

JANAÍNA A. BERALDO GARCIA

ESCOLA DE MODELOS

Três décadas do Anuário das Senhoras

(1934 - 1954)

CURITIBA
2004

JANAÍNA A. BERALDO GARCIA

ESCOLA DE MODELOS

Três décadas do Anuário das Senhoras

(1934 –1954)

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção de grau de Mestre ao Programa de Pós-graduação em História, da Linha de pesquisa Espaço e Sociabilidades, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná
Orientadora Prof.^a Dr.^a Etelvina Maria de Castro Trindade

CURITIBA
2004

PV000093672

BOCADO/RENTA-MEMORIA UYU
Registre de 432 854 data 27/1/2000

Referencia: 432 854 a 2000
Título: 432 854 de 2000. Este número se aplica en 2000.
Fecha: 2000

AGRADECIMENTOS

Muitas foram as pessoas que me ajudaram nessa jornada. A elas, agora, dedico meus sinceros agradecimentos.

Em primeiro, lugar, agradeço a minha orientadora, professora Etelvina Trindade, pela orientação segura, cumplicidade e apoio intelectual e psicológico. Agradeço ainda pela firmeza temperada com uma delicadeza sem par. E por ter me ensinado muito mais do que fazer uma dissertação de mestrado, dela, levarei lições para toda a vida.

Agradeço a todos os professores que se dispuseram a ler meu trabalho, e me ajudaram com valiosas sugestões. Ao professor Claudio Denipoti, leitor do projeto de mestrado, ao professor Marcos Napolitano, que debateu meu artigo. Um agradecimento muito especial para a professora Maria Luiza Andreazza, não só por todas as ideias desde a fase inicial do trabalho, como também pela força nas aulas de Prática de Docência e ainda porque, em todas as vezes que conversamos, ela sempre me passou a certeza de que tudo daria certo.

Aos professores Roseli Boschilia e Euclides Marchi, muito obrigada pela participação no exame de qualificação, pela leitura cuidadosa do texto e pelas sugestões.

A professora Roseli agradeço, ainda por ter me avisado da descoberta do exemplar do Anuário de 1934 aqui em Curitiba, e a professora Marilda Roda, por gentilmente empresta-lo, o que me possibilitou reproduzir as ilustrações do segundo capítulo.

Aos coordenadores da Pós-graduação Marcos Napolitano e Luiz Carlos Ribeiro, pela atenção e assistência nas questões institucionais. Agradeço ainda a Luci e a Doris, sempre solícitas e atenciosas.

Muito obrigada ao Alfredo e Rodrigo Trindade, que acabaram se envolvendo com o trabalho e ofereceram uma ajuda inestimável. Agradeço ainda a Vanessa Zoca, por ter me ajudado a caminhar pelos labirintos da Tuiuti.

A minha primeira entrevistada, um agradecimento especial, por ter iluminado como era a vida das leitoras do Anuário das Senhoras. E por me ter feito viajar, imaginariamente para um tempo em que se colocavam as cadeiras na calçada e se falava sobre o Anuário sobre os artistas de cinema, sobre a vida.

Meus sinceros agradecimentos ao CNPQ pelo fundamental auxílio financeiro e por incentivar a pesquisa acadêmica.

Agradeço ainda a pessoas que foram fundamentais para esse trabalho não pelo vies acadêmico, mas por me garantirem um mínimo de condições psicológicas, ou ao menos me aguentarem todas as vezes que estive a beira de um ataque de nervos. E sempre que esses ataques aconteceram.

Em primeiro lugar, a toda família, pai, Isabela, Bethania, e principalmente a mãe, sempre presente, para ouvir minhas lamentações ao telefone ou pegar o ônibus em cima da hora só para vir segurar a minha mão. E por enxergar com lentes de aumento minha capacidade intelectual, o que nos momentos de crise foi essencial. Ao Rogério, pelo amor, amizade, paciência e compreensão inacreditáveis, e por sempre saber dizer o que eu precisava ouvir. E a vo Virginia e a Leni, por me acolherem na 'volta ao lar'.

Agradeço a Mara, amiga de todas as horas e com quem compartilhei, sempre o gosto pelas revistas femininas e por todos os outros assuntos de mulher. Ao Claudio o melhor amigo que uma menina pode ter, e a Vanessa, pelos papos divertidíssimos. A Mônia e a nossas conversas sobre mestrados e afins, entabuladas na biblioteca, na cantina, no meio da rua. A Jacqueline e a Lais, amigas do coração, e que agora, mesmo longe, me dão a maior força via e-mail (e me deixam a par do que acontece no Velho Mundo). Ao Marcos Gonçalves, pelas discussões fecundas, mesmo (e talvez por isso) trabalhando, eu e ele, com temas tão distintos. À Renata Sopelsa, pelo carinho e pela torcida. A Mariliz e à Tereza pela ajuda psicológica.

E muito obrigada ao seu Sebastião, a Edna e ao Helio, por tão gentilmente me abrirem a porta da sua casa em um momento crucial.

SUMÁRIO

RESUMO	1
INTRODUÇÃO.....	..1
CAPÍTULO 1 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO	11
1 1 Páginas brasileiras	11
1 1 1 E melhor que eles não saibam	11
1 1 2 Perigos impressos	13
1 1 3 Palavras l.citas, outras nem tanto	14
1 1 4 Modernidade impressa	16
1 1 5 Letras na Republica	18
1 1 6 Leitura para todos	23
1 2 Imprensa feminina	30
1 2 1 Mulheres leitoras	30
1 2 2 Leituras femininas	33
CAPÍTULO 2. O ANUÁRIO DAS SENHORAS... ..	41
2 1 O ano todo com as senhoras	41
2 2 O numero 1	47
2 2 1 Beleza ao alcance de todas	47
2 2 2 A saúde dos corpos	58
2 2 3 Vestindo as damas	67
2 2 4 Cultivando o espírito	73

2 2 5 As leitoras e seu mundo	78
-------------------------------	----

CAPÍTULO 3: DUAS DÉCADAS DO ANUÁRIO DAS SENHORAS..... ..88

3 1 O mundo em guerra	88
-----------------------	----

3 1 1 Além de honesto, necessario	90
-----------------------------------	----

3 1 2 Segredos de beleza	99
--------------------------	----

3 1 3 Novos arranjos no mundo domestico	108
---	-----

3 2 Respirando novos ares	111
---------------------------	-----

3 2 1 O ano das noivas	114
------------------------	-----

3 2 2 Esbeltas e saudáveis	125
----------------------------	-----

ENTRE MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS..... ..134

FONTES..... ..138

REFERÊNCIAS BIBILOGRÁFICAS..... ..139

ANEXOS..... ..145

RESUMO

O objetivo desse trabalho foi analisar a publicação feminina *Anuario das Senhoras*, entre as décadas de 1930 e 1950, buscando apreender como esse material, um emissor de discursos voltados para a figura feminina, organiza seu conteúdo, tendo em vista ser ele próprio um receptor de mensagens externas

Como fio condutor da reflexão, buscou-se trabalhar o primeiro número em todos os seus aspectos, a fim de tomá-lo como parâmetro para a análise dos exemplares posteriores. Por se tratar de um veículo de comunicação destinado às mulheres, a publicação abordou os temas considerados de interesse feminino. E, em sua realização, apropriou-se de referências diversas, desde a tradição francesa até os padrões veiculados pelo cinema e o modo de vida norte-americanos, fazendo dialogar modelos por vezes contraditórios, e construindo, ela própria, seus modelos de referência

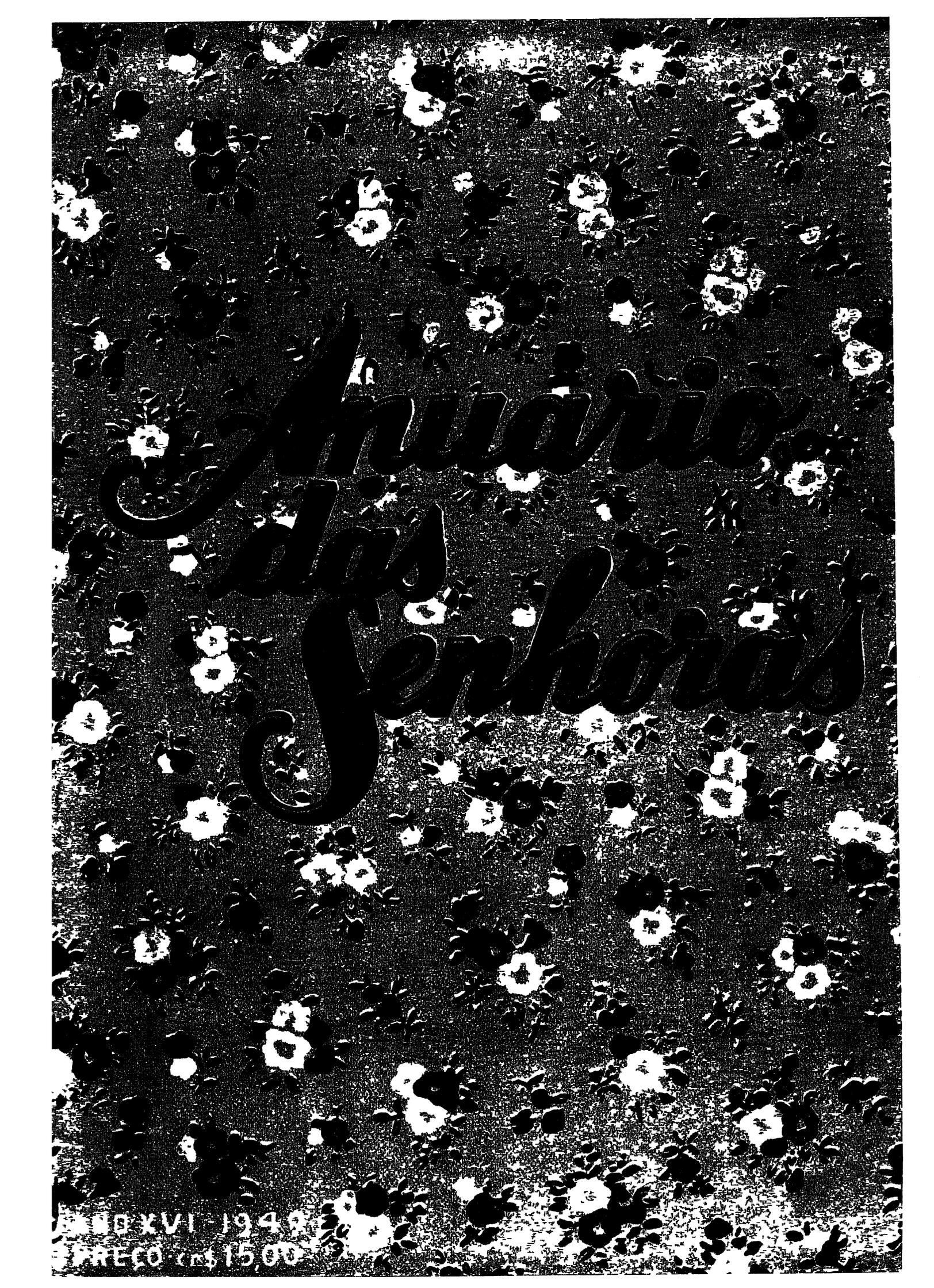
Em um segundo momento, foram selecionados recortes nas décadas de 1940 e 1950, orientados ora pela possibilidade de se detectar mudanças em temas habituais a mais de um *Anuario*, ora pelo destaque incomum concedido a determinados assuntos, em relação aos outros números. Ao final, procurou-se detectar as mudanças e permanências nos discursos, nas temáticas e nas imagens de mulher construídas ao longo desse período

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the publication for women, “Anuario das Senhoras”, between the decades of 1930 and 1950 attempting to understand how such material, an source of discourses directed to the female audience, organized its content, bearing in mind that such vehicle itself is an receptor of external messages

The line of thought used for such reflection, started by working with the first issue in all its aspects, in order to use it as a parameter to analyze the following ones. Because it was a communication vehicle directed towards women, the publication focused on subjects considered as belonging to the women’s universe. In order to do so, it used several references, starting from the French tradition, until the behavioral patterns presented on movies and the American way of life, establishing dialogs sometimes, between opposite models, and constructing, itself its own reference models.

On a second moment some clips from the 40’s and 50’s were selected, guided sometimes by the possibility of detecting changes on subjects presented in more than one issue of the “Anuario”, sometimes by the unusual emphasis given to specific subjects, when compared to other issues. At the end the goal was to detect changes, or maintenance of the discourse patterns, on such themes and the women’s image constructed along such period in time.



Anuario
das
Senhoras

ANNO XVI - 1949
PREÇO em \$ 15,00

INTRODUÇÃO

Brasil, 1949 A revista “Anuario das Senhoras” publicava uma nota acerca de um concurso na California para alunas de escolas secundarias questionando-as sobre qual profissao gostariam de seguir Segundo a revista o resultado contrariara a expectativa dos organizadores do concurso, que esperavam a vida de estrela cinematografica como ‘profissao mais desejada No entanto, o casamento e a constituicao do lar foram apontados pela maioria das participantes como principal projeto para o futuro¹ Ao mesmo tempo, abre a revista uma foto de atriz com um cigarro na mao, no melhor estilo *non*²

A transmissao e recepcao de modelos atraves do cinema (hollywoodiano, principalmente), na sociedade brasileira, foi bastante significativa a partir da decada de 1930, e refletiu em outros meios de comunicacao, como o caso de periodicos do tipo do Anuario Para todo o mundo, esse foi um periodo em que Hollywood teve uma extrema forca no cenario cultural, o que faz imediatamente pensar naquela transmissao de valores como sendo principalmente norte-americanos

No entanto, tradicionalmente, o Brasil havia recebido desde o inicio de sua colonizacao, mas sobretudo a partir do seculo XIX, uma forte influencia da cultura europeia, sobretudo da francesa Apos a vinda de D João VI para o pais, em 1808, essa referencia cultural estabelecer-se-ia de forma mais incisiva Quando as relacoes entre Portugal e Franca foram reatadas, o monarca lusitano promoveu, em 1816, a vinda de uma Missao Francesa no Brasil, conclamando artistas para, nas palavras de Needell, () *fortalecer a Monarquia no Brasil por meio da promocao das artes e ciencias no ambito das instituicoes reais*³ O estabelecimento de uma ilustracao francesa no Rio de Janeiro disseminaria as manifestacoes daquele pais no dominio das letras e das artes, ajudando a firmar o gosto por seus valores

¹“Cinema ou casamento” *Anuário das Senhoras Rio de Janeiro*, 1949

²E Ruiz esboça elementos que definem a *femme-fatale* do cinema noir RUIZ, E Cinema noir (1941/1958) uma aproximacao historica In *Revista da SBPH, Curitiba*, n 19, 101-12, 2000

³NEEDELL J *Belle Époque tropical São Paulo Companhia das Letras*, 1993 p-175

Posteriormente já a época do imperador D. Pedro II, foram dados mais incentivos a transmissão da tradição francesa, pois o imperador um apaixonado pelas artes, pela ciência e incentivador da formação intelectual, esforçou-se em promover instituições e manifestações voltadas ao saber, cujo parâmetro era aquele país

Tal tradição permaneceria na República o progressivo crescimento da importância de um determinado grupo social nos moldes do novo regime concorrendo para sua apropriação. Uma elite urbana, formada por burgueses enriquecidos, substituiu as tradicionais elites do tempo do Império e cultivava novos valores, calcados nos conceitos de progresso e civilização. A cidade do Rio de Janeiro, capital republicana, figuraria como principal centro catalisador dessas referências, cujos reflexos se faziam sentir na arquitetura, nos hábitos, na literatura. O "bom gosto" francês era, definitivamente, o paradigma dos setores agora dominantes na sociedade brasileira. Como diz Sevcenko

O advento da República proclama sonoramente a vitória do cosmopolitismo no Rio de Janeiro. O importante na área central da cidade era estar em dia com os menores detalhes do cotidiano do Velho Mundo. E os navios europeus, principalmente franceses, não traziam apenas os figurinos, o mobiliário e as roupas, mas também as notícias sobre as peças e livros mais em voga, as escolas filosóficas predominantes, o comportamento, o lazer, as estéticas e até as doenças, tudo enfim que fosse consumível por uma sociedade altamente urbanizada e sedenta de modelos de prestígio⁴

Tal referência se fazia sentir fortemente até a década de 1920. A partir de então, e mais notadamente nos anos de 1930, a sociedade brasileira passaria por uma transição de paradigmas, e os modelos viriam em grande parte dos Estados Unidos, novo símbolo de modernização e progresso.

A América do Norte estreitaria relações com o Brasil às vésperas da Segunda Guerra Mundial. Nesse período, os Estados Unidos procuraram formar uma coesão entre as Américas frente às forças do Eixo e principalmente a investida nazista. O Brasil fez parte desse movimento, e vários foram os meios usados para que se alcançasse o objetivo de união do

⁴ SEVCENKO N. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 36.

continente Os meios de comunicação foram de importância fundamental para que os Estados Unidos difundissem não só seus apelos de união na guerra, mas também um ideário norte-americano que, no final das contas, convergia para o ideal de progresso responsável pela coesão e força da nação, indispensáveis na luta contra o inimigo belico Fazia-se necessário levar o progresso aos países latino americanos, e passou-se a divulgar no Brasil, antes impregnado de ideias europeias o *american way of life* ⁵

O cinema foi um importante veículo neste contexto Fechado as produções europeias com o início da guerra, o Brasil passou a receber quase que exclusivamente filmes norte-americanos As produções eram variadas, e tratavam, claro, das notícias de guerra e da crucial importância da união das Américas (vale aqui destacar as produções de Walt Disney sobre a interação dos três continentes), além de outras produções voltadas a uma divulgação da América Latina para os norte-americanos Entretanto, o rol de filmes não se restringia a essas temáticas, destacando-se também gêneros dramáticos, os musicais, as comédias e os já citados filmes *noir* Quanto a esse último há que se destacar que houve a entrada de referências europeias, ainda que de forma indireta

Muito deveu esse gênero ao cinema alemão expressionista dos anos de 1920, e diretores franceses da década de 1930 traziam, em suas obras, elementos que seriam recorrentes nas produções norte-americanas da década seguinte Mattos ressalta que a expressão *filme noir* foi usada por críticos franceses para se referir a produções como *Pepe le Moko*, de 1936, ou *Le jour se leve*, de 1939⁶

Sob a onda cinematográfica, multiplicavam-se as salas de cinema nos principais centros urbanos brasileiros, como São Paulo e Rio de Janeiro, e novas práticas culturais conformavam-se, vinculadas a este lazer⁷ Já no próprio ato de ir ao cinema - que implicava um certo tipo de comportamento, um certo tipo de vestuário - até a veiculação de ideias que

⁵ A maior parte das informações quanto a relação entre o Brasil e os Estados Unidos na época da Segunda Guerra Mundial são embasadas na leitura de Antônio Pedro Tota TOTA, A P O imperialismo sedutor São Paulo Companhia das Letras, 2000

⁶ MATTOS, A C G O outro lado da noite filme noir Rio de Janeiro/ Rocco, 2001 p 20

⁷ MENEGUELLO C Poeira de estrelas O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50 Campinas Editora da Unicamp, 1996

foram apreendidas pelo público, de alguma maneira o cinema mudou suas concepções. Isso não quer dizer pensar numa recepção passiva a partir de modelos impostos, mas sim uma remodelação, por apropriações particularizadas deste elemento que marcou e marca tão forte presença nas práticas culturais contemporâneas.

A repercussão do cinema refletia também na publicidade e nas revistas especializadas na vida dos artistas, de modo que os brasileiros tomaram contato com as estrelas e o “glamour” de Hollywood também pela imprensa. Temas do cinema americano eram, como já se disse, abordados por revistas específicas, mas também por publicações que tratavam de tópicos variados e reservavam um espaço para as notícias relacionadas ao mundo cinematográfico. Além do “Anuário das Senhoras”, já citado, “Vida doméstica” e “Almanaque Eu sei tudo” são exemplos desses periódicos. Esses, particularmente, eram destinados principalmente às leitoras, mas o “Estado de São Paulo” e “O Cruzeiro”, veiculados para um público bastante amplo, também tinham suas discussões sobre a sétima arte e o modo de vida americano.⁸

Esta imprensa abrangia o quanto podia o modo de vida das estrelas, seus segredos de beleza, seus casamentos, suas roupas, suas casas. Daí derivava também uma publicidade disposta a vender produtos que aproximassem os leitores dos modelos ideais do cinema. Nesse sentido, estas revistas não só projetavam ideais, mas também sua transmissão para um plano material, qual seja, o próprio consumo.

Cabe, porém, lembrar que questões como a literatura e as reflexões vinculadas ao cultivo do intelecto, de uma forma geral, ainda eram originadas ou se respaldavam em modelos europeus, e mais uma vez com especial destaque para a França. A ideia de tradição também legitimava referências daquele país, o que o fazia permanecer como um modelo ainda viável em certos momentos.

A coexistência dessas culturas diversas no contexto brasileiro desse período torna importante problematizar a relação entre os diferentes modelos culturais, norte-americano e europeu. Sobre essa situação, é bastante comum uma visão “apocalíptica” (emprestando o

⁸Estes dois últimos são fontes do trabalho de Cristina Meneguello, op. cit.

termo de Eco⁹) em que os Estados Unidos são vistos como invasores, por assim dizer impondo seus valores sem deixar brechas para qualquer alternativa. Em contrapartida os fortes abalos que a Europa sofreu por conta das duas guerras mundiais decorreram no enfraquecimento dos seus modelos. Mas, ainda assim pode-se afirmar que houve uma permanência de seus modelos, atestada, entre outros, pelas fontes utilizadas na presente investigação.

A abordagem que vê essas relações como uma dominação pura e simples por parte de culturas hegemônicas, há que se contrapor a capacidade criativa dos que se apropriam dos modelos, em um jogo de recriações onde a análise do contexto social e histórico é fundamental. Nesse sentido, esse trabalho propõe-se a investigar a publicação “Anuario das Senhoras” desde seu primeiro número, em 1934, até fins da década de 1950, com o volume lançado em 1957.

A presente dissertação propõe-se a análise do seu conteúdo buscando detectar com quais referências o mesmo dialoga e se constroem quais são os modelos dos quais se apropria, para posteriormente, criar seus próprios modelos. O recorte temporal oferece a possibilidade de examinar, historicamente, as transformações ou permanências desses modelos.

A análise do Anuario por um período de vinte anos pode iluminar as transformações e permanências no corpo social e principalmente em relação às mulheres, acompanhando-se as contradições de momentos de transição. Era um contexto onde a figura feminina adquiria um espaço de certa forma mais maduro, já que sua presença no mundo do trabalho era uma realidade. O período entreguerras, a própria Segunda Guerra Mundial e o restabelecimento social e econômico após o conflito desestabilizaram estruturas e as representações acerca das mulheres que, em meio a esses torvelinhos, não ficaram imunes a remodelações.

Nessas publicações, o cinema e o modo de vida americanos são influências sempre presentes, mas a transmissão de padrões se faz por meio de diálogos entre referências variadas, tendo como escopo a orientação das leitoras da revista, tida, como todas as publicações desse segmento editorial, como guias de vida femininos. Por isso, não se pode

⁹ ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

ignorar a presença de outros modelos, também fundamentais para a transmissão de ideias acerca das mulheres e do mundo ao qual elas faziam parte

Na medida que esse trabalho pretende analisar a veiculação de mensagens por uma revista feminina, um primeiro referencial a ser utilizado é a questão da emissão e recepção de mensagens, já que uma mensagem nunca é recebida da mesma maneira, transformando-se quando inserida no conjunto de significados do seu interlocutor. Isso posto, é possível organizar o campo teórico desta dissertação a partir de algumas possibilidades de abordagem

Uma delas insere-se na ideia de apropriação dos objetos culturais, que confere aos sujeitos receptores uma autonomia muito grande, construindo significados múltiplos de acordo com seu contexto cultural e social. Desse modo, uma mesma mensagem faz sentido aos que a recebem de maneiras diferentes, sendo sempre recriadas. Existe uma pluralidade de apropriações, que estabelece sempre novos usos ao que está sendo transmitido

No caso deste estudo, interessa a transmissão de mensagens por meio impresso. Nesse sentido, é importante destacar que a época da publicação do primeiro Anuário das Senhoras já existia no Brasil um mercado editorial consolidado, com uma estrutura relativamente bem-sucedida para a época e a produção de publicações variadas, tanto em relação a livros quanto a periódicos e revistas

Destarte, pode-se supor que já em meados da década de 1930 a palavra impressa era um importante vetor na transmissão de mensagens, sendo, inclusive, utilizada pelas esferas governamentais no intuito de legitimar a situação política daquele momento, poucos anos após a Revolução de 1930

As apropriações são norteadas por convenções sociais e práticas culturais compartilhadas, em que os indivíduos encaixam suas percepções tornando inteligíveis aquilo que recebem, o que não exclui a parcela de individualidade que é conferida por cada um. Destarte, os sentidos a serem procurados estão também fora da mensagem, ela e parte deles,

mas não abarca, de uma forma total, a pluralidade de significações as quais esta sujeita. A mensagem é “filtrada” e significada diferentemente para cada um de seus leitores¹⁰

Pode-se pensar, ainda, na questão dos usos dos objetos culturais, no caso aqui proposto, a revista *Anuario das Senhoras* não deixa de ser um “consumidor cultural”¹¹ de referências externas, mas com uma destinação posterior – a apropriação de modelos, sejam eles norte-americanos ou europeus implicam em ‘fabricações culturais’¹² que são problematizadas neste trabalho

Por se tratar de um veículo que utiliza, além dos textos, imagens, há que se abordar também a relação entre esses elementos, já que a construção de significados é fruto de vários processos, técnicos, inclusive, que lhe conferem as mensagens que se desejam transmitidas. Tais processos técnicos possibilitam o trabalho com estes veículos, pois apreendem as estratégias midiáticas e as possíveis intenções de efeito por elas suscitadas

Símbolos que fazem parte de um corpus cultural de domínio comum são trabalhados de maneira a nortear recepções¹³ a suposta analogia com a realidade, que confere credibilidade as imagens construídas, a associação de elementos, que graças as intervenções técnicas constituem significados, e o próprio trabalho com as palavras constituem sistemas de signos que serão objetos de leituras sempre históricas, já que dependem do saber do leitor, de suas experiências, das contingências a que está sujeito¹⁴

As mensagens da revista proposta para estudo inserem-se numa concepção de cultura que começou a tomar corpo na era industrial. A cultura de massas disseminou-se no campo da leitura, do cinema, da música e do consumo. Para compreendê-la, há que se ter em mente que todos esses aspectos igualmente a constituem e são fundamentais para o seu entendimento. Pois, como aponta Chartier, em detrimento de uma noção de cultura que a aprisiona em

¹⁰ De acordo com Chartier, R. *O mundo como representação*. In *A beira da falésia: a história entre certezas e inquietudes*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002, p. 61-79

¹¹ O termo é de Michel de Certeau. CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano* v. 1. Petropolis: Editora Vozes, 1994, p. 39

¹² Id., *ibid*

¹³ PANOFSKY, E. *Estilo e meio no filme*. In LIMA, L. C. (org.) *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 345-64

¹⁴ BARTHES, R. *A mensagem fotográfica*. In LIMA, L. C. *op cit*, p. 325-38

segmentos culturais deve-se pensar em uma concepção onde se cruzam as () *operações e aos processos que muito concretamente sustentam as operações de construção de sentido*¹⁵

O funcionamento e os veículos da cultura de massas - os *mass media* - são entendidos aqui como mediadores de novas relações com o público e novos valores culturais.¹⁶ No período de trabalho para este trabalho, esta prática da cultura já se encontrava consolidada. Entretanto, vale-se fazer uma ressalva quanto a utilização desse termo. Segundo Luiz Carlos Lima, a cultura de massas opera em consonância com uma variação periódica, que significa que o consumo dos produtos, culturais ou não, é renovado com regularidade.¹⁷

Nessa linha, um veículo com a perenidade do Anuário não poderia ser enquadrado de forma categórica nessa expressão. Porém, na análise de Morin, um outro aspecto fundamental para esse trabalho é compreendido nesse termo. A cultura de massa trabalha, através de seus veículos - cinema, rádio, fotografia, revistas - com modelos reais, que dizem respeito a realização material, a ideais a serem perseguidos, enfim, elementos inseridos no campo do possível, ao lado de valores oníricos, que só podem ser cultivados em sonhos, funcionando por vezes como uma válvula de escape da realidade. Muitas vezes apresentam-se paradoxos que talvez possam ser entendidos neste movimento que trabalha duas esferas, a do real e a do imaginário.

