tempo: da história em migalhas ao resgate do sentido*. São Paulo: Unesp, 2001.

- DUARTE, Ana Rita Fonteles. *Carmen da Silva – o feminismo na imprensa brasileira*. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005.
- DUARTE, Kelley Baptista. *Carmen da Silva: nos caminhos do autobiografismo de uma “mulheróloga”*. 2005. Dissertação de mestrado - FURG, Rio Grande.
- DUBY, Georges. & PERROT, Michelle. (orgs.). *História das mulheres no Ocidente*. Porto: Afrontamento, v.1, v.2, 1990.
- ELIAS, Nobert. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. v.1 e 2.
- FAORO, Raymundo. *Os Donos do poder*. São Paulo: Publifolha, v.1, v.2, 2000.
- FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1995.
- _____. *História concisa do Brasil*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2002.
- FERREIRA, Jorge. “O governo Goulart e o golpe civil-militar de 1964”. In: DELGADO, Lucilia de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano*. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3
- FIGUEIRA, Sérvulo A. (org). *Uma nova família: o moderno e o arcaico na família de classe média brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.
- FILHO, João Roberto Martins. “Forças Armadas e política, 1945-1964: a ante-sala do golpe”. In: DELGADO, Lucilia de A. Neves & FERREIRA, Jorge (org). *O Brasil Republicano*. O tempo da experiência democrática – da democratização de 1945 ao golpe civil-militar de 1964. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.3.
- FLAMARION, Ciro. & VAINFAS, Ronaldo. (orgs.). *Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- FLANDRIN, Jean-Louis. A distinção pelo gosto. In: CHARTIER, Roger (org). *História da vida privada: da Renascença ao século das Luzes*. V.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

FONTES, Maria Virginia & MENDONÇA, Sonia Regina de. *História do Brasil recente 1964-1992*. 4 ed. São Paulo: Ática, 2004.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I*. A Vontade de Saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. *História da sexualidade III: O cuidado de si*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

FREYRE, Gilberto. *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 23.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1984.

FRIEDAN, Betty. *A Mística feminina*. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

FUÃO, Maria Helena Rodrigues. *Uma leitura da ficção na escrita de Setiembre, de Carmen da Silva*. 2004. Dissertação Mestrado em História da Literatura – FURG, Rio Grande.

FURTADO, Celso. *O Brasil pós-milagre*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GASPARI, Elio. *Ditadura Envergonhada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. *Ditadura Escancarada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. *Ditadura Encurralada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. *Ditadura Derrotada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. *O queijo e os vermes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOÉS, Fred & VILLAÇA, Nizia (orgs). *Nas fronteiras do Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

GOLDANI, Ana Maria. As Famílias no Brasil Contemporâneo e o Mito da Desestruturação. In: *Cadernos Pagu*. Campinas, 1993.

- GOLDENBERG, Miriam & TOSCANO, Moema. *A revolução das mulheres: um balanço do feminismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan, 1992.
- GOMES, Ângela de Castro. “Escrita de si, escrita da História: a título de prólogo”. In: GOMES, Ângela de Castro (org.) *Escrita de si, escrita da História*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.
- GONÇALVES, Marcos A. & HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Cultura e participação nos anos 60*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- GROSSI, Miriam. Pillar. & PEDRO, Joana. Maria. (orgs). *Masculino, feminino, plural: gênero na interdisciplinaridade*. Florianópolis: Mulheres, 1998.
- HABERT, Nadine. *A Década de 70: apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São Paulo: Ática, 2003.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HANCIAU, Nubia. *Carmen da Silva, uma rio-grandina precursora do feminismo*. Projeto de pesquisa, PIBIC/CNPq/FURG, 2001/2002.
- HARVEY, David. *A Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos Extremos – O breve século XX – 1914 –1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HUNT, Lynn. (org). *A Nova História Cultural*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- IANNI, Octavio. O declínio do Brasil – Nação. *Estudos Avançados*, 14 (40): 51-58, set/dez, 2000.
- JACOB, Helena Maria Afonso. *Come com os olhos. Estudos das Imagens da Cozinha Brasileira a partir da Revista Claudia Cozinha*. Dissertação defendida no programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-, 2006.
- JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.

KURZ, Robert. *O colapso da modernização*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

LASCH, Christopher. *A mulher e a vida cotidiana*. Amor, casamento e feminismo. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1999.

_____. *Refúgio num mundo sem coração – a família: santuário ou instituição sitiada?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed.34,1993.

LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero*. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. *A era do vazio*. Lisboa: Relógio D'Água, 1983.

_____. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LODY, Raul. *Comer é pertencer*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004.

LOURO, Guacira Lopes. *Pedagogias da Sexualidade*. In: LOURO, Guacira Lopes (org). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Paris: 1979.

MARTINS, Ana. Luiza. *Revistas em Revistas: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Edusp, 2001.

MASCARO, Sônia. de Amorim. *A Feminina: Imagem de Mulher (1914-1936)*. 1982. Dissertação de mestrado - ECA/USP, São Paulo.

MATOS, Maria Izilda Santos & SOIHET, Rachel (orgs). *O Corpo feminino em debate*. São Paulo: Unesp, 2003.

MATOS, Maria. Izilda. Santos. de. *Por uma História da mulher*. Bauru: Edusc, 2000.

_____. *Outras Histórias: As mulheres e estudos dos gêneros – percursos e possibilidades*. In: MATOS, Maria Izilda S. de; SAMARA, Eni de Mesquita; SOIHET, Rachel. *Gênero em debate*. Trajetória e Perspectivas na Historiografia Contemporânea. São Paulo: Edusc, 1997.

MELLO, João Manuel Cardoso de & NOVAIS, Fernando. “Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna”. In: NOVAIS, F. (coord), SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1998. v.4

MIRA, Maria Celeste. O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar. *Cadernos Pagu (21) – Olhares alternativos*. Campinas: Unicamp, 2003.

_____. *O leitor e a banca de revistas*. A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

MORAES, Maria Lygia Quartim de. *Família e Feminismo: Reflexões sobre papéis femininos na imprensa para mulheres*. 1981. Tese de Doutorado - USP, São Paulo.

_____. A “nova” moral sexual das revistas femininas. *Cadernos do Presente 3 – Sexo e poder*. São Paulo: Brasiliense, 1979.

MORAES, Maria Quartim de. & SARTI, Cynthia. Aí a porca torce o rabo. In: BRUSCHINI, Maria Cristina A. & ROSEMBERG, Fúlvia. *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

MOTA, Carlos Guilherme. *História da Folha de São Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impress, 1981.

_____. *Ideologia da Cultura Brasileira*. São Paulo: Ática, 1977.

NAPOLITANO, Marcos. *Cultura Brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

NECKEL, Roselane. *Pública vida íntima: a sexualidade nas revistas femininas e masculinas (1969-1979)*. Tese defendida no programa de estudos pós-graduados em História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

NOVAIS, Fernando A.(coord), SCHWARCZ, Lilia. Moritz. (org. vol). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 4

OLIVEIRA, Núcia Alexandra Silva de. “Representações da beleza feminina na imprensa: uma leitura a partir das páginas de O Cruzeiro, Claudia e Nova (1960/1970)”. In: FUNCK, Susana Bornéo & WIDHOLZER, Nara (orgs). *Gênero em Discursos da Mídia*. Florianópolis: Editora Mulheres, 2005.

ORTIZ, Renato. *Cultura e Modernidade: A França no Século XIX*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

_____. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *Cultura Brasileira & Identidade Nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAGLIA, Camile. *Personas Sexuais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

_____. *Sexo, Arte e Cultura Americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993

_____. *Vampes & Vadias*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1994.

PALLARES-BURKE, Maria Lúcia Garcia. *As muitas faces da história*. São Paulo: Unesp, 2000.

PASTORE, José. *Desigualdade e mobilidade social no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1979.

PEDRO, Joana Maria. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. In: III SEMINÁRIO EDUCAÇÃO E GÊNERO E II SEMINÁRIO SOBRE INFÂNCIA, 2006, Tocantinópolis – TO.

PERROT, Michelle. (org.). *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. *Mulheres públicas*. São Paulo: Unesp, 1998.

_____. *Os Excluídos da História: Operários, Mulheres e Prisioneiros*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. (org.). *História da vida privada*. Da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. v. 4

_____. “Práticas da Memória Feminina.” *Revista Brasileira de História: A Mulher e O Espaço Público*. São Paulo: ANPUH/Marco Zero, vol. 9, n.º 18, 1989.

PENSAVENTO, Sandra Jatahy. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PINSKY, Carla Bassanezi (org.). *Fontes Históricas*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PINTO, Célia Regina Jardim. *Uma História do Feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PORTER, Roy. *História do Corpo*. In: BURKE, Peter (org.). *A escrita da História*. São Paulo: Unesp, 1992.