No Anuário das Senhoras, esse tipo de contradição pode ser percebido, por exemplo, por vezes a revista traz modelos de conduta completamente opostos ao lado de um discurso tradicional sobre as mulheres e seu papel enquanto guardiãs do lar e da família, apresentavam-se atrizes de cinema cuja postura tanto nos filmes, quanto na vida real - apesar de que essa fosse encoberta o quanto possível - não era nada convencional, muito pelo contrário, era completamente destoante.

Já que se propõe a trabalhar com o público feminino, é preciso também ressaltar, mesmo sem uma abordagem específica de gênero, o fato de a fonte a ser analisada dirigir-se a

¹⁵ CHARTIER, R. *op. cit.* p. 68

¹⁶ MORIN, E. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.

¹⁷ LIMA, L. C. Comunicação e cultura de massa. In: *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 13-72.

esse público e lhes transmitir modelos de atuação na sociedade, ou seja, sugerir seu lugar na ordem social. Como já foi dito, a transmissão não significa idêntica apropriação, mas o fato de ser transmitida explicita concepções de conformação social que devem ser problematizadas. Não pode escapar a análise a ideia de que os lugares sociais são historicamente conformados, mas há uma série de mecanismos que transformam o histórico em natural, fundando diferenças e estabelecendo papéis¹⁸

Esta proposta procura, assim, problematizar não só as imagens da figura feminina e os discursos que as acompanham transmitidos pelo veículo selecionado, mas também questionar até que ponto estas representações são dependentes e constitutivas de relações culturais.¹⁹ Os meios de comunicação do período abordado destacaram muito a figura feminina, e sua análise possibilita uma via de acesso aos discursos que buscavam definir não só as mulheres, mas relações sociais mais amplas, assim, o “Anuário das Senhoras” em princípio dirigido ao público feminino, passa mensagens e valores fundamentais da cultura da sua época. Percebe-se então, a importância dada ao papel das mulheres pois a ordem da conformação social passada pelos meios midiáticos era centrada em grande parte no elemento feminino.²⁰

Assim esse trabalho pretende analisar o “Anuário das Senhoras” a luz de tais considerações. Inicialmente, propôs-se o estudo da influência norte-americana, principalmente via cinema, na constituição e transmissão dos modelos contemplando as décadas de 1940 e 1950. No entanto, a fonte mostrou possibilidades que extrapolavam essa primeira perspectiva. Isso se deveu, em grande parte, à expansão da delimitação temporal, com a consulta e o levantamento do primeiro número, de 1934, cujo acesso foi possível depois de iniciada a pesquisa. Tal colocação se assenta no fato de que esse exemplar seja talvez o que traga de forma mais explícita a confrontação dos dois principais modelos já mencionados, quais sejam, o norte-americano e o francês.

¹⁸BOURDIEU, P. *A dominação masculina*. Campinas: Papirus, 1998.

¹⁹MATOS, M I S. *Meu lar é o botequim*. Alcoolismo e masculinidade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2000.

²⁰MENEGUELLO, C. op cit, MORIN, E. op cit

A esse numero, seguiu-se a análise do exemplar de 1944, e o de uma década depois, em 1954, por se entender que esses dois puderam ser paradigmáticos da década nos quais se inserem. Por outro lado, buscou-se o diálogo com os outros numeros da mesma década.

A proposta inicial desse trabalho foi acompanhar apenas o veículo emissor das mensagens, ou seja, a própria revista, e não seus receptores. Essa perspectiva norteou a pesquisa, as leituras, a organização do texto. No entanto, no meio do caminho as leitoras imaginadas, ou as leitoras ideais na acepção de Chartier²¹ aquelas inscritas no texto e que correspondem as intenções dos autores, não podiam responder aos inumeros questionamentos que se colocavam.

A leitura atual de uma revista de 70 anos atras instigou a saber como as leitoras da época a liam, como faziam para dialogar referências por vezes tão conflitantes. E mais ainda, como era o mundo em que viviam essas mulheres e que se publicava essa revista ou, em outras palavras, como se relacionava o modelo e a realidade.

Esse bom imprevisto desviou um pouco o caminho já traçado. E uma entrevista foi feita, e as boas descobertas instigaram a se fazerem outras mais. A falta de tempo e os limites da pesquisa viabilizaram apenas mais um depoimento, igualmente instigante. Essa perspectiva rendeu algumas reflexões, mas certamente há ainda muito a se explorar por este viés. Talvez esse seja o mote inicial de um próximo trabalho.

Por fim, a ordenação do trabalho foi dada pelas próprias fontes. Assim sendo, buscou-se, em um primeiro momento, traçar um breve panorama da constituição do mercado editorial no Brasil, e sua situação na década de 1930, quando se publicou, pela primeira vez, o Anuario das Senhoras. O próximo aspecto contemplado foi exatamente o exemplar de numero um do Anuario, em um capítulo que explorou seu conteúdo em relação ao contexto e as referências ali presentes. Em seguida, um novo capítulo procurou compreender os outros numeros da revista em sua temporalidade e historicidade, acompanhando as mudanças e permanências e sua relação com a sociedade coeva.

²¹ CHARTIER, R. op cit

CAPÍTULO 1

MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

1.1 PAGINAS BRASILEIRAS

1.1.1 É melhor que eles não saibam

É relativamente tardio o surgimento da imprensa brasileira, em consequência de dois fatores principais, relacionados ao período colonial brasileiro e as duas instituições que detiveram o poder no Brasil quinhentista, a Coroa Portuguesa e a Igreja Católica. Nos primeiros tempos de colonização, saber ler e ter acesso a palavra impressa eram privilégios raros, e entendia-se que só poderia detê-los quem soubesse realmente utilizá-los. O medo do mau uso do material impresso era, então, o primeiro dos fatores aqui pouco mencionados. A inexistência de condições materiais para a realização tipográfica era o segundo fator.

Igreja e Estado mantiveram afastados, o quanto foi possível, leitura e colonizados. Parecia ser mais fácil a Coroa portuguesa impor-se em uma terra onde houvesse poucas possibilidades de questionamento, e essas possibilidades seriam mais escassas quanto menor o nível intelectual dos subjugados.

A Igreja Católica e seus catequizadores atuavam no mesmo sentido. Em um setor onde o Estado não atuou, a educação dos colonizados, a instituição religiosa cumpriu o papel a que estava delegada, transmitir a fé dos colonizadores. Para tanto, interessaria a ela operar nas almas em estado “bruto”. Para essas duas instituições, no contexto da colonização, as informações contidas nos livros poderiam trazer consequências desastrosas, como contestação da ordem ou até mesmo o fim dos laços coloniais, como quer Villalta²².

²² VILLALTA, L. O que se fala e o que se lê: língua, instrução e leitura. In: SOUZA, L. M. (org.) *História da vida privada no Brasil*. v. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 331-85.

O saber poderia, sim provocar rupturas, por isso era melhor que os colonos não soubessem, ou soubessem pouco, só o necessário para aceitarem a fe, o rei e a lei que lhes estavam sendo impostos. Nesse sentido, existia uma grande vantagem: a maioria da população era analfabeta, e não se fizeram muitos esforços para que essa situação mudasse de figura até que Pombal, na segunda metade do século XVIII empreendeu mudanças na Colônia. Um dos principais homens do governo português, e portador de ideias reformistas, buscou desvincular religião e ensino, expulsando do Brasil, em 1759 os jesuítas, principais responsáveis pelos poucos conhecimentos dos colonos em relação a leitura e a escrita.

Mas, enfim, poucos eram os leitores e poucas eram as obras lidas entre os séculos XVI e XVII brasileiros. Textos religiosos e de filosofia, desde que devidamente expurgados de partes ‘nocivas’, compunham o acervo básico de material impresso. Mas o desejo de outras leituras punha em circulação outro tipo de literatura, vinda d’além mar, burlando a rígida fiscalização oficial e religiosa, o que adicionou a lista de material lido no Brasil mais alguns títulos de livros e periódicos.

A medida que o século XVIII avançava, apareciam as primeiras bibliotecas particulares, também chamadas de livrarias, formadas por livros, jornais, almanaques e folhinhas vindos da Europa principalmente. O maior interesse pelos livros relaciona-se, em grande medida, com o aumento do número de pessoas estudadas. As famílias mais abastadas da Colônia mandavam seus filhos a Coimbra a fim de completarem seus estudos, de forma que os médicos e advogados recém-chegados de Portugal buscavam, no Brasil, ter suas obras de referência. As remessas de livreiros de títulos legais abarcavam estudos de ciência, direito, medicina, obras didáticas e dicionários de francês, entre outros.

Ao passo que Estado e Igreja impunham empecilhos “morais”, o Brasil colonial apresentava ainda dificuldades econômicas e de infra-estrutura para a publicação local de livros e outros materiais escritos. Muito tempo depois da invenção de Gutenberg, e dois séculos depois do descobrimento do Brasil, na Colônia verificaram-se apenas algumas tentativas esparsas de instalação de oficinas tipográficas, como, por exemplo, uma tipografia em Recife, datada de 1706, para a impressão de letras de câmbio e orações devotas. Em 1746

foi impresso o primeiro folheto no Brasil, a Relação de Entrada do bispo Antônio do Desteiro, editado em uma pequena oficina no Rio de Janeiro, que logo foi proibida de funcionar, ainda devido ao receio da circulação de material ilícito por parte da Metrópole²³

1.1.2 Perigos impressos

Mas todo o zelo da Coroa e da Igreja em relação ao que se poderia ler na Colônia não impediu a circulação de escritos ilícitos, mormente no século XVIII, período em que, nas revoltas coloniais, constantemente se fazia uso de panfletos incendiários

Os conflitos, gerados por motivos de ordem econômica, política e social, em relação a Metrópole ou mesmo internamente, vieram acompanhados de papéis que eram afixados ou que passavam de mão em mão, fazendo acusações e explicando as causas dos motins. Talvez o maior exemplo da circulação de ideias nocivas ao poder colonial relaciona-se com a Inconfidência Mineira. Boa parte dos envolvidos no episódio de 1789 eram homens bem formados, médicos, advogados e padres, com um grau de instrução elevado para os padrões da época.

O Brasil já havia passado por revoltas coloniais nos séculos anteriores e, a esse tempo, temia-se a circulação de ideias por conta dos movimentos revolucionários. Os ecos da Independência dos Estados Unidos, ocorrida em 1776, e da Revolução Francesa, em 1789, faziam-se ouvir na longínqua colônia de Portugal, onde algumas associações de pensadores, em Minas Gerais, na Bahia e no Rio de Janeiro, debatiam as ideias iluministas europeias e americanas. Os ideais dos inconfidentes às vésperas da Conjuração Mineira foram, em grande parte, embasados pelo pensamento de autores iluministas como o abade Raynal, Voltaire e Condillac, entre outros, cujos escritos estavam presentes em livros confiscados das bibliotecas dos conspiradores.

Mas, claro, é importante ressaltar que essas ideias foram apropriadas de acordo com o contexto local e diferentes interesses, de forma que não se pode pensar nem em uma

²³ SODRE, N. W. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

transposição direta das diretrizes do pensamento iluminista, nem em aceitação uniforme das mesmas. Uma das múltiplas formas de apropriações dessas leituras foi a produção literária nas Minas Gerais do setecentos, com destaque para Tomás Antônio Gonzaga. Tanto nos versos de *Marília de Dirceu* quanto na produção crítica, como as *Cartas Chilenas*, pode-se observar a consonância entre preceitos como o pacifismo, o horror ao despotismo e o questionamento da religião, tão caros aos filósofos estrangeiros²⁴

1.1.3 Palavras lícitas, outras nem tanto

Se entre os séculos XVII e XVIII a condição da imprensa e do mercado editorial no Brasil era de quase inexistência, essa situação seria alterada em 1808. Naquele ano, com a vinda da Corte portuguesa para o Brasil, passou a circular na Colônia um periódico oficial, de publicação local, o primeiro número da *Gazeta do Rio de Janeiro* saiu a 10 de setembro de 1808, trazendo aos interessados notícias das cortes da Europa. Ao mesmo tempo conformava-se a *Imprensa Régia*, que publicaria livros, folhetos e periódicos. Uma das razões de sua criação foi a legitimação do monarca em terras coloniais, pois servia como instrumento que evidenciava a figura do rei. Por exemplo, a relação de festas publicada pela *Imprensa* noticiava os eventos dos quais a corte participava.

E ainda, as atividades tipográficas nesse período fizeram parte dos esforços, por parte de D. João VI, de trazer ao Brasil estabelecimentos relacionados a cultura e ao saber. Segundo L. Shwarcz, o empenho em fundar esses estabelecimentos tinha como meta dotar a Colônia de instituições que centralizassem o poder, funcionando como centros produtores e reprodutores da cultura e memória da Coroa Portuguesa. Entretanto, essas iniciativas estiveram além do seu primeiro objetivo, fora dado o primeiro passo para uma autonomia intelectual na Colônia, isso, por sua vez, significou um impulso à palavra impressa²⁵. Concomitantemente, surgiam

²⁴ ROUANET, S. P. *As minas iluminadas. A Ilustração e a Inconfidência*. In NOVAES, A. (org.) *Tempo e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p. 339-45.

²⁵ SHWARCZ, L. M. *O espetáculo das raças. Ciências, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

periodicos brasileiros publicados no exterior como, por exemplo, o Correio Brasiliense, editado em Londres

Com a vinda de D João VI para o Brasil, a situação politica, social e econômica que sustentava o regime colonial passou por modificações, dentre elas a existência de duas cortes, uma no Brasil e outra em Portugal, a abertura dos portos e a transferência e fixação de um grande contingente de portugueses no Brasil. Nesse movimento, também o mercado de livros foi estimulado, apesar dos mecanismos de censura, mais e mais títulos eram importados de Portugal e além, ao mesmo tempo em que o comércio de material escrito passava a contar com um número maior de leitores

Mercê de uma revolta, a Revolução do Porto, D João VI teve que voltar a Portugal em 1821, deixando no Brasil o príncipe D Pedro I como regente. Nesse interm, movimentos pela independência do Brasil tomavam corpo, e as pressões pelo fim da subordinação a Portugal vinham de elites regionais e de setores médios da sociedade, que pleiteavam, ainda, a convocação de uma Assembleia Constituinte

O período da regência de D Pedro I evidenciou a consciência do potencial mobilizado- da palavra escrita. As agitações políticas as vésperas da Independência deram vazão a publicação de periodicos de cunho político, agora em terras brasileiras. E entre jornais, cartazes e panfletos, até uma gazeta manuscrita circulou em 1821 no Maranhão²⁶. A imprensa assumira, definitivamente, posto fundamental nos embates políticos, e os redatores buscaram através dela convencer o maior número de pessoas de seus ideais

A consciência do status da imprensa como formadora de opinião estava explícita nos jornais coevos, cujos artigos correspondiam as agitações as vésperas da Independência, e incitavam os cidadãos a insurgir-se contra a situação política e lutar por uma outra forma de governo²⁷. Mesmo assim, o grosso da população não participou dessas discussões, e a Independência foi proclamada sem que as camadas populares tomassem parte do processo

²⁶ SODRE, N. W. Op. cit.

²⁷ COSTA, E. V. *Da Monarquia à República. Momentos decisivos*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

Após a independência, em 1822 D Pedro I foi coroado Imperador com plenos poderes, e muitas tensões políticas derivaram desse estado de coisas. Os descontentes com os rumos políticos do país manifestaram-se em inúmeros libelos, onde os ataques ao imperador tinham lugar certo. A resposta foi um período de censura e tolhimento da liberdade de imprensa e da circulação de materiais impressos restabelecidos somente no final da década, por um lado por decisões na esfera política (a instalação, em 1826, da Assembleia Geral, Senado e Câmara), e por outro pela formação de uma intelectualidade vinculada, principalmente, a criação dos cursos de Direito em São Paulo e no Recife, que estimulou o acesso à cultura e ressaltou a importância das lutas políticas via imprensa. A censura, entretanto, só foi formalmente interrompida em 1827.²⁸

Politicamente, o país passava por muitas tensões, crises financeiras assolavam o país e o imperador tornava-se cada vez mais impopular, todas essas agitações políticas transpareciam nos periódicos. O acirramento da oposição liberal culminou na renúncia de D Pedro I em 1831.²⁹ Nesse período D Pedro II tinha apenas cinco anos de idade, e o país atravessou um período de governo regencial até 1840, quando foi dado o golpe da maioria, e o herdeiro assumiu o trono.

1.1.4 Modernidade impressa

A época de D Pedro II até a passagem para o regime republicano a imprensa brasileira ganhou novos contornos, a princípio pelo próprio imperador, que adotou uma postura de abertura não só à palavra escrita como a tudo o que dizia respeito à cultura. Desde meados de 1850, os jornais já tinham tiragem diária, e sua confecção passara de artesanal para industrial – para os padrões da imprensa da época – pelo menos no caso de alguns títulos. Destacava-se a imprensa carioca, com o *Jornal do Brasil*, *O Comercio*, *Gazeta de Noticias*, *o Pais*, entre

²⁸ SODRE, N. W. Op. cit.

²⁹ Id, *ibid*

outros. A novidade das máquinas importadas ultrapassadas em outros países, mas bastante modernas para o Brasil, garantiam maior qualidade de impressão, mais velocidade e um número maior de exemplares. Foi montado também um certo aparato logístico, com carroças para a distribuição do impresso. A publicidade e os correspondentes estrangeiros faziam parte das inovações que transformaram os grandes jornais do período em empresas, nos limites da realidade do Brasil imperial.³⁰

Se por um lado o aperfeiçoamento técnico possibilitou uma guinada no que diz respeito às letras impressas no Brasil, não se pode olvidar o meio social que viabilizou essas transformações jornalísticas. Era um contexto que valorizava cada vez mais a palavra escrita. Na província de São Paulo, os estudantes de Direito do Largo do São Francisco eram o expoente da cultura letrada no país, ainda nesse período surgiram alguns gabinetes de leitura, onde se podia ter acesso a títulos de literatura, filosofia, história, entre outros. Uma geração de intelectuais discutia, nas sociabilidades estudantis, aspectos da sociedade, da política, da literatura, passando de mão em mão os títulos que, apesar de almejados, por vezes eram pouco acessíveis, como os autores românticos e realistas, da França e de Portugal.

Ao lado dos jornais, alguns títulos de revistas e almanaques enriqueciam o panorama editorial da segunda metade do século XIX. O Almanak Laemmert, a Semana Ilustrada, O Besouro, o Jornal das Senhoras eram alguns dos exemplares que circulavam no Segundo Império. As técnicas da ilustração também passavam a ser utilizadas, de tal forma que as caricaturas estariam presentes na maioria dos jornais do período, o próprio D. Pedro II era figura constante nos desenhos.

A literatura ganhava espaço nos periódicos, assim que no pé de página de jornais como a Gazeta de Notícias, o Jornal do Comércio e outros importantes começaram a figurar as histórias de folhetim, muito em voga na França. Eram narrativas publicadas em partes, de autores estrangeiros e nacionais, que causavam grande comoção. O desenrolar da trama era esperado ansiosamente capítulo a capítulo, dia a dia. O Diário do Rio de Janeiro em 1857 lançou O Guarani, de José de Alencar, e em 1860, A Viúva, do mesmo autor.

³⁰ Id. *ibid*

O Jornal do Brasil foi pioneiro nas transformações da imprensa e em 1894 trazia os primeiros clichês em litogravura, técnica que foi aperfeiçoada em 1895 com a introdução dos clichês em zincografia

No plano político, as agitações no país eram muitas desde a metade do século, ouviam-se os ecos dos movimentos abolicionistas pela Europa que desencadearam o fim do tráfico negreiro em 1850 e, posteriormente, a entrada de imigrantes no país. Desentendimentos entre Exército e Coroa, e pressões de uma elite agrária por mais autonomia política culminaram, em 1889, na proclamação da República

1.1.5 Letras na República

Na mudança para o regime republicano, o poder também mudara de mãos: as elites tradicionais perderam o posto para um novo grupo econômico, enriquecido pela cultura cafeeira, que galgava agora, além do sucesso financeiro, prestígio social e poder político.³¹

Toda essa agitação tinha endereço certo, a cidade do Rio de Janeiro. Na jovem capital da República, os anseios desses ‘arrivistas’ encontraram alento nas referências francesas de cultura, bom gosto, ou, em uma palavra, civilização

Os anos finais do século XIX também foram uma época em que se intensificou a valorização das letras, impulsionada no Segundo Império. Como já foi referido, os romancistas franceses vinham sendo traduzidos, mas, além da literatura, conceitos filosóficos e científicos se faziam presentes há algum tempo no Brasil, e aqui se estabeleceram pelo gênio e pela pena de personagens fundamentais nesse período da história brasileira, intelectuais que inauguraram uma nova fase para as letras no Brasil

Esses “homens de letras” tiveram profícua produção escrita, nos muitos jornais e revistas disponíveis que compunham o mercado editorial da época, e cuja leitura era marca de distinção das elites e dos setores médios da população. Segundo Sevcenko, *a nova grande força que absorveu quase toda a atividade intelectual nesse período foi sem dúvida o jornalismo*. *Crescendo*

³¹ SEVCENKO, N. op. cit.

*emparelhado com o processo de mercantilização na cidade o jornalismo invadiu impávidos territórios até então intocados e zelosamente defendidos. Os jornalistas ditadores das novas modas e dos novos hábitos chegavam a desafiar e o vencer o próprio regime na disputa pelo controle das consciências*³²

Os jornais, que pelos idos de 1890 já passavam pelas remodelações gráficas há pouco referidas, também eram compostos por seções bastante diversificadas, além dos fatos políticos, traziam moda, cultura, etiqueta, pautados, e claro, por influências da França. A literatura fazia-se cada vez mais presente, em um tempo de tamanha valorização das qualidades intelectuais, e compreensível que o veículo de comunicação preferido dos elegantes e grupos influentes contemplasse também as mais diversas criações literárias.

Ganhou espaço e importância também a crônica jornalística, um tipo de texto leve, geralmente referindo-se a temas do momento, escrito em linguagem mais leve, para ser lido num atimo. *Por meio dos assuntos, da composição aparentemente solta, do ar de coisa sem necessidade que começa a assumir ela se ajusta a sensibilidade de todo o dia. Principalmente porque elabora uma linguagem que fala de perto ao nosso modo de ser mais natural () Em lugar de oferecer um cenário excelso numa revoada de adjetivos e períodos candentes pega o miúdo e mostra nele uma grandeza, uma beleza ou uma singularidade insuspeitada*³³

A pena corria solta nas mãos de escritores consagrados posteriormente, ou já célebres na época, ou que só deixaram suas impressões e depois foram esquecidos. Machado de Assis, por exemplo, além dos romances deixou também escritas muitas crônicas em jornais, alias, a carreira jornalística acompanhou-o por toda sua vida, e por aproximadamente quatro décadas, entre 1860 e 1897, criticou, com sua celebre ironia, a situação política e social antes e depois da Proclamação da República.

³² Id, ibid, p 99

³³ CÂNDIDO, A. A vida ao res-do-chão. In CÂNDIDO, A (et all) *A crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas: Editora da Unicamp, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992. p. 13-4

Como Machado, muitos outros usaram desse espaço nos jornais nacionais, alguns de forma declaradamente combativa, outros deixando suas impressões sobre os acontecimentos coevos, outros ainda dando conta de atualizar os leitores sobre o que acontecia no mundo das ideias, muitas eram as considerações sobre o momento que passava

Em 1896, a fundação da Academia Brasileira de Letras no Rio de Janeiro deixou clara a relevância dos debates intelectuais no contexto brasileiro ³⁴ O surgimento de grupos de pensadores ligados por afinidades intelectuais rendeu ainda um bom número de revistas. Nos primeiros anos do século XX, títulos como “Terra de Sol”, “Festa”, entre tantos outros, discutiram a nacionalidade, a cultura e as letras no país ³⁵

Enquanto os temas culturais ocupavam as páginas de tais publicações, os jornais diários especializavam-se, cada vez mais, durante toda a Primeira República. As inovações tecnológicas iniciadas no Segundo Império proliferaram, ao mesmo tempo em que se consolidava a ideia da necessidade das notícias. A imprensa transformava-se em empresa, e a produção quase artesanal que ainda vigorava até meados do século XIX estaria, para aquele tempo, definitivamente superada.

A grande imprensa ganhava cores e formas, com a utilização cada vez maior dos instantâneos e o uso de ilustrações inclusive coloridas. Nomes de destaque na época, como o cartunista J. Carlos, deixaram seus traços nos principais periódicos em circulação. Com a introdução do futebol no país e o aumento do interesse pelos esportes em geral, nasciam também as colunas esportivas e até mesmo jornais voltados exclusivamente para o assunto.

O cinema foi outro tema que passou a figurar no jornalismo diário, reflexo do interesse que causara desde que se fez presente no Brasil, no início do século XX. Essa forma de lazer criou novas sociabilidades e novas relações com os produtos culturais. A começar pelo espaço, que causou uma série de transtornos aos arquitetos que não sabiam como idealizar os locais de projeção. Por isso as monumentais salas exibidoras, concebidas a partir dos esboços para a construção de teatros. A imprensa, por seu turno, não ficou indiferente à sétima arte, ao

³⁴ A ABL foi fundada tendo Machado de Assis à frente de sua organização—GOMES, A. C. *Essa gente do Rio: Modernismo e nacionalismo*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

³⁵ Id. *ibid*

lado dos anuncios de filmes em cartaz nos jornais as crônicas sobre cinema também passaram a ser mais constantes

Os espectadores podiam assistir a produções nacionais de historias de ficção e documentarios no entanto desde final dos anos de 1910, as salas de cinema do Brasil recebiam produções norte-americanas, tendência que se firmou nos anos posteriores No final da decada de 1920, mais uma surpresa o cinema falado, que incrementou ainda mais a industria cinematografica norte-americana E certo que causou estranhamento e resistência – manifestada, inclusive, em outras expressões culturais, como em canções e nos textos jornalisticos³⁶

A projeção de filmes estadunidenses foi apenas um dos elementos de contato do Brasil com os Estados Unidos, que vinha sendo intensificado no inicio do seculo XX Apesar de, culturalmente, a influência europeia ter sido predominante desde a virada do seculo XIX para o seculo XX, a politica externa brasileira buscou uma aproximação com Washington ja nos primeiros anos do novo seculo, no exercicio do ministro das Relações Exteriores do Brasil Barão do Rio Branco (1902 -1912), na tentativa de garantir ao pais uma maior visibilidade econômica no contexto das Americas Tal politica teria continuidade durante toda a Republica Velha, entretanto, o estreitamento das relações intercontinentais seria intensificado mais adiante, apos a Revolução de 1930 e a ascensão de Getulio Vargas ao poder³⁷

A diversidade da imprensa na Republica Velha, correspondiam as agitações no contexto politico, cultural e social no Brasil Embora sob regime republicano, os pilares de sustentação politica do pais herdaram muito das velhas estruturas do periodo imperial O poder das oligarquias ainda ecoava, principalmente no campo Entretanto, o âmbito urbano ganhava maior significação por ser o espaço da burguesia, e também pelo impeto industrializante que fez com que as principais cidades do período, São Paulo e Rio de Janeiro, recebessem um grande numero de operarios para trabalharem nas fabricas Contra as pessimas

³⁶ Em 1933, por exemplo, Noel Rosa gravava o samba *Não tem tradução*, em que relacionava o uso de palavras em inglês nas letras de samba com o advento do cinema falado

³⁷ VIZENTINI, P F **Relações internacionais do Brasil. De Vargas a Lula** São Paulo Editora Perseu Abramo, 2003

condições de trabalho e os baixos salários realizaram-se agitações e greves, e a imprensa foi visualizada como um instrumento de luta. Graças aos movimentos operários, proliferaram títulos como O Trabalhador, 1º de Maio quase sempre de vida curta.

Não só os operários estavam descontentes nas primeiras décadas do século XX. As camadas populares da sociedade sofriam por serem discriminadas e excluídas do projeto civilizador que no Rio de Janeiro, por exemplo, fez com que fossem retiradas da parte principal da cidade, e obrigadas a se deslocar para os morros e periferias. Por outro lado, os rumos políticos desagradavam as forças aliadas do poder central, já que o governo do país estava sob o domínio da política “Café com Leite”, o revezamento da presidência entre políticos mineiros e paulistas, soma-se ainda o descontentamento dos militares, envolvidos em diversos conflitos desde a década de 1920 e distanciados dos cargos decisórios.

Esse clima de insatisfação contou com um agravante na sucessão do presidente Washington Luís em 1930, que, ao indicar Júlio Prestes, paulista como ele, quebrou o acordo com os grupos dominantes de Minas Gerais. A essa altura os grupos políticos insatisfeitos estavam reunidos em torno da Aliança Liberal, a qual recebeu, então integrantes das Minas Gerais. A Aliança lançou um candidato próprio a presidência, Getúlio Vargas que, apesar de derrotado nas eleições, tomou o cargo após a deposição de Washington Luís em outubro, na Revolução de 1930.

Durante todos esses acontecimentos, ao lado das folhas declaradamente governistas, como O País, grande parte da imprensa seguiu tendência oposicionista, inclusive com a participação de periódicos editados fora da capital da República, em São Paulo e no Rio Grande do Sul. Líderes de movimentos políticos, como Luís Carlos Prestes, mais de uma vez concederam entrevistas a jornais de grande circulação para a época, como O Jornal, no Rio de Janeiro, e o Diário Popular, de São Paulo.

1.1.6 Leitura para todos

Os primeiros anos da década de 1930, sob o governo de Getúlio Vargas, teriam destaque como uma fase de centralização do poder e pressões políticas pela promulgação de uma Carta Constitucional que colocaria fim a situação de governo provisório, na qual se encontrava o Brasil desde novembro daquele ano. Em 1934, após pressões de alguns setores da sociedade, promulgar-se-ia, enfim, uma Constituição. Apesar disso, o clima político estava longe de ser harmônico, e o período foi perturbado pelas vozes divergentes ao governo até a decretação do Estado Novo, em 1937.

A fase de turbulências políticas inaugurada na Revolução de 1930 e que continuou até 1937, foi, no que diz respeito à imprensa periódica, uma época fértil na elaboração e circulação de jornais. Em movimentos importantes como o constitucionalista, realizado em São Paulo em 1932, a imprensa teve participação ativa, já que grande parte dos periódicos estava a favor da convocação da Constituinte. Títulos importantes do jornalismo brasileiro são desse período: o Estado de São Paulo, o Correio de São Paulo, e o destaque para a já consolidada empresa de Assis Chateaubriand, os Diários Associados. Grandes jornais, cuja importância no Brasil seria incontestável.

Enquanto os rumos políticos do país eram decididos em meio a agitações, protestos, “ameaças comunistas”³⁸ e a instauração da ditadura, tudo vivenciado também pela imprensa, revoluções de outra ordem ocorriam no Brasil, na vida das pessoas e no mercado editorial. Já nos primeiros anos, o governo de Getúlio Vargas implementou, em relação à cultura e à educação, uma política bastante incisiva no sentido da valorização do Estado em detrimento do que lhe fosse contrário, inclusive lançando mão de mecanismos de censura, pregando a

³⁸ O imaginário em torno de uma ameaça comunista se fazia presente desde o começo da era Vargas, quando ideais revolucionários entravam no país, em grande medida por meio da imprensa. Os relatos presentes nos arquivos de apreensão e queima de material considerado subversivo apontam para uma forte presença de um mercado editorial, nos anos de 1930, voltado para a divulgação de obras de cunho político e social e teor contestatório. CARNEIRO, M. L. T. Cultura amordaçada: o DEOPS e o saneamento ideológico. In: ABREU, M. *Leitura, história e história da leitura*. Campinas: Mercado de Letras, 2002. p. 427-47.

criação do “homem novo”, em consonância com o “novo país” que estava no projeto político varguista

A frente do ministério da Educação e Saúde entre os anos de 1934 e 1945, a ação de Gustavo Capanema foi fundamental para o incentivo da educação em todos os níveis no país. Foi estimulada, ainda, a produção de material escrito contendo as diretrizes daqueles novos tempos. *Em meio a tudo o que circulava no mercado editorial no país, o regime de Vargas foi, ele mesmo grande fomentador da imprensa e de material escrito em geral, utilizando os textos como meio de legitimação política* ³⁹

Nessa linha, para o mundo das letras essa seria uma fase que reinauguraria o mercado editorial, acompanhando o período de industrialização pelo qual passaria o país nesse e nos anos subsequentes. O mesmo crescimento que traria subsídios materiais para um reordenamento editorial em escala industrial, seria responsável também pela formação de um contingente urbano com novos interesses e prioridades, nos quais o material escrito passaria a figurar

Cada vez mais os livros se transformariam em bens de consumo, e cada vez mais as editoras publicariam tendo em vista este horizonte. Entretanto, as inquietações intelectuais continuavam tendo lugar e as editoras da época passaram a refletir os questionamentos e os paradigmas com os quais se depararam os letrados naquele momento. Conhecidos como a “Geração de 30”, vários pensadores propuseram-se a entender o Brasil, em obras sociológicas ou em títulos literários. Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, Caio Prado Júnior, Paulo Prado, por exemplo, foram nomes da primeira lista, na outra ponta, figuravam, entre outros, Guimarães Rosa, Graciliano Ramos e Monteiro Lobato, com suas obras voltadas para temas regionais, que não deixavam de abarcar, no entanto, problemáticas universais. O incentivo a publicação desses títulos vinha por editores que eram responsáveis pela divulgação de grande parte desses autores.

³⁹ CAPELATO, M. H. R. A propaganda política no varguismo e no peronismo: aspectos teóricos-metodológicos de uma análise sobre história política. In *História: questões e debates*, Curitiba, v. 14, n. 26/27, jul/dez 1997, p. 213.

A editora Jose Olympio por exemplo, caracterizou-se pela publicação de textos políticos e pela divulgação da literatura nacional, também optou pela publicação de títulos brasileiros a livraria Martins, em uma época de incentivo a escolarização, a Francisco Alves especializou-se no segmento de livros didáticos, filão também explorado pela Companhia Editora Nacional Essa editora, criada em 1929, foi responsável em 1931, pela publicação de uma coleção fundamental na história do pensamento brasileiro a *Brasiliana*⁴⁰

Os títulos publicados por essas casas deixam claro que essa foi uma fase de reflexões sobre o país, no entanto, essas obras pareciam ser dirigidas a um grupo seleto de leitores, ao que se contrapunham livros ficcionais destinados a atender os interesses de um público mais amplo A Jose Olympio publicou, entre os anos 30 e 40, as coleções *Fogos Cruzados*, *Menina e Moça* e *O Romance para Você*, seguida pela Editora Nacional que lançou a *Biblioteca das Moças*, *Teriamarear*, *Paratodos*

Mesmo com a intensificação ao cerceamento da imprensa ocorrida no Estado Novo, entre 1937 e 1945, e a sofisticação dos mecanismos de censura aos meios de comunicação a partir da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, vários pensadores que já vinham atuando e publicando livros aproximaram-se das esferas de poder, por conta de um direcionamento do próprio governo O já referido projeto governista da criação do “homem novo” interligava-se a redescoberta do próprio país, esse projeto, segundo Pecaut, era o mesmo de muitos intelectuais, o que permitiu que continuassem editando suas obras frente a vigilância acirrada a tudo o que fosse impresso no Brasil⁴¹

Mas se por um lado a censura tolhia a liberdade de imprensa, em contrapartida o contexto no qual o país estava imerso incentivava a demanda por publicações Entre 1930 e 1940, o Brasil já fazia parte da era da produção e consumo de massa, e as publicações coevas participavam dessa nova forma de fruição cultural

No entanto, os produtos escritos, principalmente revistas de temas variados, direcionavam-se a um público diferente daquele que lia, por exemplo, os livros censurados

⁴⁰ VIEIRA, L. R. *Consagrados e malditos. Os intelectuais e a editora Civilização Brasileira* Brasília Thesaurus, 1998

⁴¹ PECAUT, D. *Os intelectuais e a política no Brasil Entre o povo e a nação* São Paulo Atica, 1990

pelo Estado Novo ou a produção da Geração de 30, pois a cultura de massas caracteriza-se pela produção em serie de bens culturais que obedecem a certos padrões, de tal maneira que esses produtos estandardizados possam atingir o maior numero de pessoas. Nesse sentido, as revistas cotejariam uma grande variedade de temas de forma superficial, temas esses que estavam circulando tambem em outros veiculos culturais, como o radio, por exemplo

No Brasil, a transmissão radiofônica inaugural dera-se em 1922, mas a programação passou por muitas modificações desde que o Rio de Janeiro, primeiramente, ouviu os sons do transmissor. No inicio voltado as elites, os programas contemplavam operas e musica classica, alem de textos considerados eruditos. Ainda e preciso lembrar que, nos seus primordios, eram poucas as pessoas que tinham o aparelho radiofônico, o que tambem explica sua condição restritiva. Nos anos de 1930 a situação mudara de figura, e mais pessoas podiam ouvir as musicas populares, como sambas e marchinhas, alem do programa “Voz do Brasil”, concebido pelo governo Vargas, e que foi ao ar pela primeira vez em 1935.

A empatia que os ouvintes criavam com o dono da voz que irradiava diariamente em suas casas era manifestada em clubes de *fans* interessados em aproximar-se dos seus idolos, saber de suas vidas, de seus relacionamentos, de seus problemas, etc, e o encantamento produzido pelo radio rendia revistas especializadas no assunto, fenômeno tipico da cultura de massas. *As radios haviam descoberto uma dupla vocação: primeiro criar mitos, depois penetrar e divulgar com estardalhaço os detalhes palpitantes de suas vidas privadas. Isso estabelecia o circuito: idolos – fãs – dramas – lances bombasticos – recordes de audiência como o projeto ideal*⁴²

Entretanto, o principal eixo norteador dos bens culturais de massa foram referências vindas dos Estados Unidos, pais que marcou forte presença no Brasil a partir desse periodo. Até a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial, Vargas empreendeu uma politica externa de negociação com os dois lados do conflito. As simpatias totalitarias do ditador aproximaram-no de países do Eixo como Italia e Alemanha, entretanto, o lado dos Aliados,

⁴² SEVCENKO, N. A capital irradiante: tecnica, ritmos e ritos do Rio. In: SEVCENKO, N. (org.) *Historia da vida privada no Brasil*, v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 591.

principalmente na figura dos Estados Unidos, realizou uma grande campanha de união interamericana

A América do Norte empreendeu, então, uma política de aproximação e transmissão de valores e para tanto contou-se com a força dos meios de comunicação como o cinema

No Brasil, essa já havia se tornado uma das principais formas de lazer da população, e foi uma das maiores portas de entrada para os modelos norte-americanos. Entre os anos de 1930 e 1940, houve o aumento do número de espectadores, incluindo-se as camadas menos favorecidas da população, que frequentavam as salas de projeção mais simples, mas que ainda assim exibiam filmes e noticiários oficiais, obrigatórios no Estado Novo

Apesar de a indústria cinematográfica nacional apresentar um número relativamente grande de produções, era o cinema hollywoodiano que tinha grande popularidade, o que geraria, por sua vez, a demanda do público por material relativo aos filmes e aos artistas. Proliferavam-se revistas voltadas às notícias do mundo do cinema, para delírio dos aficionados, desejosos de informações sobre os heróis e mocinhas por quem torciam nas salas de projeção. O grande destaque era dado aos astros e estrelas e sua vida pessoal, tomando-os como modelos de conduta, exemplos a serem seguidos

Na esteira das influências recebidas dos Estados Unidos, passavam a figurar nos meios de comunicação impressos anúncios de produtos de origem norte-americana, não raras vezes anunciados por rostos conhecidos das grandes telas, como produtos de beleza, alimentos, higiene, entre outros. Ao mesmo tempo, autoridades estadunidenses vinham endossar todo tipo de informação ligada aqueles tempos modernos, de rapidez e praticidade

Com o fim da Segunda Guerra Mundial e a saída de Getúlio do poder, o país, como todo o mundo ocidental, entrara em uma era de prosperidade econômica. Politicamente, o país atravessara a conturbada fase do fim do Estado Novo e vivia um período de redemocratização, no qual houve a legalização dos partidos e a volta do funcionamento do Congresso, com a promulgação de uma nova Constituição, em 1946, na gestão do presidente Dutra. Nesse clima

⁴³ TOTA, A. P. op cit

de redemocratização, Getúlio Vargas voltaria a presidência da República, aclamado por meio de eleições em 1951

Em 1955, o cargo de Presidente da República também seria preenchido por meio de eleições, e Juscelino Kubitschek venceria o pleito de 03 de outubro. Seu mandato notabilizou-se, entre outras coisas, por seu empenho no desenvolvimento do país, oscilando, em relação aos investimentos, entre o capital nacional e o estrangeiro. O presidente manteve o alinhamento com os Estados Unidos, mas retomou o processo nacional de industrialização, iniciado com Getúlio Vargas, calcada em bens duráveis.

Foram os ‘anos dourados’ do Brasil. A influência norte-americana estava, definitivamente, por toda parte. O público urbano crescente consumia artigos da cultura de massas, e o mercado editorial preocupava-se agora em fornecer aos leitores histórias em quadrinhos do Pato Donald, e revistas como *Capricho*, de 1952, que sempre traziam referências aos Estados Unidos.

As revistas de então estabeleceram um estreito vínculo com a publicidade, uma indústria que, por sua vez, apresentava-se bastante desenvolvida em meados dos anos de 1950. Publicações como *O Cruzeiro* e *Manchete*, por exemplo, de grande entrada nas camadas médias da sociedade, cultivavam uma cultura do consumo, através dos anúncios dos mais variados produtos. É necessário ressaltar que o estímulo ao consumo via anunciantes vinculava-se ao ideal de sociedade que se pretendia naquela época: uma sociedade do trabalho, e que por isso mesmo valorizava o fazer e a liberdade a venda nas páginas das revistas.⁴⁴

Um marco para a sociedade de cultura de massas foi o advento da televisão, no ano de 1950, por iniciativa de Assis Chateaubriand. No entanto, pela escassez de aparelhos, a televisão ainda demoraria um pouco para entrar para os hábitos culturais dos brasileiros. À medida que fosse assimilada, as revistas se ocupariam de trazer os assuntos da tela.

⁴⁴ FIGUEIREDO A. C. “*Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*”. Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Editora Hucitec, 1998.

Quanto a imprensa diária, era ainda a influência norte-americana que se fazia sentir, na forma e na linguagem jornalística o jornalismo político, de textos inflamados, daria lugar, nos grandes jornais, a uma modalidade de tipo informativo, pretensamente imparcial, cuja função era unicamente transmitir as notícias para o leitor. Passou-se a privilegiar um texto direto, garantia da impessoalidade, em detrimento do uso de metáforas, adjetivos e sinais gráficos como as reticências e os pontos de exclamação. O primeiro jornal brasileiro a adotar as técnicas norte-americanas foi o Diário Carioca, que já no ano de 1950 lançava um manual de redação, apresentando as regras desse novo tipo de jornalismo ⁴⁵

Entre meados dos anos de 1950 e início de 1960, algumas inovações no mercado editorial pretenderam aproximar ainda mais os livros e os leitores. A editora Civilização Brasileira, por exemplo, passou a fazer uso das “orelhas” dos livros, que apresentavam um resumo do conteúdo, essa editora adotou, ainda, um novo conceito para a capa das obras, com o uso de ilustrações, em todo tipo de livro, o que até então era relacionado aos títulos ‘populares’ e menos prestigiados ⁴⁶. Os problemas do país continuavam a ser alvo de publicações, mas agora em uma perspectiva contemporânea com vistas a política e a economia.

Enquanto a imprensa foi tomando forma e se consolidando no Brasil, o público ao qual ela se destinaria foi uma preocupação presente em todas as suas fases. Momentos de censura acirrada e extremo cuidado quanto ao acesso ao material escrito intercalaram-se a fases em que se procurou atingir o maior número de pessoas com as palavras, nesse movimento, um certo tipo de literatura e um certo tipo de público interessam a esse estudo mais de perto as leituras das mulheres.

⁴⁵ RIBEIRO, A. P. *Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950*. ESTUDOS HISTÓRICOS, Rio de Janeiro, nº31 - 2003, p. 147-60.

⁴⁶ VIEIRA, L. R. *op. cit.*

1.2 Imprensa feminina

1.2.1 Mulheres leitoras

A relação entre as mulheres e a palavra impressa foi, em muitos momentos históricos, uma relação delicada e alvo de muitos cuidados. Como já foi referido no Brasil dos primeiros anos de colonização os livros e o próprio aprendizado das letras eram muito restritos, a leitura era uma espécie de poder que poucos detinham, e se havia um extremo rigor quanto ao acesso aos livros, esse era multiplicado quando se relacionava a leitura feminina. Nesse sentido é importante ressaltar que a alfabetização, no contexto ocidental, deu-se de forma muito tardia no que tange a instrução de mulheres.

Diversas pesquisas apontam um crescimento nas taxas de alfabetização na Europa a partir do século XVI, com variações entre as partes do continente⁴⁷. No entanto a instrução de meninas começou a se concretizar a partir do século XVIII, e mesmo assim em algumas regiões europeias, como França e Alemanha. Imbuídos do espírito das Luzes ou ainda de diretrizes religiosas, alguns países, como a Prússia, estabeleceram a obrigatoriedade do ensino para ambos os sexos já na primeira metade do século XVIII⁴⁸.

Mesmo assim, a alfabetização formal feminina, na maioria dos casos, era bastante limitada. Elas entravam na escola com mais idade que os meninos e saíam antes deles, aprendiam a ler, escrever e muito raramente a contar. A ajuda a mãe nos afazeres domésticos era o principal motivo do período relativamente curto que as crianças do sexo feminino passavam na escola, em média dos sete aos onze anos.

Além do cumprimento da educação escolar, um outro estágio de contato com os livros poderia ocorrer na vida de muitas mulheres, qual seja, o ensino dentro de casa. Muitas vezes a leitura de textos religiosos, principalmente da Bíblia, era o primeiro passo para que as

⁴⁷ Vide CHARTIER, R. As práticas da escrita. In ARIES, P. CHARTIER, R. *História da vida privada* v. 3 Da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 113-61.

⁴⁸ HOOCK-DEMARLE, M. C. Ler e escrever na Alemanha. In DUBY, G. e PERROT, M. (orgs.) *História das mulheres no Ocidente* v. 4 O século XIX. Porto: Edições Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. P. 171-97.

mulheres, não obstante suas obrigações no âmbito doméstico, adentrassem por um universo literário que poderia abarcar desde romances considerados mais leves até textos de cunho político e social. O contato intensificado com os livros poderia ainda gerar, em contrapartida, uma produção escrita: as cartas e os diários redigidos por mulheres foram práticas correntes na Europa entre os séculos XVIII e XIX.

Entre a aquisição do saber da leitura, muitas vezes em textos piedosos, e o avanço em direção a uma literatura diversificada, habitava um temor, por parte de educadores e, em maior escala, por grande parte da sociedade, o da erudição feminina. Mulheres muito instruídas desvirtuar-se-iam, pensava-se, das suas funções primordiais no âmbito privado, da organização do lar e no cuidado com filhos e maridos, a leitura de textos “perniciosos” tiraria das mulheres sua inocência e as guiaria por um caminho radicalmente oposto daquele que historicamente já lhes estava traçado.

O acesso ou não aos livros, o domínio ou não da escrita pelas mulheres, e apenas uma faceta de uma grande questão que perpassa toda a história das mulheres no Ocidente, qual seja, o seu lugar social. As mulheres foram historicamente excluídas do espaço público, por serem entendidas como inferiores aos homens e necessárias dentro do âmbito privado, dando continuidade à espécie e exercendo atividades diretamente relacionadas à subsistência do sexo oposto. Desde a Antiguidade, na definição de cidadania grega, as mulheres, bem como os escravos, não eram considerados cidadãos, ao passo que o Direito Romano perpetuou a relação de poder entre os sexos que colocava as mulheres em uma situação de submissão ao sexo masculino.

Mesmo no século XVIII, quando a Revolução Francesa e o liberalismo inglês trouxeram à tona questões como igualdade de direitos, liberdade e cidadania, as mulheres foram ainda ignoradas, ou encaradas como “cidadãos passivos”, como traz Maria S. Bresciani⁴⁹, excluídas da representação política e submissas à vontade de seus maridos. Foi nesse contexto que mulheres contrárias à condição que lhes havia sido imposta passaram a exigir maior visibilidade e igualdade de direitos.

⁴⁹ BRESCIANI, M. S. O anjo da casa. In *História & Perspectivas*, Uberlândia, (7) 191-223, Jul/Dez 1992.

Nesse sentido, o acesso a leitura e o domínio de um saber que ao menos intelectualmente libertasse as mulheres do jugo masculino era encarado como uma ameaça aos valores socialmente estabelecidos

E se o acesso tardio ao mundo das letras por parte das mulheres, em relação ao sexo masculino, foi uma verdade em toda a Europa, as leitoras do Brasil também demoraram a se fazer presentes. Nos primeiros tempos da colonização, além do imaginário em torno das atribuições do sexo feminino, que não comportava liberdades como a de pensamento, havia uma ressalva de outra ordem quanto ao acesso das colonas a leitura e a escrita: temia-se que, por meio de missivas, aquelas pudessem estabelecer contato com possíveis amantes, evitar que soubessem escrever significava evitar, ou ao menos dificultar, uma possível traição.⁵⁰

Junte-se a esses elementos a dificuldade de conseguir livros, jornais e revistas em tempos coloniais, e verifica-se então que, no Brasil, o ingresso das mulheres no universo da leitura fez-se mais intenso a partir do século XIX, quando o combate à ideia de um país inculto e incivilizado trania consigo a demanda por escolas, e conseqüentemente a alfabetização das crianças seria intensificada.⁵¹

No entanto, havia diferenças na educação. Para as meninas da elite, os programas educacionais do século XIX respondiam às concepções médicas, históricas e religiosas em relação à figura feminina. As mulheres deveriam ser mais “educadas” do que “instruídas”, daí uma *estrutura de ensino calcada na virtude e no sentimento geradora da imagem ideal de esposa e mãe*.⁵² Não preconizavam uma instrução além da considerada necessária para atingir tais objetivos. Aulas que preparavam as mulheres para serem donas de casa refinadas tinham como temas um pouco de literatura, economia doméstica e higiene.

Para as moças de menor poder aquisitivo, a alfabetização, entre fins do século XIX e primeiros anos do século XX, apontava como possibilidade de profissionalização. O crescimento das Escolas Normais no Brasil, em meados do século XIX, abria o magistério

⁵⁰ VILLALTA, L. op cit

⁵¹ LOURO, G. L. Mulheres na sala de aula. In DEL PRIORE, M. (org) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1997. p. 443-81.