QUEIROZ, Renato da Silva. *O corpo do brasileiro – estudos de estética e beleza*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

RAEL, Claudia Cordeiro. Gênero e Sexualidade nos desenhos da Disney. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes, 2003.

REZENDE, Maria José de. *A Ditadura Militar no Brasil: repressão e pretensão de legalidade 1964-1984*. Londrina: Editora da UEL, 2001.

RIDENTI, Marcelo Siqueira. *O fantasma da revolução brasileira*. São Paulo: Editora da Unesp, 1993.

_____. “Cultura e política: os anos de 1960-1970 e sua herança”. In: BORGES, Nilson. “A doutrina de Segurança Nacional e os governos militares”. In: DELGADO, Lucília de A. *O Brasil Republicano*. O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003. v.4

RIOUX, Jean-P., SIRINELLI, Jean-F.(orgs). *Para Uma História Cultural*. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

_____. *O Povo de Paris: ensaio sobre a cultura popular no século XVIII*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

SABAT, Ruth. Gênero e sexualidade para consumo. In: LOURO, Guacira Lopes & NECKEL, Jane Felipe & GOELLNER, Silvana Vilodre (orgs). *Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

SAES, Décio. *Classe Média e Sistema Político no Brasil*. São Paulo: T. A. Queiroz, 1984.

SAMARA, Eni de Mesquita. *A família brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. *As mulheres, o poder e a família – São Paulo, século XIX*. São Paulo: Marco Zero/ SECSP, 1989.

SANTOS, Jair Ferreira dos. *O que é Pós-moderno*. 25º ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Tania Coelho dos. De Dona Letícia a Carmen da Silva: as revistas femininas e a modificação do comportamento da mulher. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. (org). *Uma nova família: o moderno e o arcaico na família de classe média brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

SCHIEBINGER, Londa. *O feminismo mudou a ciência?* Bauru: EDUSC, 2001.

SCOTT, Joan. “História das mulheres”. In: BURKE, Peter (org.). *A escrita da História*. São Paulo: Unesp, 1992.

_____. Gênero: uma categoria útil de análise historiográfica. *Mulher e Realidade*: mulher e educação. Porto Alegre, v.16, n.2, jul/dez. 1990.

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

_____. *A Corrosão do Caráter*: as Consequências Pessoais do Trabalho no Novo Capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999.

_____. *O Declínio do Homem Público*: Tirantias da Intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Ana Márcia. *Corpo, Ciência e Mercado* – reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo da felicidade. Florianópolis: UFSC, 2001.

SINGER, Paul. *As contradições do Milagre*. São Paulo: Estudos Cebrap, 6. Out.-Nov.- Dez. de 1973.

SOARES, Carmen (org). *Corpo e História*. Campinas: Autores Associados, 2001.

SODRÉ, Nelson. Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOIHET, Rachel. “História das Mulheres.” In: CARDOSO, Ciro Flamarion & VAINFAS, Ronaldo (orgs). *Domínios da História*: ensaios da teoria e metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SWAIN, Tânia N. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas “femininas”. *História*: questões & debates – gênero e história. Curitiba: Ed. da UFPR, v. 18, n. 34, jan./jun. 2001.

TELES, M. Amélia. de Almeida. *O que são Direitos Humanos das Mulheres*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

_____. *Breve História do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

- TERUYA, Marisa Tayra. A Família na historiografia brasileira. Bases e perspectivas teóricas. In: XII ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS DA ABEP-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 1., 2000, Caxambu. Anais.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- TOLEDO, Caio Navarro de. *O governo Goulart e o golpe de 64*. 18ªed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- TOTA, Antonio. Pedro. *O Imperialismo Sedutor*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- VAINFAS, Ronaldo. *Micro-história. Os protagonistas anônimos da História*. Rio de Janeiro, Campus, 2002.
- VENTURA, Zuenir. *1968- O ano que não terminou: a aventura de uma geração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.
- VIGARELLO, Georges. *História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.
- WOORTMANN, Ellen Fensterseifer. *A Lógica e a Simbólica dos Sabores Tradicionais*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004.
- WOORTMANN, Klaas Axel A. W. *O sentido simbólico das práticas alimentares*. In: Coletânea de palestras do 1º Congresso de Gastronomia e Segurança Alimentar. Brasília: UNB, 2004.