⁵² TRINDADE, E. M. C. *Clotilde ou Marias: Mulheres de Curitiba na Primeira República*. Curitiba: Fundação Cultural, 1996. p. 37.

para as mulheres atividade socialmente aceita por não brigar com a 'natureza feminina', já que possuía características que eram entendidas como uma extensão da maternidade, assim como ser mãe. Ser professora exigia devoção e sacrifício. Essa concepção ganhou força e o magisterio passou a ser visto como função primordialmente feminina. Mas ao lado desse modelo de educação algumas vozes contrárias tomavam forma e a palavra impressa passou a ser utilizada para exprimir outras diretrizes relativas a condição das mulheres.

1.2.2 Leituras femininas

Da mesma forma que, de um modo geral, a familiarização das mulheres com a palavra escrita foi posterior a dos homens, um mercado editorial voltado especialmente para um público feminino também demorou a aparecer. Apontou-se anteriormente que grande percentual das leitoras formava-se com a leitura da Bíblia. No entanto, muito se associou a imagem da mulher leitora um tipo específico de publicação, qual seja, o romance.

O romance moderno surgiu no século XVIII e consolidou-se como leitura no século XIX.⁵³ As narrativas sobre as venturas e desventuras de um determinado protagonista (ou uma protagonista) ajustavam-se à prática da leitura silenciosa em lugares específicos da casa, hábito comumente associado às mulheres. Pintores europeus incumbiram-se de traduzir essa imagem de mulher perdida em seus devaneios, com um livro aberto no colo. De novo a imagem era de preocupação devido à "natural" fraqueza feminina, as mulheres estavam propensas a "se perderem" com determinadas leituras.

Entretanto, uma outra relação entre as mulheres e a palavra escrita configurar-se-ia, ao passo que os questionamentos femininos sobre sua própria condição foram ganhando visibilidade. A imprensa feminina teve fundamental importância nesse movimento, por funcionar como um dos principais veículos de manifestação de mulheres. Em fins do século XVII, mais precisamente em 1693, foi lançada, na Inglaterra, a primeira revista feminina de

⁵³ TELLES, N. Escritoras, escritas, escrituras. In DEL PRIORE, M. (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto, 1997. p. 401-42.

que se tem notícia, intitulada *Lady's Mercury*⁵⁴ entretanto foi entre os séculos XVIII e XIX que a imprensa viu florescer os títulos destinados a leitura de senhoras e moças principalmente em forma de revistas. Itália, França, Alemanha, por exemplo, tiveram revistas destinadas a esse público na segunda metade do século XVIII.

A literatura era o conteúdo principal dessas publicações, não obstante o surgimento de seções que perduraram nos títulos femininos por muito tempo, como o horoscopo, introduzido por um periódico alemão, e os títulos dedicados a moda, destinados a modistas e costureiras, que começaram a surgir na Alemanha e Austría por volta de 1800⁵⁵.

No século XIX, mulheres que foram consideradas as primeiras feministas, perceberam a importância do desenvolvimento intelectual na sua emancipação e de suas semelhantes, e fizeram uso da palavra escrita para reivindicá-lo. Já em fins do século XVIII, como foi referido, desenvolveram-se na França debates envolvendo questões como cidadania, igualdade e a exclusão das mulheres dos direitos políticos.

Mas a marginalização feminina começou a ser apontada e discutida mais sistematicamente no século XIX, e o uso da palavra para questionar sua própria condição foi uma realidade na Europa por meio de nomes como o de George Sand e Harriet Taylor Mill, entre outras⁵⁶. Ambas tratavam da emancipação feminina, por vezes seguindo tradições de pensamento diferentes, mas aproximando-se em muitos pontos, as duas questionaram a relação entre os gêneros que colocava as mulheres em uma situação de inferioridade.

Na esteira das publicações estrangeiras despontavam, no Brasil, textos voltados às mulheres e produzidos por elas. A relativa abertura à escrita feminina deveu-se, em grande parte, ao já mencionado processo de alfabetização, no entanto, é necessário ressaltar também que no século XIX as mulheres, principalmente das camadas mais abastadas da sociedade, se fizeram presentes de forma mais intensa no espaço público, e ganharam maior visibilidade. Desde a vinda de D. João VI para o Brasil, damas da elite adotaram modos europeus de sociabilidade, em meados do oitocentos frequentavam teatros, salões, parques

⁵⁴ Informação retirada de BUITONI, D. S. *Imprensa feminina*. São Paulo: Atica, 1990.

⁵⁵ Id., *ibid*.

⁵⁶ BRESCIANI, M. S. *op cit*.

Nesse contexto, algumas mulheres passaram a ter voz também na produção literária. Em 1859 veio a baila o romance “Ursula”, da abolicionista Maria Firmina dos Reis. Essa professora maranhense escreveu o primeiro romance de uma autora brasileira, onde, por trás de um enredo tradicional – amor, sofrimento, morte – a autora tratou de modo muito particular a questão do escravismo criando uma trama em que o negro participava ativamente, como aponta Telles: *A autora (Maria Firmina dos Reis) não fala do escravo em geral, de uma entidade abstrata, mas o individualiza através de personagens () Os africanos, no livro, têm seu próprio código ético e agem de acordo com ele. Têm sua própria noção de bem*⁵⁷

Enquanto esteve em voga a Escola Romântica no Brasil, foram publicados outros títulos de mulheres escritoras, como os poemas de Narcisa Amália de Campos. Mulheres com posições políticas definidas buscaram ingressar no mundo das letras, Nísia Floresta, por exemplo, abolicionista e republicana, era tradutora, e em 1832 adaptou para o português a obra “Direitos das mulheres e injustiça dos homens”, da inglesa Mary Wollstonecraft, escrita em 1792.

Outra forma de manifestação de letradas de meados do século XIX eram os jornais, que tinham por objetivo rever a condição feminina e apontar caminhos, principalmente por meio da educação, para uma nova consciência feminina. Dentre as publicações de destaque estava “O Jornal das Senhoras”, editado em 1852 no Rio de Janeiro⁵⁸.

O periódico abordava questões relativas às diferenças sociais atribuídas a cada sexo e a inferioridade imposta ao sexo feminino, bem como esforços para a valorização das mulheres e um espaço profissional que as “libertasse” do jugo masculino. Mas ao lado desses interesses, a reiteração de ideais contraditórios: o jornal não deveria esquecer () *que a mulher e mãe, educadora do filho, e portanto do cidadão de amanhã, a rainha do lar em suma*⁵⁹.

Mas é necessário ressaltar que esse tipo de abordagem era, na verdade, comum à época e a uma gama de saberes – médicos, religiosos, legais – sobre o *sexo frágil*, destarte, não é a

⁵⁷ TELLES N op cit p 413-4

⁵⁸ HAHNER, J. *A mulher brasileira e suas lutas sociais e políticas 1850-1937*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

⁵⁹ MEYER, M. *Folhetim*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996. p. 298.

intenção aqui julgar tais representações, uma vez que o discurso veiculado por esse tipo de publicação fazia parte de um imaginário social em torno das diferenças entre os gêneros, que conferia a ambos papéis específicos, ao mesmo tempo em que participava dessa construção. De acordo com os estudos sobre representações sociais () *os processos que engendram representações sociais estão embebidos na comunicação e nas práticas sociais: diálogo, discurso, rituais, padrões de trabalho e produção arte em suma, cultura*⁶⁰

Assim, ao lado de discussões sobre as representações das mulheres pelos homens, apelos contra o fortalecimento de um ideal de superioridade masculina, havia por exemplo, o argumento da “missão sagrada da mulher”, qual seja, de esposa e mãe. Mudava-se, contudo, o discurso em relação a sua formação: a ilustração e o conhecimento auxiliariam, sim, no cumprimento de tal missão. Por isso o espaço reservado a música, teatro, poesia e ao romance folhetim, com a publicação de traduções e também de textos locais, de autoria de homens e mulheres.⁶¹ Romances históricos, crônicas de costumes e novelas românticas faziam parte dessa literatura destinada às leitoras de “O Jornal das Senhoras”

Outra publicação de caráter feminista, já do final do século XIX, e a revista “A Mensageira”⁶², também preocupada com a condição feminina na virada do século, abordando o ideal de progresso e destacando, mais uma vez, a imagem da mulher modelo de mãe e esposa. Temas como o acesso à instrução e a profissionalização eram contrabalançados com artigos sobre a administração do lar e cuidado dos filhos, atividades que, revalorizadas, destacavam a competência feminina.

Publicações como essas, mesmo quando não propunham alterações radicais na relação entre os gêneros, participaram da construção de uma nova relação das mulheres com a leitura e com a escrita, bem como da redefinição da figura feminina em um momento de discussão de sua cidadania e de sua participação na vida pública. Mais uma vez, por um lado essas revistas veiculavam um conjunto de representações femininas presente no corpo social, por outro,

⁶⁰ JOVCHELOVITCH, S. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, P. A., JOVCHELOVITCH, S. (orgs.) *Textos em representações sociais*. Petropolis: Vozes, 1995. p. 79

⁶¹ MEYER, M. op. cit.

⁶² BRESCIANI, M. S. op. cit.

ajudavam a conformá-lo, e a transformá-lo, a medida que as transformações se processariam na sociedade

No início do século XX as revistas femininas continuaram sendo um espaço para a produção de escritoras e para as reivindicações de movimentos pelos direitos das mulheres, paralelamente, novas publicações passaram a trazer conteúdos diferenciados, inseridos na cultura de massas ⁶³

Conceber uma publicação visando leitoras, por esse tempo, envolveria algo mais do que apontar diretrizes sobre a posição das brasileiras na esfera pública e na privada, ou, melhor dizendo, esse propósito estaria presente, mas o corpo editorial das revistas organizava-se acordando interesses plurais, não só ideológicos, mas também mercadológicos, uma vez que a relação mulheres – consumo seria fortalecida, ao passo que publicar revistas para mulheres tornava-se um mercado bastante rentável

Multiplicaram-se os títulos, publicados já nas primeiras décadas do século XX, objetivando o público em questão, por exemplo, *Jornal das Moças*, *Vida Doméstica*, *Almanaque Eu sei tudo*, cujas páginas eram preenchidas com temas como beleza, bem-estar, moda, lar e relacionamentos. Alguns assuntos que eram tratados nas revistas feministas permaneceram nessas publicações, como as discussões sobre o papel feminino no lar e na sociedade

Entretanto, o refinamento da sociedade industrial e a intensificação da produção de artigos dirigidos ao consumo das mulheres seriam responsáveis por uma reconfiguração das revistas. Tome-se, por exemplo, a indústria da beleza: seu rol de artigos, muitas vezes importados, abarcava também produtos nacionais. Em 1939, por exemplo, foi criado no Brasil o famoso desodorante Leite de Rosas, que contou com uma intensa estratégia de marketing que envolvia a publicidade nas rádios e em publicações femininas. Outros itens, como sabonete, perfume e pó-de-arroz da marca Gessy, invadiam as páginas das revistas em

⁶³MORIN, E. *op cit*

circulação, prometendo a beleza para as mães e higiene para os filhos, no caso de sabonetes e talcos⁶⁴

Alem dos produtos de toucador, a industria de alimentos tambem passaria a utilizar os recursos da publicidade com maior frequência. A incipiente industria farmacêutica, por seu turno, buscava expedientes para a comercialização de seus produtos, dentre eles o material escrito. Os almanaques farmaceuticos existiam desde a segunda metade do seculo XIX⁶⁵, entretanto, foi no seculo seguinte que os medicamentos industrializados transformar-se-iam em mercadorias vendaveis – e dependentes de material que as anunciassem.

Como explica Sigolo: *Alem do proprio avanço da tecnologia farmacêutica, e no periodo de 1920 a 1940 que as industrias de medicamentos nacionais e estrangeiros terão suas presenças cada vez mais marcadas pela estrategia de comercialização de seus produtos junto aos agentes de saúde e o proprio publico leigo*⁶⁶. Fortaleciam ainda essa cultura do remedio” as concepções sanitaristas desde o inicio do seculo e a intensificação da preocupação higienista do primeiro periodo da Era Vargas. Em consonância com o imaginario em torno das mulheres como responsaveis pelo cuidado de toda a familia a industria farmacêutica ocuparia, então, as paginas dos titulos destinados a leitura das donas de casa.

O mercado de revistas voltadas a leitura feminina, a partir das primeiras decadas do seculo XX, traria consigo uma característica muito forte, o redimensionamento da importância das mulheres no que dizia respeito a tomada de decisões fundamentais para o funcionamento e manutenção da ordem social, não que essa premissa não estivesse presente nas revistas e publicações femininas até inicio do seculo XX, ocorreria, entretanto, um refinamento das atribuições femininas, caminhando *pari passu* com as exigências da sociedade do trabalho da qual as mulheres participavam em meados do seculo XX.

Como explica Morin, a cultura de massas, principalmente a partir da decada de 1930, projetaria, através dos *mass media*, valores masculinos e femininos, entretanto, enquanto os

⁶⁴ ACCIOLY, A et alii. *Marcas de valor no mercado brasileiro*. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2003.

⁶⁵ CASA NOVA, V. *Lições de almanaque*. Um estudo semiótico. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.

⁶⁶ SIGOLO, R. P. *A saúde em frascos: concepções de saúde, doença e cura*. Curitiba, 1930/1945. Dissertação de Mestrado. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 1995. p. 100.

valores “viris”, na terminologia do autor, não se realizariam cotidianamente, mas em práticas lúdicas, como o esporte e a caça, a sociedade idealizada era uma sociedade de bem-estar e conforto, que se desenvolveria sobre o controle das mulheres”⁶⁷

Nessa linha, Morin explica em oposição a tentativas fracassadas de uma imprensa masculina o *fortalecimento espetacular* da imprensa feminina em meados dos anos de 1930, quando a feminilidade substituiu o feminismo e temas relacionados ao amor, a moda, a gestão da casa e ao bem-estar preencheram tais publicações. E esses veículos adquiriram grande importância por trazerem premissas do *bem viver* social. Nas palavras do autor: *A imprensa feminina apresenta, portanto o microcosmo dos valores práticos fundamentais da cultura de massa: a afirmação da individualidade privada, o bem-estar, o amor, a felicidade. E porque esses valores fundamentais são, de fato, valores de dominantes femininas. Esse microcosmo e, além disso, o núcleo mais ativo da cultura de massa com sua incitação intensiva a imitação, ao consumo, a conduta*⁶⁸

Como um veículo da cultura de massas, as revistas femininas dialogavam com os outros *mass media* do período. O cinema, majoritariamente o norte-americano, que começara a figurar nas publicações do início do século converteu-se, nas décadas de 1940 e 1950, em uma referência cultural fundamental também para a maioria das revistas destinadas a leitura feminina, porque, como foi dito, passara a ser uma referência fundamental para a sociedade urbana brasileira. Assim sendo, as leitoras de revistas femininas encontrariam, em seus exemplares, várias referências a Hollywood.

Uma das editoras que enveredaram pelo rentável mercado das revistas femininas foi *O Malho*. Presente no mercado desde 1904, com a publicação *O Malho* – () *semanário artístico, humorístico e literário dirigido por Oscar Rosas, com desenhos de Raul Pederneiras, Calixto Cordeiro e C do Amaral* ()⁶⁹ – essa editora da Rua do Ouvidor, publicava, ainda, o *Almanak do Tico-Tico*, destinado às crianças e o primeiro a utilizar as histórias em quadrinhos, e *Leitura para todos*, de tiragem mensal.

⁶⁷ MORIN, E. op. cit. p. 124

⁶⁸ Id., p. 128

⁶⁹ ALMANAQUE BRASILEIRO GARNIER 1904. Anno II. Rio de Janeiro: Typographia H. Garnier

Em 1934, a editora *O Malho* passaria a veicular o *Anuario das Senhoras*, ‘orgão literario e instrutivo’, segundo classificação posterior⁷⁰, objeto desse estudo

⁷⁰ Tal como aparece no Anuario da Imprensa Brasileira de 1941 **ANUARIO DA IMPRENSA BRASILEIRA** Rio de Janeiro Departamento de Imprensa e Propaganda, 1941 p 162

CAPÍTULO 2

O ANUARIO DAS SENHORAS

2.1 O ano todo com as senhoras

Em 1934, publicava-se pela primeira vez o Anuario das Senhoras, título que perduraria até fins da década de 1950. Embora a editora O Malho, responsável pela revista, já transitasse por essa linha de publicações, com títulos como *Moda e Bordado*, o Anuario viria consolidar esse segmento editorial, referendando o material já em circulação e condensando, em um único volume anual, toda a gama de assuntos considerados de interesse feminino. Supõe-se que a editora carioca, com o nome conhecido graças a títulos de boa circulação, passara a investir mais em um mercado que não parava de crescer, o das revistas femininas.

As condições para esse crescimento foram apontadas no primeiro capítulo, o próprio mercado editorial, inserido na cultura de massas, acompanhava o movimento de valorização dos temas femininos na imprensa. Esse também foi um momento em que eram estabelecidas, pela política nacional, sob o comando de Vargas desde 1930, novas diretrizes relacionadas à cidadania feminina. O código eleitoral de 1932 introduziu o voto feminino, e pela Constituição de 1934 estabeleceu-se a regulamentação do trabalho das mulheres, a igualdade salarial e a proibição de demissão por gravidez. Conquistas essas que não eram vistas com bons olhos por muitos setores da sociedade. Lideranças católicas, por exemplo, opunham-se à emancipação feminina vista como ameaça à estabilidade familiar.

Muitas dessas prerrogativas em relação ao *sexo fragil* não se realizavam na prática. De qualquer forma, as mulheres ganhavam maior visibilidade enquanto integrantes do corpo social, e o mercado editorial estava atento ao crescimento desse público.

Trazer a luz uma revista de periodicidade anual parecia mesmo conveniente. Destarte, diferentemente dos outros títulos da editora, o Anuario das Senhoras fora concebido para ter

um tempo de vida, por assim dizer mais longo Acompanhariam as leitoras, no mínimo, durante um ano inteiro, ou até passaria a objeto de coleção cuidadosamente guardado

Sua direção fora delegada a uma mulher, Alba de Mello, que continuou no posto até, no mínimo, 1957, último exemplar do Anuário das Senhoras a que se teve acesso Dela, sabe-se que tinha gosto para as letras refletido nas crônicas e contos que publicou regularmente no Anuário, até fins da década de 1950 Descobriu-se também que, em 1957, ela era Secretária Geral da Presidência da Câmara do Distrito Federal⁷¹

Além dela, alguns colaboradores assinaram matérias no Anuário com certa regularidade, como Leonor Posada, Sorciere Leoncio Correia, Ademar Tavares, Benjamim Costallat e Othon Costa No entanto, não há informações precisas sobre um corpo editorial fixo⁷²

E fora idealizado para que cada página, cada tema, cada novidade que trouxesse fosse apreciado com especial interesse por mulheres que, aos poucos, foram tomando contato com novas informações sobre si mesmas das quais o Anuário era depositário Por esses fatores o Anuário das Senhoras revestiu-se de significados que fizeram com que sua própria posse fosse algo especial Como lembra uma leitora da época, certa feita, a Livraria Ghinone, em Curitiba, realizou um sorteio em que um dos prêmios era a revista, e o vencedor assim procedeu *Emão eu me lembro que o meu marido fez um pacote muito bonito e deu de presente a minha mãe Disse que era presente de Natal, por que era uma coisa mesmo valorizada*⁷³

O mesmo sentido é evidenciado em um exemplar pesquisado na Biblioteca Pública do Paraná, quando uma certa Eleonora Consentino Cordeiro assinou seu Anuário com a data de 25 de dezembro de 1943 O ano que estava por vir certamente seria mais colorido com tal leitura⁷⁴

⁷¹ ANUÁRIO DAS SENHORAS, 1957 p 141

⁷² Não se teve acesso ao valor monetário do primeiro número da revista Para a década de 1940, em 1944 mais precisamente, enquanto o salário mínimo custava Cr\$ 4 560,00, o Anuário custava Cr\$ 10,00, 0,22% da renda anual ou 2,64% referentes a um mês de salário Em 1954, enquanto o salário mínimo custava Cr\$ 28 800 o Anuário custava Cr\$ 25,00, 0 086% da renda anual ou 1,04% da renda mensal

⁷³ Depoente nº1, em entrevista realizada em novembro de 2003

⁷⁴ De acordo com pesquisa realizada na Biblioteca Pública do Paraná

Em seus estudos sobre a história da leitura Roger Chartier faz uma reflexão que pode iluminar a relação entre o Anuário e as senhoras. Segundo o autor, o aprendizado das letras, fora do espaço formal da escola, era realizado através da constante repetição de um único texto, a Bíblia na maioria das vezes, mas também os almanaques e folhetins. É o que ele denomina de leitura intensiva⁷⁵

O Anuário seria alvo de uma leitura intensiva, tanto sua periodicidade quanto seu conteúdo permitiam que fosse constantemente consultado, folheado, lido. Talvez essa ideia de perenidade explique a capa com motivos florais, semelhantes inclusive às sugestões de decoração das páginas da revista, que a publicação apresentaria na década de 1940. A maioria das outras revistas femininas, semanais ou mensais, estampava na capa ilustrações ou fotos de artistas. Teoricamente, essas seriam substituídas várias vezes em um ano, o Anuário das Senhoras, por seu turno, integrar-se-ia à casa talvez por isso capas em harmonia com o resto do espaço, no mesmo ambiente em que reinavam as paredes com papel florido, as roupas com temas primaveris.

O conteúdo do Anuário das Senhoras incluía temas veiculados em textos, imagens e publicidade, que eram dispostos de forma a contemplar tudo o que pudesse interessar as leitoras, como apresenta texto veiculado no primeiro número:

Luxuosamente encadernado contendo trezentas e vinte páginas em rotogravura artisticamente ilustradas. Todos os assuntos de interesse feminino estão condensados neste Anuário destacando-se:

Modas bordados, crochet, tricots, decoração e arranjos da casa, assuntos de beleza, receitas culinárias, penteados, música, arte, poesia, contos, novelas, diálogos, literatura, ilustrações, sport, cinema, chiromancia, adornos em geral, conselhos às mães e às jovens.⁷⁶

A disposição desse conteúdo na sequência da revista acompanhava uma sazonalidade anual. Sua organização, apesar de não seguir uma estrutura rígida, trazia implicitamente a relação entre certos temas e determinados períodos do ano.

⁷⁵ Essa formulação pode ser encontrada em vários trabalhos de Chartier, dentre os quais se destaca aqui o seguinte: CHARTIER, R. Do livro à leitura. In: CHARTIER, R. (org.) *Práticas da leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 77-105.

⁷⁶ ANNUARIO DAS SENHORAS. Rio de Janeiro: Sociedade Anônima O Malho, 1934. p. 34.

Assim sendo, um ar de férias tomava conta do início da revista, com modelos de roupas, publicidade e atividades relacionadas aos dias de descanso da leitora e de sua família. Tradicionalmente disposto nas primeiras páginas estava ainda o calendário, com os feriados oficiais, a meteorologia, os santos dos dias e as características das pessoas regidas pelo signo correspondente ao período. Esse tipo de texto, no entanto, seria abandonado em meados da década de 1940.

Um pouco antes da metade do Anuário estavam os vestidos de noiva e outras matérias relacionadas à entrada na vida conjugal. As festas de final de ano norteavam as últimas páginas da publicação, com receitas culinárias para dias de festa, peças publicitárias sugerindo presentes de Natal e cumprimentos pela passagem do ano.

Um verdadeiro guia cotidiano, como mais tarde referenciaria outra publicação da editora, o Almanaque *O Tico-Tico*:

O Anuário das Senhoras () é uma primorosa publicação de luxo de grande interesse para as senhoras. É o manual necessário à consulta do belo sexo. Contém um sem número de assuntos de palpitante atração para as senhoras. Um luxuoso volume repleto de belíssimas gravuras sobre modas, elegância, conselhos e ensinamentos úteis para o lar. É o amigo e conselheiro para as senhoras e senhoritas.⁷⁷

Paralelamente às temáticas “anuais” uma infinidade de outros aspectos preenchia a revista, por vezes abordando, em uma mesma página, aspectos tão dispares quanto heroínas brasileiras e croquis de moda para o verão. A diversidade dos temas abordados pela revista correspondiam diferentes recursos e diferentes linguagens que, com o correr dos anos, modificavam-se conforme mudavam os paradigmas referentes a cada área.

Em vista da riqueza desse material, pode-se fazer uma interpretação do Anuário das Senhoras que leve em consideração os elementos textuais, mas também os não verbais, no caso as ilustrações e fotografias. É fundamental ressaltar a presença da publicidade, que muitas vezes determina o próprio conteúdo da publicação.

⁷⁷ ALMANAQUE D'O TICO-TICO Rio de Janeiro Sociedade Anônima O Malho, 1942, p. 1

Faz-se mister observar que as peças publicitárias estão por toda parte e esse tipo de organização difere daquela utilizada nos almanaques, como aponta Dutra, acerca do Almanaque Garnier (*... os anúncios publicitários ilustrados, que ocupam razoável espaço no Garnier, so muito raramente são colocados ao longo dos textos. De modo geral eles são dispostos nas páginas iniciais ou ao final do almanaque numa indicação clara de que são portadores de um outro tipo de mensagem que não se mistura ao que seria a sua intenção editorial básica*⁷⁸). Perspectiva muito diferente da adotada no Anuário onde o consumo é intrínseco a quase todo tipo de texto.

Recentes abordagens da história da leitura fundamentam-se no argumento de que o texto não é constituído apenas da parte lexical. Tão fundamental quanto aquela é a disposição gráfica, o uso dos caracteres, a materialidade do texto – as formas produzem sentido – lembra Chartier⁷⁹ – e, fator imprescindível, a historicidade do texto e a historicidade dos leitores. É claro que o corpo editorial responsável pelo Anuário tinha propostas definidas quanto ao teor de sua publicação, que por sua vez definiria, ao menos teoricamente, o público leitor. Mas as intenções primeiras dos editores dessa revista se não se chocavam, ao menos dialogavam com elementos exteriores aos textos mas constitutivos deles.

Nessa linha é importante tecer algumas considerações sobre a materialidade do Anuário das Senhoras. Tanto pelo próprio material de que era feito – um papel bastante grosseiro, quanto pelo preenchimento das páginas, cujo excesso de informações, verbais e não verbais, cria um efeito desagradável aos olhos, a revista divergia muito de títulos coevos, que apresentavam uma certa qualidade gráfica.

Ao propor uma revista que versasse sobre temas femininos, o corpo editorial do Anuário definia, concomitantemente, quem eram essas mulheres a quem a publicação se destinava. Ao folhearem seus exemplares, as leitoras deparavam-se com representações sobre si mesmas, sobre o gênero masculino, sobre a sociedade. Nesse sentido, os conteúdos que a

⁷⁸ DUTRA, E. R. F. O Almanaque Garnier, 1903 – 1914 ensinando a ler o Brasil, ensinando o Brasil a ler. In: ABREU, M. (org.) *Leitura, história e história da leitura*. Campinas: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil, São Paulo: Fapesp, 2002. p. 477-504.

⁷⁹ CHARTIER, R. op. cit., 2002.

revista apresentava serviam como parâmetros do próprio lugar das senhoras no todo social e o lugar dos outros em relação a elas

As revistas veiculavam representações engendradas no social, que significavam a realidade tornando-a legível para seus integrantes. Essa reflexão vem de encontro ao que apresenta Baczo

O social produz-se através de uma rede de sentidos de marcos de referência simbólicos por meio dos quais os homens comunicam, se dotam de uma identidade colectiva e designam as suas relações com as instituições políticas etc. A vida social é produtora de valores e normas e, ao mesmo tempo de sistemas de representações que as fixam e traduzem. Assim se define o código colectivo segundo o qual se exprimem as necessidades e as expectativas, as esperanças e as angústias dos agentes sociais. Por outras palavras, as relações sociais nunca se reduzem aos seus componentes físicos e materiais⁸⁰

No caso do Anuario das Senhoras, por ser dirigido as mulheres, as representações giram em torno de seus papéis na sociedade, definindo implícita ou explicitamente, os lugares do masculino, reforçando uma oposição binária presente de longa data no imaginário social. Definindo-se o “ser mulher” define-se o “ser homem”. Muito mais que biológicas, são sociais as características de um e outro, como alerta Matos () *não ha uma feminilidade unica, um modelo feminino universal valido para todos os tempos e lugares. A feminilidade difere segundo epoca, cultura, classe social, etnia, geração e portanto não e uma essência, mas uma representação ()*⁸¹

Dessa forma, ao anunciar os temas de interesse feminino”, o corpo editorial do Anuario veiculava, em efeito, uma ideia, uma imagem do que seriam esses temas, ao mesmo tempo em que veiculava representações do que é ser mulher e pelo que elas se interessavam

As representações do masculino e do feminino são variáveis, no entanto algumas delas, apesar de questionadas em determinados momentos históricos, são constantes. Os papéis são delineados no sentido de reforçar nos homens a imagem de provedor e, no caso

⁸⁰ BACKZO B. Imaginação social. In ENCICLOPÉDIA EINAUDI Antropos-homem V 5 Lisboa Imprensa Oficial – Casa da Moeda, 1985, p 296-332

⁸¹ MATOS, M I. Dolores Duran. Experiências boêmias em Copacabana nos anos 50. Rio de Janeiro Bertrand Brasil 1997 p 112

feminino, a de responsável pelo mundo doméstico, mesmo com o crescimento da participação feminina no mundo do trabalho desde o início do novecentos, a ponto de suscitar debates sobre medidas legais de normatização dessa participação⁸²

Nesse sentido a revista apresentava extensa quantidade de temas vinculados ao gerenciamento do lar. Eram sessões muito exploradas a conservação da casa e a administração das tarefas domésticas. Assim sendo as páginas sobre decoração, limpeza, organização e aproveitamento dos espaços aparecem em toda a revista. A educação das crianças e o relacionamento entre homens e mulheres também ocupam várias folhas, bem como a seção dedicada a culinária. Também aparecem artigos dedicados a beleza e saúde feminina, além da moda, com grande destaque para os vestidos de noiva.

Em linhas gerais esse era o conteúdo que compunha o Anuário das Senhoras. O intervalo de vinte anos que separa a primeira da última revista analisada deixa entrever as modificações no tratamento de temas que, grosso modo são os mesmos, grandes norteadores do comportamento feminino sob a ótica do corpo editorial do material em questão.

2.2 – O número 1

2.2.1 – Beleza ao alcance de todas

O primeiro número do Anuário das Senhoras, cuja edição passou a circular no início do ano de 1934, traria as matérias que acompanhariam a revista em todo o seu desenvolvimento, até fins da década de 1950. Conforme já colocado, contemplaria beleza, moda, saúde, decoração, relacionamentos, vida doméstica e literatura. Um dos principais assuntos abordados nesse primeiro exemplar é a beleza feminina, que se apresenta em três aspectos principais: o paradigma hollywoodiano, a conquista individual da beleza e os produtos da indústria cosmética.

⁸² VENÂNCIO, G. M. Lugar de mulher e na fábrica, Estado e trabalho feminino no Brasil (1910-1934). In *Historia: Questões e debates*. Curitiba, n. 34, p. 175-200, 2001. Editora da UFPR.

Sendo a beleza um dos signos fundamentais da feminilidade, é esperado que publicações destinadas a mulheres tragam a um tempo, os modelos estéticos a serem seguidos e os meios para que a beleza física seja posta ao alcance das leitoras. No primeiro exemplar do Anuário das Senhoras, dominava o paradigma oriundo dos Estados Unidos, mais especificamente do cinema norte-americano.

A presença da indústria cinematográfica daquele país no Brasil coincidiu com o advento do cinema hollywoodiano, nos anos de 1920. Antes disso, porém, nos últimos anos do século XIX, aos espetáculos de variedades no Brasil acrescentaram-se as projeções de “filmes”, inaugurando a experiência do cinema em terras brasileiras. As décadas de 1910 e 1920 foram marcadas por produções nacionais de cinema mudo, com documentários e filmes de ficção, apresentando nomes de diretores como Humberto Mauro e Mario Peixoto, entre outros.

A partir de então, o cinema norte-americano consagrar-se-ia no Brasil, alcançando a maioria das produções exibidas. *Fortalecidos pelo final da I Guerra, os Estados Unidos intensificam cada vez mais suas estratégias de dominação mercadológica, cultural e financeira sobre os demais países, Brasil incluído. Em 1921, 71% dos filmes exibidos no Brasil são americanos. Em 1925 e 29, esta porcentagem sobe para 80 e 86%, respectivamente*⁸³

Em 1927, a Warner Brothers, estúdio de Hollywood, revolucionaria o cinema, trazendo para as telas, pela primeira vez, um filme falado. “O Cantor de Jazz” tinha apenas algumas poucas falas, é verdade, mas daí por diante o cinema não seria mais o mesmo – e Hollywood consagrar-se-ia definitivamente como a grande indústria cinematográfica.

A entrada dos Estados Unidos via cinema no Brasil, além de estratégia mercadológica, fazia parte de um contexto onde os paradigmas culturais e políticos estavam sendo transformados, a Europa, até então símbolo de civilização e progresso, teria seu prestígio questionado frente à promessa de modernização que os Estados Unidos apontavam, desde o

⁸³ SABADIN, C. *Vocês ainda não ouviram nada - a barulhenta história do cinema mudo*. São Paulo: Lemos Editorial, 1997. p. 237.

crescimento econômico de início dos anos de 1920, com a atualização dos processos industriais, e a expansão do poderio do país com o final da Primeira Guerra

Porém, veio 1929 e o *crash* da bolsa de Nova Iorque, que desestabilizou a economia não só daquele país mas também daqueles ligados aos Estados Unidos pelas exportações, incluindo-se o Brasil. O país sofreu uma crise de superprodução do café e a desestabilização da economia foi um fator crucial para a Revolução de 1930. Nos Estados Unidos, um plano para o restabelecimento das finanças no país foi idealizado no governo do presidente Franklin Delano Roosevelt (1933-1945). O *New Deal* nome do conjunto de medidas adotadas, consistia basicamente na conciliação da iniciativa privada e a intervenção do Estado em alguns setores da economia, a regulação de preços e o incentivo a criação de empregos. As medidas foram acertadas, e antes da Segunda Guerra Mundial, o país já havia se recuperado. Doravante a ‘americanização’ do continente só faria aumentar, atingindo seu auge no segundo conflito mundial.⁸⁴

E, além de os filmes hollywoodianos estarem em processo de consolidação no Brasil, mais um fator definiria a profunda vinculação entre as estrelas de cinema e os modelos de beleza então em voga. Segundo Edgar Morin, desde aproximadamente 1920, o cinema, principalmente o de Hollywood entrara na era do *star system*, e os astros e estrelas passaram a ser o centro da indústria cinematográfica. *Em 1919 o conteúdo, a direção e a publicidade dos filmes gravitam ao redor da estrela. O star system e, desde então, o coração da indústria cinematográfica*⁸⁵

Instaurava-se um processo de projeção/identificação com as estrelas do cinema. Os espectadores, sonhadores, imaginavam-se iam na tela, vivendo a mesma trama que os astros e estrelas. *Mais intensamente que em qualquer outro espetáculo, o cinema implica um processo de identificação psíquica entre o espectador e a cena representada. O espectador vive, no nível psíquico, a vida imaginária, intensa, valorosa, apaixonada dos heróis dos filmes, isto é, identifica-se com eles*⁸⁶

⁸⁴ TOTA, A. P. op cit

⁸⁵ MORIN, E. *As estrelas. Mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: Editora Jose Olympio, 1989. p. 8

⁸⁶ id., *ibid.*, p. 64

Por outro lado, em oposição a fantasia do cinema, a vida real encarregar-se-ia de mostrar que astros e fãs habitavam mundos diferentes. Nesse jogo duplo de aproximação e distanciamento, construíam-se os ídolos do cinema, e a partir de então tudo o que emanava dos atores e atrizes ganhava foro de autoridade a começar pela sua aparência, característica imediata uma vez consumada sua aparição na grande tela. Em contrapartida, o processo de idealização dos artistas envolvia a ocultação de comportamentos destoantes daqueles tidos como coerentes com os ídolos. E, desde o início do *star system*, muito se teria a ocultar principalmente atitudes vinculadas aos relacionamentos conjugais, o uso de álcool e drogas e as formas de ascensão no mundo dos estúdios.

O Anuário das Senhoras participava do *star system* ao preencher suas páginas com fotos dos artistas de relevo naquele momento, destacando suas qualidades, bem como sua opinião e seus conselhos em relação a sua aparência, como elas faziam para se manterem deslumbrantes, e o que as outras mulheres deveriam fazer para atingir resultados positivos.

Muitas vezes, porém, lançava-se mão simplesmente da imagem das atrizes, estampavam-se então fotos de Greta Garbo, Jean Harlow, Carole Lombard, Claudette Colbert, Joan Crawford, Dolores Del Río, Conchita Montenegro, Lily Damita, entre outras, trazendo-se, quando muito, a legenda 'Belezas de Hollywood' e o nome das beldades*.

De acordo com Roland Barthes, as imagens são lidas por um repertório de saberes do receptor – () *a fotografia não é apenas percebida, ela é lida, ligada mais ou menos conscientemente pelo público que a consome a uma reserva tradicional de signos* ()⁸⁷. Em contraposição às legendas fotográficas que racionalizam as imagens da imprensa, segundo a abordagem do autor, as fotos das estrelas são lidas em um repertório de signos ligados à aparência feminina, e parecem falar por si mesmas, causando um impacto visual que torna desnecessário o uso de palavras.

A beleza era indissociável delas, como aponta Morin () *nas estrelas de cinema e a beleza radiosa de seus rostos – oferecidos como um cálice, com os lábios entreabertos – que*

* Ilustração no fim do capítulo

⁸⁷ BARTHES, R. op cit p 328

*constitui a sua expressão () a beleza é atriz*⁸⁸ Hollywood tinha se transformado em centro de referência e os olhos as formas esbeltas os cabelos das atrizes eram sinônimos de beleza e elegância Greta Garbo, atriz sueca “importada” para o cinema de Hollywood, tinha olhos fascinantes, as sobrancelhas de Joan Crawford eram copiadas *pelas elegantes de Paris*⁸⁹, a expressão e a moda do *platinum blonde* nasceram com Jean Harlow

Nesse sentido, percebe-se a clara relação entre os padrões de beleza e a visibilidade de determinadas atrizes No primeiro número do Anuario, essa relação se estabelece na opção pela cor dos cabelos e a tonalidade da pele De um lado, a loira platinada Jean Harlow – precursora de uma era de estrelas com cabelos louríssimos, de outro, a morena Dolores Del Rio – que estreara, em 1933 (ano em que a revista estava sendo feita), o filme “Voando para o Rio”⁹⁰ A disputa foi sugerida em um artigo de Medeiros e Albuquerque que explicitava sua preferência já no título, “As morenas triunfantes” O texto corroborava, por razões “higiênicas”, com a opção pela naturalidade das morenas *Assim, a preocupação da saúde, que sucedeu muito intelligentemente a do fingimento de molestia – o tempo em que o grande ‘chic’ era parecer tuberculosa – vai nesta época de sports dar um decisivo triumpho as morenas*⁹¹ Sinal dos tempos, e principalmente sinal da força de Hollywood em construir padrões de beleza e a partir deles, impulsionar inclusive a economia, aqui especificamente o mercado de cosméticos

O cinema mudo, bebendo da tradição do teatro, utilizava a maquiagem como parte da composição aos personagens, pintava os rostos para dotá-los de sentidos e imprimir características psicológicas, já que as expressões visuais “diziam” o que não se conseguia expressar por meio de palavras Para se conseguir esse efeito, lançou-se mão, nos primórdios do cinema, de produtos como o carvão vegetal Doravante, o advento do cinema falado e a construção de enredos filmicos mais verossimilhantes tinham personagens cuja expressão se dava por outros recursos que não o impacto da maquiagem Nessa linha, os rostos dos atores e

⁸⁸ MORIN, op cit p 92

⁸⁹ ANUARIO, p 145

⁹⁰ CASTRO, R *Saudades do século 20* São Paulo Companhia das Letras, 1999

⁹¹ ANUARIO p 98-9

principalmente das atrizes passariam a ser tratados de forma mais realista, o que, por sua vez, impulsionou o crescimento da indústria de cosméticos

O advento do technicolor também influenciaria nas técnicas de maquiagem e nos produtos utilizados. Desde que as produções em preto e branco das telas deram lugar a variedade das cores, com as diferenças no uso da luz, o abandono do jogo entre claro e escuro e a maior nitidez nos detalhes, foi necessário um maior apuro na utilização da maquiagem. Houve a demanda para a realização de pesquisas no campo dos cosméticos, com o concomitante impulso a sua indústria.

Ao lado dos modelos estéticos representados pelas atrizes norte-americanas, um outro aspecto relacionado a beleza e percebido no primeiro número do Anuário das Senhoras, e diz respeito ao esforço individual em prol da aparência desejada. A beleza feminina era dada como algo a conquistar. Por meio de artigos, algumas vezes acompanhados de fotos de exercícios, passava-se a ideia de que o corpo podia, sim, ser moldado, e só dependia da força de vontade das leitoras para que suas formas se tornassem mais harmoniosas. Corpos que se haviam tornado doces, como aponta Foucault, graças a disciplinarização instaurada na sociedade da segunda metade do século XVIII⁹²

A ideia de se trabalhar o corpo a fim de atingir resultados em favor da beleza remete igualmente ao século XIX, quando noções de higiene aliadas a medicina reavaliaram saberes sobre a saúde, introduzindo a prática de exercícios físicos em favor de um corpo sã. A popularização dos esportes coletivos nos Estados Unidos, Europa e, posteriormente, Brasil, também foram responsáveis por uma nova relação com os corpos, ao lado dos cuidados tradicionais com o físico doente, passou-se a almejar e trabalhar os físicos saudáveis, que as atividades esportivas poderiam modelar.

Doravante, a educação das moças brasileiras no início do século XX reservaria um espaço importante para as atividades físicas, os esportes, com sua exigência de disciplina e rigidez, passaram a ter tanta importância quanto a formação intelectual. *A busca da integridade física, cujas bases se encontram nos novos ideais estéticos do século XIX e na*

⁹² FOUCAULT M. *Vigiar e punir*. Petropolis: Vozes, 1987.

*ciencia da superioridade humana, traduz-se na superação de si mesmo, no cultivo apaixonado da energia física e em novos cuidados com o corpo*⁹³

No primeiro numero do Anuario das Senhoras essa concepção estava presente. Se a relação com a beleza hollywoodiana era primordialmente uma relação de olhar, de admirar, de almejar, os textos sobre a ‘boniteza’ estão repletos de conselhos, de ensinamentos, de sentenças sobre a conquista da forma desejada.

Embora já se soubessem os benefícios das atividades físicas, algumas eram mais conhecidas que outras. Em um artigo sobre a prática de exercícios, percebe-se a intenção de educar as leitoras para as atividades, bem como esclarecê-las quanto as peculiaridades das práticas esportivas, tão necessárias a sua esbelteza. O artigo ‘Esporte e gymnastica’ aponta a diferença entre os dois, e as modalidades disponíveis de exercícios. Diferentemente dos esportes, que são práticas coletivas, se explicava a gymnastica como uma prática individual, e mais uma opção para as leitoras se exercitarem.

A revista, nessa e em outras materias, utilizou um discurso relativo a saude aplicando-o a beleza, estabelecendo assim uma ligação indissociável entre esses dois elementos, e embasando-se em ideias sobre a saude desenvolvidas entre meados do século XIX e início do século XX. Naquele periodo, os conhecimentos sobre a medicina passaram a relacionar as doenças a causas sociais e a associar a saude das populações ao seu modo de vida. Isso, aliado a surtos de epidemia, deu impulso a “missão higienista”⁹⁴ de medicos brasileiros. O combate as doenças, ao lado das tentativas de erradicação, pregou também formas de prevenção, em que *higiene* era a palavra de ordem. Tal concepção continuava a ter força em 1934, pelo que deixa entrever algumas passagens da revista.

Citou-se, por exemplo, no item anterior, o artigo de Medeiros e Albuquerque, “As morenas triumphantes”, onde o autor ressaltava as razões *higiénicas* do triunfo das morenas. E ainda a favor da higiene que se posicionou o autor do artigo “Esporte e gymnastica”, determinando a prática da atividade em ambiente ventilado, com a janela aberta. E, para fazer

⁹³ TRINDADE, E. M. C. op. cit., p. 35

⁹⁴ Termo emprestado de SCHWARCZ, L. M. op. cit., p. 198

companhia a senhora nesse tempo de exercício, sugeria-se ainda que ouvisse rádio, o que aponta para a popularização do aparelho nos primeiros anos da década de 1930. A ênfase final do artigo recai sobre um esporte que ganhou prestígio no começo do século – () *esplendida natação, o mais aperfeiçoado de todos os esportes porque ensina a respirar e a respirar com método* ⁹⁵

A preocupação com os efeitos da higiene sobre a beleza aparece ainda no artigo “Os dez mandamentos da Belleza”, por Carmem Donovan. A autora determinava a prática dos banhos diários com duchas de água fria. Até o século XIX, o código social em relação ao corpo feminino determinava que as mulheres “recatadas” mal se tocassem para se lavar, sendo corrente o uso de roupas mesmo para o banho, e ainda a orientação de que fechassem os olhos ao lavar suas partes íntimas ⁹⁶. O reinado da higiene fez cair por terra essas práticas, mas ainda era necessário educar as damas nos novos hábitos.

O paradigma americano também estava presente. *A mulher americana inaugurou a moda do passeio de bicicleta, alias esplendido exercício* ⁹⁷. Essa atividade já era conhecida e praticada por mulheres em fins do século XIX, alias, a popularização da bicicleta entre as francesas suscitou debates sobre a perda de sua feminilidade, já que o exercício não combinava com trajes muito compridos e volumosos. As mulheres preferiam roupas menos exageradas e que dessem mais liberdade aos movimentos ⁹⁸. Mas a referência à prática como uma atividade lúdica e ao mesmo tempo esportiva enquadrava-se no contexto do culto à forma física via esportes. Por isso, a “descoberta” das estadunidenses fazia-se pertinente, em detrimento às antigas ciclistas europeias.

Ao lado dos esportes, a alimentação. As dietas para emagrecimento apresentadas reforçavam a preocupação com corpos mais delgados. Preocupação geral, conforme traz o “Regimen de uvas”. Escrito na terceira pessoa, procura aproximar-se das leitoras passando a idéia de estarem todos, as leitoras e autor ou autora do artigo, inseridos em um mesmo

⁹⁵ ANNUARIO DAS SENHORAS p.155

⁹⁶ KNIBIEHLER, Y. Corpos e corações. In DUBY, G. e PERROT, M. (orgs.) *Historia das mulheres no Ocidente*. V 4 O século XIX. Porto: Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. p. 351-401.

⁹⁷ ANNUARIO, p. 33

⁹⁸ WEBER, E. *La petite reine*. In *França fin-de-siècle*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 239-58.

sistema de alimentação, prejudicado pela artificialidade dos produtos oferecidos ao consumo. O abandono da alimentação saudável, entendida aqui como não industrializada, produzia efeitos maleficos – *Comemos muito. É mal () a nutrição, menos pura, menos sadia, acondicionada em latas, em frascos, em frigoríficos, não nos pode fazer bem*⁹⁹

A preocupação tão em voga nos dias atuais com a ingestão de alimentos livres de conservantes e outros aditivos químicos, vê-se não é inédita.

O artigo versa sobre a má alimentação e a necessidade do emagrecimento, associando-o a ideia de desintoxicação e cura – no caso, a cura pela uva. *Desintoxica realmente o organismo. Faz parte integral de regimen rapido e higienico para emagrecer*¹⁰⁰. Conclamava-se mais uma vez a intercessão do saber médico para que o corpo pudesse ser livrado da gordura.

Uma outra vertente do tema beleza diz respeito a sua exterioridade, aos meios artificiais para que as mulheres alcançassem os efeitos desejados. Entravam em ação os produtos de beleza, e a publicidade era, na revista, o grande veículo dessa indústria. Utilizava-se um discurso embasado na Ciência. Vide, por exemplo a campanha do produto Soro dermico W-5, descoberta do professor Kapp. *No corte () augmentado pelo microscopio () o emmanchado dos capillares e o nucleo de cellulas por elles alimentados, que fixam as linhas exteriores da epiderme. Olhem e examinem com atenção! Se a circulação do sangue diminui nessa região, tem-se como consequencia fatal a redução das cellulas, traduzidas por sulcos ou rugas*^{101*}

O anúncio é apresentado logo nas primeiras páginas do Anuario. Através de um detalhe ampliado do rosto feminino, a peça publicitária explica, *cientificamente*, como a pele se mantém firme, jovem e saudável. Ao lado de vocabulos como *epiderme, cellulas, capilares*, e outros, a advertência: o W-5 não é um produto de beleza, mas um medicamento.

⁹⁹ ANUARIO 1934, p 78

¹⁰⁰ Id. ibid

¹⁰¹ Id, p 03

* Ilustração no fim do capítulo

Discurso semelhante e adotado na página seguinte, em um anúncio da Academia *Scientifica de belleza Mme Campos - Estabelecimento científico de cultura esthetica*¹⁰²

Em 1934 para convencer as senhoras da seriedade, utilidade e necessidade dos produtos de beleza parecia ser necessário agregar aos artigos a alcunha de científico. A autoridade do discurso da Ciência seria reconhecida pelas leitoras potenciais do Anuario, bem como por todo um "consenso social" acerca da validade daquele saber.

Pois, como aponta Bourdieu, qualquer forma de discurso, para que seja eficaz, precisa ser antes reconhecida do que compreendida. *A linguagem de autoridade governa sob a condição de contar com a colaboração daqueles a quem governa, ou seja, graças a assistência dos mecanismos sociais capazes de produzir tal cumplicidade, fundada por sua vez no desconhecimento, o principio de toda e qualquer autoridade*¹⁰³

A indústria de cosméticos era um ramo que ainda necessitava firmar-se e conquistar seu público-alvo, e as leitoras, provavelmente acostumadas com as soluções caseiras para seus dilemas de beleza aplicava-se um discurso embasado na ciência médica para garantir sua credibilidade.

Itens de beleza estavam à venda em muitas páginas daquele exemplar, sem que fosse necessário tal argumento, entretanto, e contraditoriamente, artigos da revista contrapunham-se a eles, evidenciando um certo receio em relação a tamanha variedade. Já a página 19, um texto sobre o combate às rugas adverte: "() fujamos da 'maquillage' que não as corrige, mas que as cobre"¹⁰⁴. Em seguida, o autor (ou autora) do artigo sugere um tratamento com mel e sumo de limão.

Esses dois anúncios deixam clara uma oposição entre conhecimentos familiares e uma novidade que utilizava, em contraposição, uma linguagem de estranhamento, que necessitava se investir de autoridade para se legitimar. No caso do artigo, o uso do verbo na terceira pessoa do plural cria um clima de intimidade entre o emissor e o receptor da mensagem, bem como as soluções propostas: mel e limão provavelmente eram conhecidos das leitoras, e

¹⁰² ANUARIO, 1934 p 04

¹⁰³ BOURDIEU, P. A economia das trocas linguísticas. São Paulo: Editora da USP, 1996 p 91

¹⁰⁴ ANUARIO, p 19

talvez até essa sua propriedade “cosmética” A peça publicitária, por seu turno, impõe-se desde a ilustração de um dedo feminino apontando para o detalhe de pele ampliada, até os vocativos utilizados – *Olhae! Examinae! Admira!* – denunciavam a gravidade de um conhecimento que as leitoras não dominavam e que lhes estava sendo transmitido

Na mesma linha era anunciado o () *preparado científico () do grande dermatologista francez Dr Paul Gastou () e de perfume francez fino e original*¹⁰⁵ Nesse caso, entretanto, mais um elemento viria corroborar a eficácia do produto sua origem A França era um paradigma do saber, inclusive científico A crescente entrada de modelos norte-americanos não pudera, até então, sufocar essa referência, principalmente para camadas médias e altas da população

Nesse caso em particular, os dois modelos eram referendados, na mesma peça publicitária há a seguinte frase *Faca o que ja fazem todas as mulheres elegantes da Europa e America do Norte ()*¹⁰⁶ e uma ilustração de um casal, provavelmente europeu, provavelmente do século XVIII Familiar às prováveis leitoras e consumidoras, essa imagem evocaria tradição e confiabilidade em um repertório de saberes consolidados da cultura francesa Ao mesmo tempo, a eficácia do produto atestar-se-ia pela sua utilização por parte de uma cultura que representava, de forma cada vez mais incisiva, o que de mais moderno se poderia esperar

Sob a ótica das análises das representações, tanto os textos publicitários quanto os artigos da revista trabalham com imagens já presentes na sociedade, em contrapartida, esses mesmos veículos contribuem para reforçá-las ou enfraquecê-las¹⁰⁷ Assim sendo, as mensagens transmitidas nunca são como uma via de mão única, mas constituintes e constitutivas do imaginário social, e mais especificamente, de um imaginário em torno da beleza feminina, da tradição, da modernidade

¹⁰⁵ Id p 70

¹⁰⁶ Id, ibid

¹⁰⁷ Em conformidade com formulação de Sandra Jovchelovitch As representações sociais emergem desse modo como processo que ao mesmo tempo desafia e reproduz, repete e supera, que é formado, mas que também forma a vida social de uma comunidade JOVCHELOVITCH, S Vivendo a vida com os outros intersubjetividade espaço público e representações sociais In GUARESCHI, P, JOVCHELOVITCH, S (orgs) *Textos em representações sociais*. Petropolis Editora Vozes, 1994 p 82

Tampouco os modelos são unívocos pode-se perceber, nesses pequenos extratos, o quanto e complexo o jogo de apropriações de referências culturais, e quanto os discursos devem ser compreendidos em sua historicidade. O conflito presente no Anuário das Senhoras entre os posicionamentos quanto a busca ou a preservação da beleza eram conflitos presentes na sociedade, enquanto se procurava consolidar uma indústria da beleza, ou via importação, ou via produção nacional, ainda existiam, de forma muito presente, os saberes “caseiros” sobre o tema. Se o responsável pelo tal artigo se mostrava reticente, talvez muitas das leitoras também se sentissem assim. Como diz uma delas:

No meu tempo de jovem, não havia uma preocupação tão grande com a beleza da mulher – que hoje em dia você trata de tudo, do cabelo, dos olhos, da pele, dos braços, das pernas, tudo tem seus cremes especializados. Naquela época não tinha nada disso. O “fino” era o sabão de coco. Esse era o mais fino. Então quando anunciavam alguma coisa a gente ficava meio desconfiada.¹⁰⁸

Mas aparência não deveria ser a única preocupação das leitoras em relação a si. Ao lado dos discursos que orientavam sobre a beleza feminina, um outro aspecto bastante explorado naquele número de 1934 foi sua saúde, alias, em vários momentos, beleza e saúde estiveram atreladas nas páginas do Anuário das Senhoras.

2.2.2 A saúde dos corpos

Nos idos de 1930, a instituição da Medicina, por meio do seu porta-voz, o médico, já havia adquirido notória respeitabilidade perante a sociedade brasileira. Mesmo com certo atraso em relação ao saber e as técnicas médicas da Europa e dos Estados Unidos, as faculdades de Medicina, principalmente a da Bahia e a do Rio de Janeiro, exerciam a função de formar os profissionais da área que, por sua vez, ajudavam a criar a necessidade dos seus conhecimentos. Ao mesmo tempo, os avanços naquele campo permitiram que, entre as

¹⁰⁸ Depoente nº1 em entrevista realizada em novembro de 2003

diversas modalidades cada vez mais segmentadas os cuidados médicos com as mulheres fossem também cada vez mais específicos

Os avanços do saber médico em relação ao corpo feminino foram maiores a partir do século XIX, com o nascimento da obstetrícia nas faculdades de medicina na Europa e o aumento paulatino da participação dos doutores durante o processo de gestação e parto das pacientes. Onde antes só participavam mulheres, por entender-se que o parto, quase um ritual, só poderia ser exercido entre elas, a instituição científica foi abrindo espaço no sentido de enquadrar essa prática como passível de medicalização e atendimento especializado, em detrimento da figura da parteira, que seria, doravante, considerada despreparada para o exercício de tal função¹⁰⁹

Ao mesmo tempo em que se medicalizava a função primordial da “entidade” Mulher, dar a luz, o corpo feminino e suas funções também iam sendo decifrados pelos profissionais da Medicina. As doenças das mulheres seriam então sujeitas a intervenção médica, e nesse processo de conhecimento e classificação dos males os órgãos sexuais femininos foram os principais motivos de investigação profissional.

A clivagem fundamental entre homens e mulheres e a sujeição dessas a suas funções sexuais era um tema já bastante discutido entre os médicos ao longo do século XIX, bem como a associação entre os órgãos femininos e o comportamento das mulheres, principalmente a instabilidade dos ânimos femininos. As mulheres eram “naturalmente” nervosas e propensas a histeria por conta de sua constituição “naturalmente” sexual. Para essa concepção, Foucault usou o termo *histerização* do corpo feminino.

Triplíce processo pelo qual o corpo da mulher foi analisado – qualificado e desqualificado – como corpo integralmente saturado de sexualidade, pelo qual esse corpo foi integrado sob o efeito de uma patologia que lhe seria intrínseca, ao campo das práticas médicas, pelo qual, enfim, foi posto em comunicação orgânica com o corpo social (cuja fecundidade regulada deve assegurar) com o espaço familiar (do qual deve ser elemento substancial e funcional) e com a vida das crianças (que produz e deve garantir através de uma responsabilidade biológico-moral que dura todo o período da educação) a Mãe, com sua

¹⁰⁹ MARTINS, A. P. V. *A medicina da mulher: visões do corpo feminino na constituição da obstetrícia e da ginecologia no século XIX*. Tese de doutorado. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2000.

imagem em negativo que é a mulher nervosa, constitui na forma mais visível dessa historicização¹¹⁰

Associavam-se os principais males, ou o que se entendia como tal, ao aparelho reprodutivo. Associação respaldada durante muito tempo, e que fica evidente nas páginas destinadas à saúde das mulheres no Anuário das Senhoras de 1934

A época passada a fase das campanhas sanitárias do começo do século XX, a Ciência Médica, no Brasil, atravessava um momento de valorização, como já foi dito, com a realização de campanhas pela educação higiênica da sociedade e a presença maciça de profissionais da Medicina no corpo social.¹¹¹ Como apontado anteriormente intensificou-se a compreensão do corpo feminino pela Medicina, acompanhada pela indústria farmacêutica, que passaria a oferecer a cura para os mais diversos males das damas. O Anuário das Senhoras seria um veículo fartamente utilizado para a sua publicidade

Nesse contexto, os medicamentos reguladores do fluxo menstrual ganhavam um espaço que só faria aumentar nos anos seguintes. Um deles, o “Cunhandy” é exemplar no que diz respeito à associação entre os “males íntimos” das mulheres e seu comportamento geral. O anúncio, de uma página, estampa a foto de um casal cinematográfico, e a mulher pede ao marido: *Não te esqueças de trazer um vidro de Cunhandy, sim, meu querido? Ieras a tua mulheirinha sempre vigorosa, sadia, forte, satisfeita e carinhosa. O Cunhandy é o meu tesouro!*

Um pouco abaixo do texto principal, os benefícios do produto: *O Cunhandy – regularização dos fluxos menstruais, rigidez dos seios, melhoramento da pele () e um medicamento verdadeiramente maravilhoso, contribuindo para o aumento da beleza da mulher e restabelecimento imediato da sua saúde, como o provam milhares de atestados de médicos e de senhoras de todos os Estados do Brasil. Ação milagrosa.**

¹¹⁰ FOUCAULT, M. *História da Sexualidade. A vontade de saber* v. 1. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

¹¹¹ SIGOLLO R.P. *op cit*

* Ilustração no fim do capítulo

Essa peça publicitária é interessante por trazer como argumentos dois focos o relacionamento entre os gêneros e a saúde feminina propriamente dita. E fica bem claro que o primeiro aspecto é o argumento principal. É óbvia a relação entre as regras e o comportamento feminino, principalmente em relação ao marido. A sequência dos adjetivos aponta para o fim principal, que levaria, por isso mesmo a colaboração masculina para a compra do medicamento *vigorosa, sadia, forte, satisfeita e carinhosa*. O uso do pronome possessivo com o diminutivo, *tua mulherzinha*, transmite ainda a sensação de vulnerabilidade da esposa, que necessitava do desvelo do parceiro. A concepção histórica da incapacidade feminina, civil, jurídica e econômica, em relação ao gênero oposto, refletia-se aqui, ainda que suavizada. Nesse primeiro plano, não são utilizados termos da Medicina ou respaldo científico, a concepção cristalizada do corpo “histerico e suficiente para legitimar a necessidade do produto”.

Após o primeiro impacto, as propriedades do Cunhandy são, por fim, anunciadas. A ampla gama de benefícios anunciada não foge à tradição de publicidade de remédios como analisa Temporão referindo-se à publicidade de medicamentos dos primeiros anos do século XX: *Verdade! Os balsamos que a tudo curam, os remédios da época resolvem quase todos os problemas*¹¹². No caso do Cunhandy, esse se propunha a resolver o que se considerava em grande medida, os principais problemas das mulheres, que por sua vez tinham uma causa definida: seus órgãos reprodutores.

Um outro produto, ‘A Gravidina’, do Doutor Zuquim, garantia um parto seguro, acompanhando o movimento de medicalização do parto comentado há pouco: passível também de intervenção medicamentosa. O ato deixaria de ser guiado essencialmente pelo curso natural do corpo humano, ou, ao menos, a intervenção exterior tornaria essa experiência menos dolorosa. A Gravidina, além de ser indicada para a amamentação, *prepara o parto fácil/robustece o organismo da mãe com elementos nobres e constructivos para gerar um filho forte e sadio*¹¹³, segundo anunciava a publicidade. Um outro produto, o Elixir

¹¹² TEMPORÃO, J. G. *A propaganda de medicamentos e o mito da saúde*. Rio de Janeiro: Graal, 1986, p. 45.

¹¹³ ANNUARIO, p. 44.

Galactoseno, de fórmula do Dr. Miranda Carvalho, anunciava a tonificação do organismo e a produção de leite. Completavam a peça os dizeres – *Toda mãe deve amamentar seu filho*¹¹⁴ - e a ilustração de uma mulher dando o peito a criança. A preocupação com a amamentação apareceria em outro momento na revista e posteriormente será analisado. A preocupação tão atual para que as mães amamentem seus filhos já era dirigida a gerações anteriores.

Ao veicular notícias ou anúncios sobre a saúde, a revista colocava ao alcance das leitoras um novo repertório semântico o qual elas poderiam já ter ouvido, devido a intensificação da presença médica no corpo social, mas que talvez pouco soubessem sobre seu significado. Por exemplo, na mesma página do anúncio do *Soro W-5*, tratado no item anterior, uma peça publicitária da *Perolas Titus* e emblemática*

Logo de início, apresenta uma pergunta: *Que são os hormônios?* Na ilustração, um médico faz a explicação a um casal sobre a gravura do corpo humano, e o texto apresenta o mal que se quer curado: *Esgotamento nervoso, decorrente da asthemia (sic) sexual, domina o indivíduo () Esse estado não respeita idade nem condição social () desatmos fataes deverão levá-lo a fazer o tratamento hoje tão fácil, pela hormoterapia, a moderna medicina baseada não na química mas nos elementos da própria natureza*¹¹⁵

O termo hormônios, apesar de não estar explicado de forma clara, e imediatamente associado aos órgãos sexuais e sua debilidade, com o emprego do termo *asthemia*. O prognóstico corrobora a tese da vinculação entre órgãos sexuais e comportamento nervoso reafirmando a sujeição desse em relação aqueles *domina o indivíduo*. Não são poupados adjetivos para transmitir as consequências fatais que tal situação acarretaria, a infalibilidade da doença, sua supremacia em detrimento do corpo humano são evocados *não respeita, desatmos fataes*

Em contrapartida, a redenção pela Medicina. O texto conduz o leitor passando dos aspectos negativos para os positivos, indo de uma situação quase catastrófica para sua

¹¹⁴ Id., p. 35

* Ilustração no fim do capítulo

* Ilustração no fim do capítulo

¹¹⁵ ANNUÁRIO,,p. 03

solução, encontrada tão somente na intervenção medicamentosa. Transmite-se a mensagem de que sozinho, o indivíduo não tem domínio de seu corpo, ao menos nas ocasiões em que esse adocece. Se havia, no corpo social e dentro do próprio Anuário um discurso segundo o qual as mulheres eram responsáveis por seus corpos e podiam melhorá-los, por outro lado transmitia-se o limite dessa autonomia individual e o momento em que era necessária uma intervenção externa e, principalmente, especializada.

E nesse momento que, por meio da imagem, se evoca o médico, instituído socialmente do poder de falar sobre doenças e curas, reiterando o aspecto científico, a doença tem uma identidade, mas não na expressão de sofrimento de alguma vítima, e sim devidamente detectada pelo cientista no interior do corpo humano.

Trata-se de uma peça publicitária, o que torna inteligível o emprego da ideia de modernidade, presença constante nesse tipo de discurso *moderna medicina*, entretanto, o anúncio já responde aos receios dos receptores da mensagem quanto a utilização de meios alopáticos para cuidar de sintomas que até pouco tempo eram tratados de forma artesanal. As *Perolas* eram elaboradas com ingredientes naturais, em detrimento da química, apesar de pouco se esclarecer quanto aos tais *elementos da própria natureza*.

A tônica dessa peça publicitária levanta algumas questões sobre a fase por que passava a comercialização de medicamentos naquele período. Havia, por um lado, a resistência enfrentada pela indústria farmacêutica para se estabelecer, já que era ainda muito recente a novidade da substituição das fórmulas artesanais de medicamentos pelos frascos e comprimidos produzidos em grande escala, para os padrões da época.

Por outro, apontava para a mudança de paradigma na legitimação do que se tornara definitivamente um produto vendável, qual seja, a própria saúde. Nesse sentido, é importante observar que, nesse primeiro número, ao lado da publicidade de medicamentos, há um número significativo de anúncios de farmácias, como o da Drogeria Sul Americana, que prometia vender remédios *quasi de graça*.

Os primeiros “reclames” de remédios traziam indicações vagas e pouco objetivas, como aponta Temporão¹¹⁶, e utilizavam fartamente uma linguagem literária – não se pode esquecer a carreira que literatos de talento exerceram nos meios publicitários, criando pequenos poemas e histórias para os produtos a venda. Além disso, muitos dos textos eram saturados de adjetivos e imagens fortes, ora transmitindo mensagens até funestas, ora evocando os sentimentos mais nobres, principalmente maternos, de zelo e devoção por sua própria saúde e de seus próximos.

No Anuário das Senhoras de 1934, percebe-se claramente, nas peças publicitárias, a substituição daqueles recursos por outros de cunho mais técnico, para a época, bem como a consagração da figura do Médico como o principal autorizado a sentenciar sobre a saúde e a doença.

Os doutores eram constantemente evocados. Dessa forma, punham-se a venda as pastilhas do Doutor Richards, o Tonofosfan – *preparado por iniciativa e cooperação do professor Blum, director do Instituto Biológico de Francfort*¹¹⁷ a Gravidina do doutor Zuquim, e exemplo maior dessa identificação, as Grantilhas do Dr. Grant.

Quando o assunto são medicamentos, ao menos nesse número a importância maior foi dada ao título de médico do que a sua nacionalidade, ao contrário do que ocorreu com os produtos de beleza. Existia mais um fator implicado, que era a própria procedência do tratamento, como por exemplo, *o Instituto Biológico de Francfort*, mas de qualquer forma o título de Doutor parece ter sido o bastante, na maioria dos casos.

Mais uma vez, o material relacionado a saúde corrobora o argumento de que não existe uma única orientação norteando a revista, e esse mesmo número do Anuário traz uma matéria em que um médico alerta para o consumo exagerado de medicamentos. O texto *Hygiene e Saude*¹¹⁸, de autoria de um certo Doutor Aubry recomenda *confiar no médico obedecendo-lhe aos ditames*, e só fazer uso dos remédios quando ele assim o orientar. O doutor apresenta ainda uma lista da infimidade de tratamentos químicos no mercado daquela época: *o ‘Arhenal’*

¹¹⁶ TEMPORÃO, J. G. op. cit.

¹¹⁷ ANUÁRIO, p. 44.

¹¹⁸ Id., p. 62.

*e estimulante inegável do appetite o venal faz dormir a aspirina serve a muitas dores, a trinitoglicerina evita crises de angina do peito, a adrenalina acaba instantaneamente com as crises de asthma () As insomnias, não só se tratam com soporíferos, hoje tão na moda principalmente pelas damas de alto moda, que se queixam dos nervos e abusam de hypnoticos*¹¹⁹

Outra perspectiva é a da nota a página 05, sem autoria. Orienta quanto ao problema de *mãos húmidas*, que indicariam *mau funcionamento do aparelho digestivo ou anemia* e a recomendação e de tratamento caseiro

Ha um hiato entre a publicidade e o os textos publicados, no que diz respeito a doenças a serem combatidas. Os artigos tratam dos problemas de saúde de uma forma ampla, ditando orientações na direção do todo saudável, apropriando-se de preceitos disseminados na sociedade, sendo que a ideia de higiene era o principal norteador. As agruras das epidemias de varíola, febre tifoide, impaludismo e febre amarela que assolaram o país nos primeiros anos do século XX¹²⁰ ainda estavam frescas na lembrança e as campanhas higiênicas daqueles tempos ainda ecoavam, por isso a orientação incisiva de educar a população em hábitos mais salubres. Tal como instituições médicas e políticas, o Anuário buscava extirpar de uma vez por todas a imagem da doença que maculara a *Belle Époque* brasileira retomando o artigo ‘As morenas triunfantes’, o autor descarta um certo tipo de beleza feminina, as mulheres louras, pelo fato de que aquele aspecto lembrava o tempo da tuberculose – molestia que se queria definitivamente eliminada.

A educação higiênica também rendeu produtos para a assepsia feminina, anunciados em peças publicitárias que traziam as mulheres preparando-se para o banho, como, por exemplo, o anúncio de Metrolina* *As senhoras não dispensam Metrolina na sua hygiene íntima por ser o unico producto que satisfaz todos os requisitos*¹²¹ Mensagem bastante vaga quanto a esses requisitos, mas que certamente era entendida, pois essa ideia estava

¹¹⁹ Id, ibid

¹²⁰ Segundo informações de SEVCENKO N op cit

* Ilustração no fim do capítulo

¹²¹ ANUARIO, p 47

disseminada por toda a revista. Faz-se mister ressaltar, mais uma vez, a imagem do banho, e a ilustração de uma mulher seminua, enrolada na toalha, de novo o reforço a uma prática cujos contornos haviam se alterado, em relação às mulheres. Aliás, passa a ser bastante comum, na revista, essa ilustração da dama preparando-se para o banho.

Um dos principais aspectos da linguagem publicitária e que essa estava encarregada de transformar os remédios em mercadorias, e criar sua necessidade no cotidiano das leitoras e de suas famílias. Como aponta Lefevre, a mensagem publicitária dos medicamentos faz da doença uma presença constante e “natural” no dia a dia das pessoas¹²², essa sentença fica bastante clara no caso dos reguladores femininos, já que a “situação delicada” acompanharia as mulheres todos os meses do ano, inevitavelmente. Mas outros tipos de medicamentos também estiveram à venda no Anuário das Senhoras daquele ano de 1934, dentre a lista de preocupações das leitoras, a saúde figurava como uma presença constante, e atingi-la era uma prioridade.

A Cafiaspirina, anunciada a página 59, era indicada para a cura de *dor de cabeça de dentes ou de ouvidos, (), neuralgia, enxaqueca e transtornos próprios do sexo*. A propaganda buscou trazer a aquisição de medicamentos a um plano cotidiano, e comparou o zelo feminino na compra de tecidos ao cuidado na compra de medicamentos. O infalível slogan “Se é Bayer, é bom” já estava presente no anúncio.

Mesmo as “orientações higiênicas”, que davam a tônica das matérias sobre esse tema na revista, eram retrabalhadas pelos anúncios de medicamentos. Bom exemplo disso é a peça publicitária do Hexoplan, também da Casa Bayer, que parecia ter um nome já consolidado no mercado de medicamentos. A campanha, intitulada “Flor de Estufa”, comparava o modo de cultivo dessas plantas e a vida das pessoas que tinham que abandonar a vida no campo e viver na cidade, () *tornando-se artríticos, reumáticos, eczematosos, devido, sobretudo, a alimentação, a permanência em escritórios e lugares mal arejados e ensolarados*¹²³

¹²² LEFEVRE, F. *O medicamento como mercadoria simbólica*. São Paulo: Cortez, 1991.

¹²³ ANUÁRIO, p. 20.

Desde os primeiros anos da era Vargas, o incentivo a industrialização teve como uma de suas consequências o crescimento urbano – se em 1920 a proporção de moradores nas cidades era de dois para cada dez brasileiros que moravam no campo nos anos de 1930, a proporção era de quatro para dez¹²⁴. Esse movimento migratório e a vivência de uma nova experiência nas cidades foi o argumento utilizado pela publicidade enfocando o lado negativo dessa mudança. A solução, segundo o anúncio, passava pela orientação de estar algum tempo ao ar livre, mas isso estava longe de ser suficiente, só o Heloplan seria capaz de () *descarregar os uratos que não foram convenientemente eliminados* ¹²⁵.

Alem do cuidados com seus corpos em questões de saúde e de estética, as leitoras do Anuário preocupar-se-iam ainda em como cobri-los, ou seja, o que vestiriam.

2.2.3 Vestindo as damas

Em 1934 o processo industrializante pelo qual passava o país atingira também a indústria de tecidos. A euforia dos fabricantes pelo impulso ao seu mercado estava bem marcada no discurso publicitário veiculado no Anuário das Senhoras, que apresentava anúncios de várias casas especializadas no ramo. Ao tomar como parâmetro a revista, afe-ri-se que os negócios com os tecidos pareciam mesmo atravessar uma boa fase, a campanha publicitária da “Casa de Tecidos Barboza Freitas & Cia” comemorava esse bom momento. *E agradável registrar que a senhora mais elegante e distinta pode apresentar-se em toda a parte com sucesso vestindo exclusivamente tecidos brasileiros*. Em destaque, lê-se *O formidável progresso da indústria de tecidos no Brasil/ Preços baratíssimos* ¹²⁶.

A venda de tecidos de algodão e principalmente seda, essa a mais em voga de acordo com os anúncios, era anunciada em muitas páginas do exemplar, e grande destaque era conferido a fabricação nacional. Ainda era pouco comum a compra de roupas prontas, sendo

¹²⁴ Segundo informações de DEL PRIORE, M., VENÂNCIO, R.P. *O livro de ouro da História do Brasil*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001 p. 320.

¹²⁵ ANUÁRIO p. 20.

¹²⁶ Id., p. 22.

mais corrente o hábito das senhoras de comprar fazendas e costurarem, elas mesmas ou um profissional de sua confiança o modelo que mais lhes aprovesse. Assim sendo, e inteligível a grande ênfase na publicidade de tecidos, pois, afinal, essa era a matéria-prima necessária para as criações de moda.

Um recurso bastante utilizado no discurso publicitário das casas de tecido e a imagem de uma mulher com o colo envolto por fazendas. É bem sabido que a linguagem publicitária vale-se de associações mais ou menos inconscientes para persuadir os consumidores potenciais, como aponta Burke ao analisar, entre outros, anúncios recentes que aliam carros e potência, ou então cigarros e virilidade¹²⁷

No caso dos anúncios no Anuário das Senhoras, o tecido, fase inicial do que viria a ser a roupa, e apresentado como uma extensão do corpo feminino, ao mesmo tempo em que o adorna e o aconchega. Bela solução para dar vida e graça a um material cuja característica crucial e seu estado de vir a ser. Assim mesmo, essa peça sem forma, que pouco poderia mostrar em relação a cores ou texturas – os anúncios são em preto e branco e as ilustrações dos tecidos são genéricas sem detalhes – transmitia todo seu potencial através de sua associação com a imagem feminina, envolvendo-a*.

Como contrapartida, praticamente não há publicidade de casas que vendiam roupas já prontas para o uso. Ainda demoraria um pouco até que os grandes magazines popularizassem e pusessem a venda as criações inspiradas na alta costura, uma das principais referências da moda naquele momento, e cujo berço era a França. Segundo Lipovetsky, após a Primeira Guerra, () *Paris dita a moda com a hegemonia da alta costura aparece uma moda hipercentralizada, intencionalmente elaborada em Paris e ao mesmo tempo internacional, seguida por todas as mulheres up to date do mundo*¹²⁸

No entanto, sinais de mudança eram visíveis no Anuário. Mudança, mais uma vez, introduzida pelo cinema hollywoodiano. Se a alta costura francesa era o paradigma de criação

¹²⁷ BURKE, P. *Testemunha ocular: História e imagem*. Bauru: Edusc, 2004.

* Ilustração no fim do capítulo.

¹²⁸ LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 73.

de moda, as atrizes do cinema davam vida e movimento a modelos apenas expostos nos manequins ou descontextualizados nos desfiles de modas. E essa a ideia que deixa transparecer o artigo “Na moda”, por Sorciere, colunista de presença frequente na publicação. No artigo, a autora traçava um breve panorama da situação da moda daqueles dias, se não minimizando a importância da França, ao menos a colocando em pé de igualdade com as criações cinematográficas:

A moda actualmente não nos vem só da capital francesa também nos é imposta por Adrien, costureiro das artistas cinematográficas que trabalham na América do Norte. Se um figurino parisiense nos agrada, também nos encanta um modelo apresentado pela estrela tal em tal ‘film’. Assim a mulher de hoje mais fácil soluciona a tarefa de vestir com elegância porquanto aprecia a par da figura fria do figurino a figura animada dos ‘films’ de actualidade.¹²⁹

A ideia da imposição da moda via Estados Unidos deixa, mais uma vez, transparecer a força daquela potência como modelo para outras sociedades. A palavra *imposta* pode ainda ser associada a estrela hollywoodiana, cuja atitude era mesmo de imponência na grande tela. Assim sendo, cenas de filmes eram reproduzidas em forma de fotografias, trazendo para as leitoras as maiores novidades em roupas e acessórios:

As duas referências, francesa e norte-americana, estão visíveis também no uso das palavras, ao lado dos vocabulários franceses que indicavam peças de roupas ou qualidades de tecidos, como *negligee* ou *voile*, aqui e ali aparecem peças como *sweater*, por exemplo. Tais palavras remetiam a uma série de valores, que o uso de adjetivos vinham reforçar: *sweater* moderno, *lingerie* elegante, etc. Tradição e elegância francesa, modernidade estadunidense, atributos não usados ao acaso, mas inseridos em um repertório de signos comuns ao corpo social e principalmente às leitoras, supunha-se:

Acessórios como jóias, criadas para () *proporcionar as delicadas representantes do bello sexo adornos de feitura de valia*¹³⁰, luvas, bolsas e chapéus que, segundo a revista ()

¹²⁹ ANNUARIO, 1934, p 165

¹³⁰ Idem, p 39

*expressam a moda no seu eterno capricho de mudar de tempo a cada estação*¹³¹ completavam a editoria. O conjunto desses elementos, roupas e complementos, podem ser interpretados à luz das reflexões de Lipovetsky sobre a moda no sentido estrito¹³². O autor usa essa expressão para designar a passagem da roupa como vestimenta a roupa que ultrapassa a função básica de cobrir o corpo para atuar como um significante de valores ligados a individualidade, a modernidade e a distinção, entre camadas sociais e entre os gêneros. Nessa linha, esses *pequenos nada*s que preenchem o Anuário têm papel fundamental no sistema da moda.

Ainda no tema da moda, vale mencionar uma referência que, apesar de discreta, suscita reflexões. A página 25, há uma menção ao Japão. Duas fotos de mulheres, uma japonesa e outra francesa provando roupa na modista, e acompanhada da seguinte legenda: *A parisiense e submissa a moda. A japonesa também!*. Por um lado, a lembrança a uma cultura exótica aos ocidentais pode estar relacionada, nesse momento, com a entrada de imigrantes japoneses no Brasil, por outro, há que destacar que, no contexto mundial, esse foi um período em que o Japão emergia enquanto potência e essa referência pode ser interpretada como uma das vias possíveis de ocidentalização daquele país.

No entanto, o carro-chefe das páginas destinadas a moda, nessa e nas edições posteriores, eram, sem dúvida, os modelos de vestidos de noivas. Esse primeiro número já apontava para uma disposição editorial que se concretizaria nos números seguintes: fotos mais nitidas que o resto, maiores, em grande quantidade. Giloa de Mello e Souza analisa a relação entre modos de trajar e mudanças sociais de maior alcance, e encara a vestimenta como uma linguagem simbólica, *() para tornar inteligíveis uma série de ideias como o estado emocional, as ocasiões sociais, a ocupação ou o nível do portador*¹³⁴.

E de acordo com a autora, a moda, para as mulheres burguesas do século XIX, era a sua expressão principal, em relação ao gênero masculino, sua forma de individualização e até um instrumento de poder, o poder da sedução que lhes era vetado por conta dos rígidos

¹³¹ Idem, p. 135

¹³² LIPOVETSKY, G. op. cit.

¹³³ Id. p. 25

¹³⁴ SOUZA, G. M. *O espírito das roupas: a moda no século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 125

padrões de decoro mas que era exercido através dos vestidos, dos detalhes do movimento de esconder e mostrar. Segundo Gilda de Mello e Souza, o fim principal dessas estratégias das mulheres burguesas era o casamento, nesse sentido, em um jogo em que a vestimenta tem papel fundamental, pode-se pensar na importância do vestido de noiva para as mulheres não só do oitocentos, que a estudiosa aborda mas para as mulheres da década de 1930, cujo lugar social ainda estava muito demarcado com sendo o espaço privado e o matrimônio.

Assim sendo, no *Anuario das Senhoras*, os vestidos de noiva tinham um destaque especial. E a maneira com eram tratados os modelos também diferia dos outros figurinos da revista. Além do aspecto visual já referenciado, geralmente as fotos são acompanhadas por textos, legendas um pouco mais extensas que o habitual, onde cada palavra contribuía para coroar aquele que seria, supunha-se, o momento mais importante da vida de uma mulher.

Na maioria das vezes as fotografias são ambientadas nas igrejas, e então se descrevem os vitrais, os detalhes dos vestidos, e os textos têm um certo ar poético, reforçado por adjetivos que evocam feminilidade, doçura, delicadeza: *bella noiva / singeleza de corte magistral / noiva encantadora, loura e bonita / toilette especialmente diaphana*.

E, vestindo essas criações, muitas atrizes de Hollywood em atuação: Jeannette MacDonald, Sally Blanc, Mary Carlisle entre outras. É preciso ressaltar que os modelos de beleza, de moda ou de comportamento são adequados ao contexto, e, nesse sentido, a revista apropria-se de uma imagem que muitas vezes pouco condizia com a realidade das atrizes.

Um casamento estavel, feliz, que se julgava desejado pelas leitoras, nada tinha a ver com os relacionamentos conjugais de grande parte dos ídolos do cinema, cuja não-concordância com padrões tradicionais obrigava os estúdios e agentes a montarem fortes esquemas a fim de se evitarem escândalos, envolvendo viagens, declarações compulsórias, casamentos arranjados às pressas.

Por vezes o comportamento dos atores e atrizes fugiam ao controle, vindo à público apesar de todos os esforços para que se mantivessem em segredo. Nesse sentido, esse número da revista traz um artigo que é esclarecedor quanto à construção de modelos, as adequações por que passava, para que correspondesse ao que se julgava ideal para as leitoras. Cientes dos

escândalos e da conturbada vida conjugal de astros e estrelas a matéria “A caminho das bodas de ouro evidenciava a estabilidade de alguns casais cinematográficos *Nem todos se divorciam em Hollywood Vejam a lista abaixo dos casais felizes da Cinelandia*¹³⁵ Segue então, uma lista com o nome de treze casais e o tempo de duração de sua união, sendo que o máximo chegava a 34 anos. Mesmo em um meio tão conturbado em relação a essa questão, como era o de Hollywood, filtravam-se as informações, para que pudessem ser veiculadas as senhoras.

Depois do casamento, a noite nupcial. A entrada na vida conjugal também era cotejada pela revista, que trazia sugestões *em negligees e camisas de dormir*. Ênfase que aumentaria nos números seguintes, sendo nesse apresentadas algumas poucas sugestões.

Lembrando mais uma vez Gilda de Mello de Souza, a partir da segunda metade do século XIX as mulheres que passaram a participar do mundo do trabalho viram-se pouco a vontade para transitar em um ambiente, em essência masculino. Ao se depararem com outras possibilidades além do espaço privado, encontraram dificuldades em ser reconhecidas, e uma das formas de buscarem a igualdade foi a mudança de trajes, que perderam parte de seu poder de sedução. Nessa linha, pode-se pensar nas roupas de baixo anunciadas no Anuário das Senhoras de 1934, como último reduto de um poder relacionado diretamente às mulheres, o poder de seduzir o gênero oposto. Tal impressão é reforçada pela disposição da seção de lingeries na revista, sempre após os vestidos de noiva, e entremeada por conselhos de como proceder na vida conjugal.

Por outro lado, desde o começo do século, a educação das moças, principalmente nas instituições católicas, estava calcada em bases morais bastante rígidas, e trabalhava a repressão dos desejos sexuais das jovens¹³⁶. Mesmo depois de casadas, a preservação moral das esposas era uma prerrogativa importante, e a iniciação à vida sexual era tratada de forma velada ou incompleta. Tampouco nas revistas femininas tratava-se abertamente dessa matéria, entretanto, não se poderia ignorar a sua existência, nem o interesse nela. Esse assunto

¹³⁵ ANNUÁRIO, 1934, p. 49

¹³⁶ TRINDADE, E. M. C. op. cit.

continuava delicado nos anos de 1930, dessa maneira, a veiculação de modelos de lingerie pode ser entendida como uma alternativa de tratar desse aspecto da vida matrimonial, tão cercada de ressalvas e meias palavras

2.2.4 Cultivando o espírito

Uma das características que acompanharam as revistas femininas, desde os primeiros títulos, inclusive as publicadas sob a rubrica de feministas, foi a valorização da instrução das mulheres e a ênfase na sua formação intelectual. A ideia de emancipação dava a tônica nos exemplares do começo do século XX, as revistas posteriores não contemplariam esse horizonte, mas ainda assim cotejariam textos literários e uma gama de informações “eruditas”

Para além das intenções da sociedade ou do corpo editorial quanto a formação das mulheres, uma outra perspectiva não pode ser esquecida: o interesse das próprias leitoras, cujo ritmo de vida na maioria das vezes permitia saborear com um encanto e um prazer únicos cada linha dos poemas, cada história, cada curiosidade que o Anuário trazia, depositário de tesouros lidos e comentados, e fonte valiosa para o cultivo intelectual.

Um dos temas presentes nesse enfoque do primeiro número da revista é o das biografias. O sentido dado ao termo diverge da tendência moderna da biografia histórica, em que trajetórias individuais são recuperadas em seu contexto mais amplo.

Tal vertente resgata as vivências individuais dos sujeitos históricos não em busca de uma conduta modelar, mas enfocando uma experiência fragmentária, bem como são fragmentadas as próprias realidades (que não é mais única). Como observa Borges: *Os atores históricos () não são modelos de coerência, continuidade, racionalidade, as tensões entre o vivido e o imaginado e o desejado são fundamentais*¹³⁷. Nessa linha, não se trabalha a ideia de uma estrutura determinando comportamentos e tampouco indivíduos como “traduções” de

¹³⁷ BORGES, V. P. Desafios da memória e da biografia: Gabrielle Brunesieler, uma vida (1874-1940). In BRESCIANI, S., NAXARA, M. (orgs) *Memória e (res)sentimento: indagações sobre uma questão sensível*. Campinas: Editora da Unicamp, 2001. p. 306.

uma época. A interação entre os dois âmbitos é o que permite ao estudioso investigar as possibilidades múltiplas de uma dada historicidade.

As biografias selecionadas pelo corpo editorial do Anuário passam ao largo dessas considerações, as 'mulheres célebres' que tiveram sua vida contada nesse número da revista exerceram grande influência sobre outros personagens famosos, segundo a revista:

O enfoque, nesse número, é dado primeiramente a vida amorosa das biografadas. Assim, destacou-se a beleza de Madame de Recamier e sua influência sobre os homens. Da mesma forma é retratada Bettina d'Arnim, cuja formosura foi capaz de seduzir Goethe e Beethoven. A Duquesa Du Maine, no entanto, foram destacadas outras qualidades. *Revolucionou governo e sociedade na época de Luiz XIV levando uma vida bizarra () so teve acima della, apenas em algumas qualidades, Madame de Stael*

Tomando por base esse padrão seguido pelo corpo editorial do Anuário nesse número, percebe-se que, apesar do discurso tradicional que permeia toda a revista, ancorado no tripe mãe-esposa-dona de casa, coerente com o que se esperava da maioria das mulheres do período, há momentos na revista em que tais premissas são confrontadas com outras que mostram mulheres que questionaram seus papéis em relação ao gênero oposto.

Se por um lado é evocada a imagem da mulher sedutora por seus atributos exteriores - com o uso de palavras como beleza, graça, suavidade -, por outro é ressaltada a lembrança de que foram mulheres que contestaram seu lugar na sociedade e em algum momento romperam com o lugar social que lhes estava previamente definido.

Nesse sentido, é importante observar a escolha das mulheres biografadas. Bettina d'Arnim, na verdade Bettina von Arnim, escreveu, no século XIX, textos de teor político e contestatório, questionando a educação das moças, em uma época em que era vista com maus olhos a participação das mulheres no mundo das letras, principalmente se fossem escritoras. Germaine de Stael, referendada quando se apresentou a Duquesa du Maine, foi pensadora liberal e criticava, por sua vez, a pouca valorização ao cultivo do espírito nas mulheres, sendo valorizadas somente suas habilidades no lar. São suas as palavras:

Certamente que e muito melhor de um modo geral, que as mulheres se consagrem unicamente as virtudes domesticas mas o que ha de bizarro no julgamento dos homens a seu respeito e que eles perdoam mais facilmente que elas faltem aos seus deveres do que atraiam a atenção pelos seus notaveis talentos eles toleram nelas a degradação do coração em favor da mediocridade do espirito, enquanto a honestidade mais perfeita difficilmente poderia obter mercê para uma verdadeira superioridade¹³⁸

Não se sabe ate que ponto as mulheres que liam o Anuario conheciam a historia dessas personagens e sabiam de suas inclinações contestadoras Ao mesmo tempo, e arriscado afirmar categoricamente que o corpo editorial pretendia disseminar um modelo que contestasse os padrões estabelecidos A revista não trazia muito mais do que pinceladas de informações sobre essas e outras personalidades

O importante aqui e perceber a heterogeneidade de referências que permeiam a publicação, inclusive daquelas pouco associadas a esse segmento editorial no periodo analisado Esses textos deixam antever que, por vezes, dentro do proprio Anuario ha contradições quanto aos modelos propostos Ha que se ressaltar que sua presença no corpo da publicação e bastante sutil em relação a outras referências, mas, de qualquer forma, não se pode afirmar que ha um so modelo, coerente todo o tempo, do que se propunha as leitoras

E certo tambem que o corpo editorial trabalhava essas informações recriando-as, dando maior ou menor ênfase a certos aspectos Assim, o destaque maior e conferido ao poder de sedução das mulheres, depois são realçadas suas aptidões intelectuais A revista parece transmitir a mensagem de que, por mais diferentes e contestadoras que fossem, elas compartilhavam, antes de tudo, da essência feminina que e a beleza e o encanto

Nessa linha, e importante destacar um outro texto, de autoria do Dr Mattos Pinto, intitulado *A inteligencia creadora da mulher*¹³⁹ Nesse artigo, o autor remonta a Grécia Antiga, e enumera mulheres superiores pela sua inteligência As palavras associadas a figuras como Sappho, Aspásia, Corina, Hypacia, entre outras, transmitem, acima de tudo, o gênio

¹³⁸ STAEL, G De la litterature *Apud* DUBY, G , PERROT, M (orgs) *História das mulheres no Ocidente O seculo XIX v 4* Porto Edições Afrontamento, 1991 p 607

¹³⁹ ANUARIO, 1934, p 226

criador *Intelligencia* e a palavra que mais aparece *Intellectual, faculdades creadoras, espirito agil, luminosa, triumphou* também são constantemente utilizadas

Da mesma forma que a inclinação ao “coração” em detrimento do espírito, como o autor deixa claro nessa citação

Se recordamos a intelectualidade de Madame de Sevigne, Madame Stael George Sand, Condessa de Noailles Madame Curie logo vemos Letourneau declarar que sexo feminino e sexo masculino são etiquetas que servem para mascarar homens inferiores as mulheres e para encobrir mulheres superiores aos homens Que significa tudo isso? Significa simplesmente que as mulheres abandonam ao homem a preocupação de resolver a realidade da sua intelligencia preferindo acariciar o ideal do amor Sera que a mulher sente mais felicidade em amar do que em pensar? So ella sabe Não sera a felicidade o mais nobre idcal digno do genio? Talvez a intuição da mulher tenha percebido o que não vislumbrou o espírito do homem

Outra vez, duas referências praticamente opostas que o autor faz dialogar E, nesse caso, o Dr Mattos Pinto explica uma concepção largamente difundida em relação as mulheres, o pendor para as coisas do coração em detrimento da razão, ancorando-a em uma reivindicação que vinha desde fins de século XIX o reconhecimento da capacidade intelectual das mulheres Nesse caso, o doutor vai além e reivindica uma capacidade maior, que pode ser interpretada como uma herança do pensamento positivista comtiano, cujas reflexões foram apropriadas por pensadores da Republica no Brasil Augusto Comte concebeu uma Religião da Humanidade, apoiada em uma característica principal, a capacidade, caracteristicamente feminina, segundo o autor, de doar-se pelos outros, para essa qualidade, Comte criou inclusive, uma palavra o altruísmo¹⁴⁰

Ha resquícios das contestações femininas, mas foram postos de maneira bastante suavizada, e entrelaçada a outras representações Mas, de qualquer forma, os membros que formaram o corpo editorial do Anuario não estavam alheios a tais inquietações, mesmo sabendo da grande possibilidade de que publico leitor não se envolvesse de forma contundente com essas questões

¹⁴⁰ De acordo com TRINDADE, E M C ' Augusto Comte e a mulher o feminino na Primeira Republica In TRINDADE, E M C , MARTINS, A P V (orgs) ' Mulheres na Historia Parana, seculos XIX e XX' Curitiba Universidade Federal do Parana Departamento de História, Cursos de Pos-Graduação, 1997 p 44-61

Outros tipos de textos preenchiam as paginas do Anuario destinadas a literatura. Atrélada a escrita jornalística, escrita em estilo rápido e sobre temas corriqueiros estava a crônica. Logo os leitores perceberam que esse tipo de texto não funcionaria em uma revista anual, devido a sua ligeireza e a rapidez de impressões que se dissipariam tão logo o jornal, onde era comumente publicada, fosse posto fora. Tanto e que esse estilo literario só apareceria no primeiro numero. Escrita por Jack, a crônica *Gill Room* compara o cosmopolitismo do lugar homônimo, através das musicas que lá eram executadas – de tango argentino a musica americana, passando pelo Danubio Azul – ao cosmopolitismo do bairro carioca de Copacabana¹⁴¹. Observações de um flâneur colocadas no papel sem maiores pretensões.

O carro-chefe da seção literaria do Anuario daquele ano de 1934 foram os poemas que tiveram como mote a figura materna, coroados com ilustrações de mães com os filhos pequenos no colo. A esse tema, associam-se elementos externos: o já mencionado discurso sobre a missão sagrada da mulher, que perdurava, e a valorização institucional da figura da mãe naqueles anos de consolidação da politica varguista, que se calcava na valorização da instituição familiar e no papel fundamental da mulher como “formadora de homens” – discurso que, alias, também não era nenhuma novidade, e já tivera sido acotado pelos pensadores da consolidação da Republica.

A valorização da figura materna nos poemas dialogava com a orientação de outros textos literarios. A piedade e o bom caráter feminino eram incitados em textos como um conto quase melodramático, em tom negro, sobre uma criança mutilada no hospital que recebera presentes por conta de seu estado. *Essa criança hoje mutilada não teve, com certeza, jamais, um brinquedo. Era esse seu sonho de menina*¹⁴². Esses textos pediam mais introspecção e reflexão das damas do que ofereciam distração. A literatura, aqui, tinha o *status* de formadora dessas leitoras, não apenas uma maneira de deixar o tempo correr. A ideia de fornecer as senhoras somente textos edificantes, que preocupou as esferas responsáveis pela entrada

¹⁴¹ ANUÁRIO, 1934 p 34-5

¹⁴² Idem, 1934, p 139

feminina no mundo da leitura, ecoava aqui conferindo aos textos um teor humanístico que raramente se veria nos números posteriores

Por fim, um trecho de livro de Alba de Mello irrompia contra a irracionalidade da macumba, prática comum no Rio de Janeiro até o início do século e contra a qual a autora se colocava – uma espécie de versão literária da migração forçada dos pobres, muitas vezes descendentes de escravos para os morros nem como de iniciativas para extirpar suas manifestações culturais, tal qual empreenderam as reformas urbanas do começo do século *Crendices em toda parte, crendices em toda gente, superstições aqui, superstições ali, amassadas na herança de uma literatura toda de fadas, genios, duendes e encantamentos, como a que veio da senzala, trouxeram a 'macumba' a altura que chegou O mundo foi, e e seja formado de crenções e espertalhões A macumba' serve de indice dessa epoca febril e delirante*¹⁴³

Além dos aspectos relacionados ao cultivo individual das leitoras, físico e moral, o corpo editorial do Anuario preocupou-se ainda em orientá-las sobre as coisas ao seu redor e todos os outros elementos que compunham seu mundo

2.2.5 As leitoras e seu mundo

Ao lado dos temas que versavam sobre os cuidados da leitora consigo mesma, fosse em matéria de aparência ou fosse em relação ao cultivo do intelecto, o Anuario das Senhoras, tanto o primeiro número, aqui contemplado, quanto os números posteriores, ocupava grande parte de suas páginas com matérias dirigidas ao gerenciamento da vida doméstica, abarcando todos os elementos que a compunham, o marido, os filhos, a casa, as sociabilidades Educadas para exercerem essas funções tanto no ambiente escolar quanto no ambiente doméstico, com a transmissão “de mãe para filha”, elas podiam ainda tomar contato com esses conhecimentos através da revista que, mais uma vez, participava junto a outros mecanismos na construção de

¹⁴³ ANUARIO, 1934 p 110

representações acerca da realidade, convencionando regras, deveres e atitudes consideradas corretas para o corpo social

Sob esta ótica, entende-se que o Anuario possuía um valor simbólico muito grande, porque depositário de verdades fundamentais, legitimadas pela tradição ou por autoridades pertinentes. O almanaque tinha significado semelhante, *() um objeto de transmissão de experiência, práticas e verdades consideradas válidas, ou buscando validade para o presente e o futuro ()*¹⁴⁴

Um dos aspectos mais importantes abordados é a inserção das mulheres no universo conjugal. São tratados desde o conhecimento do casal até as relações e a convivência pós-casamento. E dado um enfoque bastante grande a questão do sentimento que uniria os parceiros, estavam em jogo as escolhas, e por quais parâmetros elas seriam pautadas.

O amor estava no topo da lista das condições para o casamento. No entanto, as moças casadoiras não deveriam sonhar demasiado com um projeto inatingível. O artigo de Isabel Clark, *“É lógico e prudente esperar um grande amor?”* delimitava o que a autora entendia como a medida ideal para uma escolha acertada. O artigo principia com um conceito pre-determinado sobre as expectativas das mulheres quanto ao seu destino amoroso, que era justamente o sonho de encontrar o “homem ideal”. Entretanto, segundo a autora, tal sonho não era tão facilmente realizável, e partia, então, para alternativas a ele.

Conformar-se ou não com um amor menos intenso era a grande questão, cuja decisão *() depende do temperamento de cada uma e, em menor proporção das circunstâncias*¹⁴⁵. As circunstâncias eram as de ordem financeira, como ficava claro adiante. *Suponhamos () uma dessas meninas de boa condição financeira () que tenham desanimado muitos homens () ela continua a esperar () A mulher normal não é muito exigente. Sabe viver com os demais e a maioria das pessoas entende-se bem com ela. Interessa-se pelos assuntos femininos. Deseja possuir um lar. Em uma palavra deveria casar*¹⁴⁶.

¹⁴⁴ DUTRA, E. R. F. op cit., p. 483

¹⁴⁵ ANUARIO, p. 115

¹⁴⁶ Id., ibid

A autora colocava ainda, com esse texto, um aspecto muito importante o “perigo” de continuar solteira após uma determinada idade. Um “perigo” histórico, a imagem da “solteirona” já incomodava no século XIX, e a presença da mulher sozinha gerava () *desconfiança, rejeição e zombaria* ()¹⁴⁷

Portanto, a opção de escolha era limitada, afinal não se aplicava às mulheres “normais”, mas a uma excepcional parcela de moças muitíssimo bem-nascidas e que não precisavam se preocupar com questões financeiras, cujo destaque reiterava que o matrimônio era, sem dúvida, a melhor opção inclusive no aspecto econômico.

Ademais, as leitoras potenciais do Anuário das Senhoras adivinham principalmente de setores médios da sociedade, e a opção mais viável para elas era o matrimônio, no entanto, sua realidade já abarcava a possibilidade de trabalhar fora, o que não tornava excludente o casamento. Quanto a esse último ponto, vale citar um anúncio do *Methodo de Dactylografia Josephina Meinel*. A publicidade apontava para alternativas que, segundo o texto, constituíam uma realidade bastante presente: *Escrever a máquina é actualmente uma necessidade reconhecida e indispensável, que faz parte da vida prática. Milhares de moças ganham a sua vida honestamente escrevendo a máquina.* Se em último caso as leitoras ideais do Anuário necessitassem trabalhar, era necessário que encontrassem uma ocupação *honestas*. Em que pese a supervalorização de uma determinada situação para realçar a necessidade do produto, a peça publicitária apontava para uma situação real, cujas bases se haviam lançado em um período anterior, como aponta Trindade:

O desenvolvimento da indústria e a expansão do espaço urbano, já no início do século XX, acabam por criar, a longo prazo, aberturas que lhes franqueiam (as mulheres) novas possibilidades na indústria, no comércio, nos serviços ou na administração. Por esses motivos, desde meados do século XIX, as mulheres vão sendo gradativamente solicitadas dentre as camadas médias e proletárias das cidades brasileiras, para suprir de forma efetiva e barata, toda uma faixa do mercado brasileiro¹⁴⁸

¹⁴⁷ PERROT, M. A margem solteiros e solitários. In PERROT, M. (org.) *História da vida privada*. Da Revolução Francesa à Primeira Guerra. v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 299.

¹⁴⁸ TRINDADE, E. M. C. op. cit., p. 262.

Tal situação encontrava continuidade em meados dos anos de 1930. Assim mesmo, o casamento era, previsivelmente, a melhor opção, legitimada em um artigo que defendia a universalidade do pendor feminino ao matrimônio. O texto, de uma revista alemã, intitulava-se “Opiniões de escriptores notaveis sobre a mulher casada nos diferentes paises”. Apesar de serem de nacionalidades diversas, as alemãs, francesas, inglesas, espanholas ou italianas comportavam-se de forma idêntica quando o assunto era a dedicação ao marido.

Ao tratar das brasileiras, o texto assim se manifestava: *A brasileira – embora o feminismo a procure atrair para as repartições publicas, para a disputa de cadeiras no Congresso* (e preciso lembrar que a revista fora realizada em 1933, quando ainda estavam previstas eleições para o ano seguinte) – *ainda pensa em se tornar esposa e mães ideais a semelhança de nossas avós*¹⁴⁹

Consumado o casamento, a opção mais adequada, a revista publicava, então, textos sobre a vivência a dois e os possíveis obstáculos a serem superados. Quanto a esse ponto, um artigo muito interessante deixa bem claro que múltiplas referências perpassavam a revista. Escrito por Porto da Silveira, “Esposas, escravas adornadas”, criticava os homens que não reconheciam os esforços das esposas em prol do lar, ignorando a *contribuição moral das mulheres*, o trabalho doméstico e a educação dos filhos, e falava em tirania masculina, () *um ultraje a dignidade da mulher*¹⁵⁰. Discurso bastante semelhante ao empregado em publicações de meados do século XIX, como o *Jornal das Senhoras* e *A Mensageira*, que traziam matérias de cunho feminista, em que a libertação das mulheres do jugo masculino passava exatamente por uma maior valorização das atividades femininas no lar.

Mas as linhas destinadas a aconselharem as esposas eram maioria na revista. Paciência, docilidade, economia, comedimento, conformação eram “qualidades” constantemente evocadas às casadas. Um dos textos, “Ser feliz na pobreza”, iniciava-se como um conto, de forma impessoal – *Certa mulher pouco inteligente* () – que doravante transformava-se em um discurso dirigido diretamente às leitoras. *Não transformeis a pobreza*

¹⁴⁹ ANNUARIO, p 156

¹⁵⁰ Idem, p 148

*em uma especie de 'quero e não posso' () Conclamadas a preservar a dignidade da pobreza, deveriam sublimar tambem o desejo da coqueterie excessiva Lessas cousas () estão muito bem no cinema ou nos livros, na vida real nem sempre ha tempo para futilidades descabidas*¹⁵¹

Na sequência, viriam os filhos, e reiterava-se o mesmo discurso tradicional utilizado muitas vezes em relação ao matrimônio – devoção, zelo, dever. No entanto, um aspecto relativo a linguagem empregada no Anuario suscita reflexões. Segundo P. Aries, o “sentimento da infância” é histórico, tal como são históricas as palavras que se referem as crianças. Para o autor, antes do século XIII não existia uma imagem da infância próxima a contemporânea, sendo que os pequenos eram considerados adultos em miniatura.

Ainda mais tardio foi o surgimento de um repertório semântico para se referir aos infantes e aos diferentes estágios por que passavam até atingir a idade adulta, que o autor não localiza, na língua francesa, antes do século XIV, no entanto, os vocábulos então empregados não foram capazes de estabelecer as diferenciações das fases da infância – o que só passou a se realizar no século XIX¹⁵²

No Anuario das Senhoras de 1934, observa-se que a forma de se referir as crianças oscilava entre um tratamento impessoal e uma linguagem plena de adjetivos, diminutivos, ilustrações, fotografias, que apelavam aos mais profundos sentimentos maternos. Como exemplo, tem-se o texto “A alimentação das criancinhas”, que enfocava, mais uma vez, a importância da amamentação. O título já trazia um apelo sentimental, e versava sobre a importância do leite materno ou da ama de leite, () *convenientemente examinada pelo médico de confiança da família* ()¹⁵³, e, em último caso, o emprego do leite de vaca, mas se posicionando terminantemente contra o leite artificial – o leite condensado, utilizado para esse fim até início dos anos de 1940, começou a ser importado em 1890, passando a ser produzido pela Nestlé, no país, em 1921¹⁵⁴

¹⁵¹ Idem., p 134

¹⁵² ARIES, P. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 1981

¹⁵³ ANNUARIO, p 05

¹⁵⁴ ACCIOLY, A. et al. op cit

Enquanto o texto versava sobre higiene e o sistema digestivo dos bebês, evocando a figura do médico, uma fotografia de meia página acompanhando o artigo, de *Arlene Judge e seu lindo pequenito*, chamava a atenção, e provavelmente tinha tanta eficiência quanto as palavras utilizadas

Na mesma linha apresentavam-se as sugestões de decoração para o quarto das crianças pequenas. Uma fotografia do cômodo infantil apesar da pouca nitidez nos detalhes, era ladeada por ilustrações de rostos de bebês, e estava acompanhada da legenda *Deixae dormir os pequeninos*¹⁵⁵. A parca qualidade gráfica da revista obrigava a se utilizarem outros recursos para transmitir a ideia da tranquilidade dos bebês e o zelo das mães pelo sono dos filhos.

A linguagem publicitária, por seu turno, não adotara essa perspectiva “sentimental”, por assim dizer, até porque o próprio mercado, tomando por base o Anuário, ainda não se dedicava de forma sistemática a produtos específicos para o consumo infantil. Tem-se como exemplo o anúncio do Xarope Negri, veiculado nesse número indicado para crianças mas sem maiores especificações ou estratégias comerciais. Um texto de poucas linhas, em letras minúsculas, num canto de página¹⁵⁶.

Segundo com o tripe esposa – mãe - dona de casa, a revista ocupava-se então dos assuntos relativos ao lar, e um primeiro ponto a ser observado e a veiculação da ideia do imóvel como um bem precioso “Quem casa, quer casa”, diz o ditado, e isso se adequava às senhoras que liam o Anuário, ao se levar em consideração a quantidade razoável de anúncios de empresas imobiliárias. Como essa, a página 20 *Senhora Já pensou em ter a sua casa? Que bello ideal Não é? Passe com seu esposo*¹⁵⁷. A Compensadora, por sua vez, oferecia atrativos consórcios de vendas de casas, *inclusive o Parc Royal*¹⁵⁸. Supunha-se que as leitoras conhecessem o valor desse imóvel, pois não consta nenhuma informação além do chamariz iniciado com *inclusive*.

¹⁵⁵ ANNUARIO, p 261

¹⁵⁶ Idem, 1934, , p 07

¹⁵⁷ Idem , p 20

¹⁵⁸ Idem , p 68

A revista corroborava o conceito de que o mundo da casa era essencialmente feminino, um espaço onde as mulheres tinham total controle. Segundo Mattos *Nos espaços, e com eles, delineiam-se as funções e estabelecem-se as relações entre os gêneros. A casa além de repouso do guerreiro', e o espaço onde o homem deve ser companheiro dedicado e constante, e onde a mulher deve propiciar um ambiente acolhedor, agradável, como espaço de espera do amado*¹⁵⁹

Na construção e gestão desse espaço, as mulheres na década de 1930 tinham grande autonomia. A época da veiculação do primeiro Anuário das Senhoras, a decoração era uma atribuição essencialmente feminina, que cobria todos os ambientes e cuidava de cada detalhe. Na organização da casa, a cada espaço correspondiam funções específicas, e a disposição dos móveis e outros objetos auxiliavam a configurar essas mesmas funções. Por isso, quanto maior o zelo com o tratamento desses espaços maior a organização – da casa e da vida – pela qual as mulheres eram responsáveis.

Na organização da casa moderna, há que se levar em conta o processo concomitante de construção do indivíduo, que, segundo Aries, iniciou-se em fins da Idade Média e teve, como marco, o século XIX. Para o autor, processos econômicos, sociais e políticos concorreram para uma nova relação do indivíduo consigo mesmo, ancorada em uma crescente noção de privatização, dos corpos e dos espaços, que inclusive demandou um novo arranjo domiciliar capaz de corresponder a expectativas ancoradas na crescente noção de privacidade¹⁶⁰

A época do primeiro Anuário das Senhoras a noção de individualidade estava já completamente consolidada, e a organização do lar respondia a essa necessidade. Exemplo disso são as sugestões para os quartos dos filhos, com referências esportivas para os rapazes – o esporte referendado e a caça, com quadros na parede – e clássicas para as moças, com *móveis à Luiz XV*¹⁶¹

¹⁵⁹ MATOS, M I op cit , p 43

¹⁶⁰ ARIES, P Por uma história da vida privada. In CHARTIER, R., ARIES, P (orgs) *História da vida privada. Da Renascença ao Século das Luzes* v 3 São Paulo Companhia das Letras, 1991 p 07-19

¹⁶¹ ANNUÁRIO, p 218

Ao mesmo tempo a noção de bom gosto permeava a revista, traduzida nos detalhes, os ‘pequenos nada’s que, no entanto, tinham importância crucial. Assim, ensinava-se a confeccionar guardanapos para o chá e porta-guardanapos, a decorar a mesa de jantar com contas e castiçais, a costurar almofadas ou cortinas para a sala. O minimalismo que caracterizava essas matérias apontava também para a individualização do lar, no qual a dona exprimiria sua personalidade. Ao mesmo tempo, contraditoriamente, os modelos propostos eram sugeridos com a intenção de atingir o maior número de pessoas – ou, ao menos, aquelas preocupadas em ajustar-se ao bom gosto corrente.

E, como paradigmas desse bom gosto, de novo França e Estados Unidos, e de novo a oposição entre tradição e modernidade. Além dos já mencionados *moveis a Luz XI* no quarto das moças, a revista apresentava ainda uma sugestão da *França histórica*, uma decoração a moda de salão de Maria Antonieta, adequada a realidade local. Sugeria-se substituir a lareira, pois () *no Rio não há inverno que obrigue o uso de fogões nas salas*.¹⁶²

A influência norte-americana mais uma vez esta associada ao cinema: a *bella casa de Claudette Colbert em Hollywood* e o *ambiente moderno da casa de Dolores Del Rio* eram inspiradores. A penetração dos modelos norte-americanos trazia consigo novos espaços e um novo vocabulário, que exigia esclarecimentos. Nesse número em especial definia-se o living-room – *E o salão destinado as reuniões comuns da família e onde se recebem as visitas íntimas* ()¹⁶³. O modelo norte-americano foi utilizado também como estratégia de vendas de uma loja de moveis, alias, essa e, na revista, a seção onde mais fortemente a publicidade e os artigos se entrelaçam. A campanha da Casa Nunes foi concebida de forma que seus anúncios se confundissem com as matérias do Anuario. Para isso, foram usados recursos imagéticos e textuais, com o emprego de fotografias seguindo o mesmo padrão da revista, retratando ambientes completos, e o recurso a referência norte-americana – o modelo de “hall” de Miss Florence Bartleh, em Chicago¹⁶⁴.

¹⁶² ANNUARIO, 1934, p 126

¹⁶³ Id., p 160

¹⁶⁴ Id., p 57

A sociabilidade com as outras pessoas a arte de receber, era um outro setor da vida doméstica em que a influência norte-americana se fazia presente. A matéria que trata da mudança do chá para o “cocktail”, e emblemática da mudança de paradigma da Europa para os Estados Unidos. Mais do que uma simples troca de bebidas, o artigo trata da transformação das sociabilidades atreladas ao seu consumo.

O chá () proporcionava reuniões onde o espírito fino da gente de alta roda se distraía com números de música de canto de literatura () Além disso, a bebida era acompanhada de uma () merenda de luxo: biscoitos torradas, doces seccos, bolo em fatias dispostas em alvos e rendados guardanapos sobre o cristal polido de pratos talhados de várias maneiras.

O cocktail () estimula o apetite e servido em pequenos copos que se repetem a medida que as pirâmides de batatinhas salgadas e amendoins torrados passam para o estomago.

Em seguida, o artigo passava a receita da bebida e dos aperitivos que a acompanhavam. Na mesma revista, ensinava-se a fazer “sandwiches” para o piquenique, alimento que também remetia a influência norte-americana.

Quase não há publicidade de alimentos industrializados, salvo dois anúncios. A primeira, do Pão Lux, sugeria – *Experimente este pão e será consumidor agradecido*¹⁶⁵. Ainda eram divulgadas todas as propriedades do produto, que era vitaminado, fortificante, calcificante, digestivo e regularizador do intestino.

O segundo anúncio era dos produtos Antártica – *Recomendamos os afamados productos da Antártica - cervejas, guaiana, licores*¹⁶⁶.

No primeiro caso, a publicidade direcionava-se no sentido de incitar o público a tomar conhecimento de um produto que não era associado a produção industrial – provavelmente era muito mais comum que se adquirisse o pão fabricado de forma artesanal, por padeiros ou pela própria dona de casa. Talvez, por isso, a necessidade de elencar tantos aspectos positivos, que acabavam por redefinir o alimento e conferir-lhe propriedades inéditas em relação àqueles do consumo tradicional. Já a da Antártica aponta para uma familiarização com os produtos, pelo

¹⁶⁵ ANUARIO, 1934, p 06

¹⁶⁶ Id., p 28

uso do adjetivo *afamados* e para a legitimidade da própria marca, autorizada, socialmente, a recomenda-los

Essas peças estavam localizadas, espacialmente muito distantes das receitas culinárias, encontradas no fim do exemplar. Isso aponta para a pouca utilização de produtos industrializados na feitura e consumo dos alimentos, pois é pouca ou nenhuma a vinculação entre um e outro. A leitora da época corrobora esse aspecto: *não existia supermercado. Meu pai tinha uma caderneta, a gente ia ao armazem e pedia um quilo de arroz. Não tinha essa escolha de marca, hoje em dia você vê uma gôndola de biscoito e não sabe o que escolher. Naquele tempo não havia isso. Era bolacha Maria, bolacha Marsena, e só*¹⁶⁷

A alimentação fechava a gama dos cuidados com a vida doméstica. O mundo das leitoras estava, enfim, completo.

¹⁶⁷ Depoente nº1, em entrevista realizada em novembro de 2003

Bellezas de HOLLYWOOD

CAROLE LOMBARD
(da Paramount)



LILY DAMITA
(da Paramount)



**CONCHITA
MONTENEGRO**

Toca
sanfona
nas
horas
vagas



CLAUDETTE COLBERT

A mais perfeita plastica
de Hollywood



Usem Sempre CUNHANDY, Minhas Senhoras !

— Não te esqueças de trazer um vidro de CUNHANDY, sim, meu querido? Terás a tua mulherzinha sempre vigorosa, sadia, forte, satisfeita e carinhosa. O CUNHANDY é o meu thesouro!



O C U N H A N D Y

SOB A ACÇÃO DO **CUNHANDY**, VERIFICAR-SE-Á QUE :

- os fluxos mensaes tornam-se regulares e periodicos;
- as dôres, consequentes dos proprios fluxos, desaparecem;
- as congestões do ovario e do uteio diminuem;
- o estado da pelle melhora;
- os seios tornam-se mais rigidos ou desenvolvidos;
- as perdas brancas diminuem ou desaparecem;
- as manifestações nervosas, desde a nausea até a neurasthenia, attenuam-se assim como a obesidade produzida pela "menopausa"

Constata-se geralmente a diminuição ou o desaparecimento dos phenomenos morbidos indicados, como typicos da função dos ovarios e da "menopausa"

CUNHANDY é um medicamento verdadeiramente maravilhoso, contribuindo para o augmento da belleza da mulher e restabelecimento immediato da sua saude, como o provam milhares de attestados de medicos e de senhoras de todos os Estados do Brasil

Appellamos para todas as senhoras que viam seus incomodos e soffrimentos desaparecerem sob a acção milagrosa do CUNHANDY, para que o indiquem a suas amigas e conhecidas que ainda não o conhecerem, para que se possam libertar dos seus padecimentos

A' VENDA EM TODAS AS PHARMACIAS E DROGARIAS

FABRICANTES: **JARBAS RAMOS & C.**

CAIXA POSTAL 2297 — RUA S CHRISTOVÃO 607 - A — TELEPH 8 - 4598

AGENTE GERAES — **ARAÚJO FREITAS & C**

RUA DOS OURIVES 88 — RIO DE JANEIRO

Em S. Paulo: **C EMILIO CARRANO** — RUA SENADOR VIEIRA

Mãe!

LEONCIO CORREIA



Mãe! minha Mãe! na augusta claridade
Dos teus olhos tranquillos e radiosos
Ri-se o céu, e, se o ceo não riu, quem ha-de
Rir, acaso, por olhos tão piedosos?

Como as estrellas pela immensidade,
Desenrolam-se nelles os formosos
Dons dessa alma, e os vejo eu — com que
[saudade,
Com que sabor de beijos lacrimosos!

Sonhei. em raios de astros, dos azues
Paços, descendo, um anjo, ao ver-me triste,
Como a casta nymphêa dos paues,

Falou, com doce, com amavel chiste
Por que choras, feliz, se ainda possúes
O amor mais santo que na terra existe?

Roubem-me o Riso, o ramo desflorado
Da Vida, e os Sonhos roubem-me, que, mudo
E frio quedarei ante o que lindo
Era, e tornou-se tenebioso e rudo

Que rinja e rúa e róle, retinindo
Meu Torreão de Marfim, e que eu, desnudo
De Fé, mendigue Do desastre infundo
Ficando o teu amor, fica-me tudo

Pois que a vida me dando, Mãe, me déste
Parte da tua, e o teu amor, que enlaça
Meu ser, como uma faixa azul-celeste,

Sei que darias, com um sorriso doce,
Para salvar teu filho da desgraça,
A propria vida, se preciso fosse

SILVA ARAUJO

**TODA A MÃE DEVE
AMAMENTAR
SEU FILHO**

ELIXIR GALACTOGENO

**Tonifica o organismo
e produz leite**

FORMULA DO D. MIRANDA CARVALHO



*As senhoras
não dispensam
Metrolina
na sua
higiene
intima*

*por ser o unico producto que
satisfaz todos os requisitos.*



*Sabonete
Thermal*

DAS AGUAS
THERMO-SULPHUROSAS
DE POÇOS DE CALDAS

O MELHOR PARA A PELLE

SABONETE Thermal
FUJDS DE CALDAS



**SÓ OS TECIDOS DAS
CASAS PERNAMBUCANAS**

Rua
Ouvidor, 123-125
Largo
S. Francisco, 44

Praca
Tiradentes, 10-12
Av. Marechal
Floriano, 118

NITH : RUA VISC. DO URUGUAY, 528

CAPÍTULO 3

DUAS DÉCADAS DO ANUÁRIO DAS SENHORAS

3.1 O mundo em guerra

A experiência com o Anuário das Senhoras parece mesmo ter sido satisfatória, de tal forma que O Malho continuaria publicando a revista durante toda a década de 1930 e nas duas décadas seguintes. Os demais exemplares da revista consultados nos anos de 1930, em 1936 e 1938, apresentaram mudanças em sua materialidade, enquanto mantiveram-se praticamente inalteradas as seções e os temas. No aspecto formal, uma principal mudança deu-se em relação aos elementos gráficos, de maneira que as ilustrações ganharam mais nitidez e as grandes seções ficaram mais definidas.

Por outro lado, foram excluídos elementos que não se afinavam com a proposta da revista. Nessa linha, destaca-se o desaparecimento das crônicas de estilo jornalístico, como a *Grill Room*, já mencionada no capítulo 2. Esse tipo de texto, por se relacionar a impressões momentâneas, provavelmente perderia o sentido em uma revista destinada a uma vida mais longa junto as leitoras. Em contrapartida, os grandes eixos norteadores continuaram sendo os mesmos. Os aspectos relacionados aos cuidados consigo, com a família, com a casa e com a inserção das mulheres em um universo mais amplo permaneceram preenchendo as páginas da revista.

Vale lembrar que esses exemplares foram editados na conjuntura do regime Vargas e de instalação de regimes totalitários na Europa, quando a cidadania, inclusive a feminina, foi ponto de discussão. A revista voltou-se de forma enfática para essa questão. Porém, de um modo geral, os artigos escritos no Anuário caminhavam na direção inversa a essas prerrogativas, ora de forma velada, ora manifestando-se abertamente contrários, ou ainda evidenciando uma não pertinência da questão no contexto nacional, apesar de sua concretização em outros países.

Ao final dessa década, o Estado Novo já era uma realidade no Brasil. Desde a sua implantação, após o golpe de novembro de 1937, o novo regime afinou-se com os governos totalitários europeus, o país viveria, então, anos de repressão, com o controle sobre todas as formas de manifestação política, cultural e artística, além de intensa propaganda e atos no sentido da legitimação do regime.

Enquanto isso, o mundo vivia os primórdios da Segunda Guerra Mundial. O conflito tivera início na Europa, quando a Alemanha sob domínio de Hitler, passou a invadir territórios vizinhos ao país, no intuito de conquistar a Europa Oriental, pela retomada de poder e contra o tratado de Versalhes, mais tarde o ditador estabeleceria alianças com a Itália e o Japão, países também governados de forma totalitária. O governo brasileiro manteve-se oficialmente neutro até 1942, quando finalmente posicionou-se em favor dos Aliados, frente que agrupou os países europeus contrários aos regimes totalitários e que contava ainda com a presença dos Estados Unidos, cuja política foi fundamental para a aliança das Américas.

Foi nesse cenário que o Anuário atravessaria a próxima década, os anos 1940. Os números a que se teve acesso vão de 1944 a 1949, contemplando os anos de guerra e de pós-guerra. Mesmo se tratando de uma revista feminina, em princípio pouco afeita ao que ocorria no *front*, as tensões do momento foram cotejadas, tendo sido, todavia, adequadas a tal proposta editorial, o que, muitas vezes, transformou o conflito em uma referência distante, amenizando a gravidade dos fatos, tratando-os de uma forma edulcorada. Apesar de a participação efetiva do Brasil no conflito ter se concretizado apenas em 1945, a conjuntura mundial refletiria no país, o que, por seu turno, influenciaria os valores de então, inclusive os relativos às mulheres.

Neste capítulo, optou-se por analisar um número do Anuário das Senhoras, de 1944, como paradigma dessa conjuntura. Esse exemplar traz em si as temáticas que expressam as preocupações do corpo editorial. Se a guerra é um inevitável pano de fundo para alguns temas, por outro lado, em determinados momentos, percebe-se que os esforços convergem para reafirmar a estabilidade de modelos ainda considerados ideais, mas que estavam sendo tensionados.

Naquele ano, três grandes temas tiveram maior destaque, dentro do conjunto dos assuntos habituais da publicação o trabalho feminino, a beleza e a organização familiar. Dos três, o que mais chamou a atenção, provavelmente em vista da situação da guerra, ^{for} era o trabalho feminino

3.1.1 Além de honesto, necessário

O tema do trabalho das mulheres no Anuário das Senhoras de 1944 é emblemático da relação entre o modelo feminino e a grande questão daquele momento, ou seja, o envolvimento mundial em mais um conflito armado. No número de 1934, era pouco cogitado que as senhoras exercessem atividades fora de casa, em uma das raras vezes em que aparece, na publicidade do Método de Dactylografia Josephina Mendel foi necessário destacar a pertinência daquela possibilidade, alegando-se ser aquela uma forma “honesto” de ganhar a vida. Em 1944, ao que transmite a revista, trabalhar fora não era uma realidade tão distante para as mulheres. Isso se pode aferir tanto pelo número de vezes em que tal questão aparece quanto pela forma com que é tratada.

É clara a relação entre as guerras, a primeira e a segunda, e o trabalho feminino fora do domínio do lar. Em diversos países, o engajamento masculino as atividades belicas foi o impulsionador de uma revisão das competências femininas e a aceitação social de que cumprissem, ao menos temporariamente, o papel de provedoras do lar, já que para boa parte dos homens isso se tornara inviável.

Entretanto, a possibilidade aberta nessas situações tendeu a estender-se para além de sua duração, tensionando modelos tradicionais em relação as atribuições de cada gênero e proporcionando uma certa variação nas atividades, principalmente em relação as mulheres. E as alternativas geradas em determinadas realidades acabaram sendo apropriadas por outras, como parece ser, em parte, o que ocorreu no exemplar da revista em questão.

Se por um lado a força de certos modelos os transmitem para realidades improváveis, cuja pertinência é incerta, por outro não se pode esquecer que o jogo das apropriações nunca

se da sem que haja remodelações, sem que se imprimam características locais, enfim, sem que se reconstruam os modelos a serem passados. Pois, como aponta Chartier, *as práticas de apropriação sempre criam usos ou representações muito pouco redutíveis aos desejos ou as intenções daqueles que produzem os discursos e as normas* () *A aceitação de mensagens e modelos sempre opera através de ajustes, combinações ou resistências*¹⁶⁸

Por essa ótica, pode-se destacar em um dos artigos como essa realidade, das mulheres trabalhando no contexto de guerra, foi filtrada e retrabalhada, adequando-a a expectativas pertinentes a conjuntura nacional. Desde a Primeira Guerra Mundial, as atividades exercidas pelas mulheres eram muitas vezes aquelas que exigiam o também o emprego da força física por exemplo, em fábricas de armamentos, ou na confecção de trajes e lençóis para os combatentes, e ainda nas enfermarias. Surgiram, concomitantemente, vagas nas profissões do cotidiano, tal como a condução de bondes, nos correios, no comércio, etc.

Em contrapartida, outras realidades conviviam em um mesmo contexto, e em algumas situações o trabalho feminino era uma prática corrente. Mesmo que pouco mencionado era fundamental para a renda da família como aborda Rachel Soihet em um estudo sobre as condições das mulheres pobres no espaço urbano entre os anos de 1890 e 1920. Para elas, exercer uma atividade remunerada não era algo extraordinário, embora muitas vezes se excusassem de dizer que trabalhavam, já que estavam inseridas no mesmo contexto que tomava os homens como responsáveis pelo sustento da casa¹⁶⁹

No Anuário, a matéria *Beleza e Literatura* elencou atividades bem menos pesadas, que não questionavam tanto os papéis de gênero socialmente estabelecidos. O texto explora as características de escritoras e reporteres em voga naquele período, e a importância de sua profissão no momento atual.

Eva Curie, autora de 'Madame Curie', brilhante biografia de sua mãe, devotou-se aos trabalhos de imprensa, inclusive como reporter de guerra. E uma linda mulher elegantíssima e de grau de projeção social na Europa. Reside agora na Norte América.

¹⁶⁸ CHARTIER, R. Textos, impressão, leituras. In HUNT, L. (org.) *A nova história cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 1992. p. 211.

¹⁶⁹ SOIHET, R. *Condição feminina e formas de violência: Mulheres pobres e ordem urbana, 1890-1920*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

Clara Boothe esposa de Henry Luce do *Time*, *Life* e *Fortune* e, por sua vez, escritora de merito, tendo feito sensacionais reportagens na Europa, e agora anda absorvida pelos seus trabalhos como correspondente de guerra. E linda elegante vive agitada vida social a qual mesmo assim, subordina-se ao seu trabalho¹⁷⁰

Ao mesmo tempo em que traz abertamente a possibilidade do trabalho feminino, o autor elegeu como protagonistas mulheres cujas ocupações, apesar de envolvidas diretamente com a guerra – reporter e correspondente – são bem menos questionadoras do que o trabalho em fábricas, por exemplo. Nessa linha, é importante destacar a pertinência do texto e o público de leitoras ao qual se dirigia que, em tese, não fazia parte do grupo de mulheres de camadas sociais menos favorecidas e familiarizadas com o trabalho operário.

Pelo contrário, não se pode esquecer que o corpo editorial da revista tinha uma definição de suas leitoras ideais, no sentido que Chartier dá ao termo () *o leitor e sempre visto pelo autor (ou pelo crítico) como necessariamente sujeito a um único significado, a uma interpretação correta e a uma leitura autorizada* () *Assim vê-se a leitura como algo inscrito no texto como um efeito automaticamente produzido pela própria estratégia da escrita específica da obra ou de seu gênero*¹⁷¹

E elas, as potenciais leitoras do Anuário estavam mais acostumadas a lidar com os valores que o artigo apresenta: beleza, elegância, sociabilidades. Ao mesmo tempo, características associadas ao gênero feminino como um todo, e que se aplicam a todos os momentos da vida social, estão colocadas, “feminizando” o trabalho, agregando-o as outras atribuições das mulheres () *devotou-se aos trabalhos de imprensa*()¹⁷²

A última frase do texto traz um outro elemento sempre lembrado quando se tratou do trabalho feminino, a questão da dupla jornada () *vive agitada vida social, a qual, mesmo assim, subordina-se ao seu trabalho*¹⁷³. Mesmo sendo uma realidade que as brasileiras não

¹⁷⁰ ANUÁRIO, 1944, p 160

¹⁷¹ CHARTIER, R. op cit, 2002, p 213

¹⁷² ANUÁRIO, 1944, p 160

¹⁷³ Idem, ibidem

vivenciavam, a da guerra, elas poderiam se identificar com a postura de Eva Curie e Clara Boothe, retratadas no artigo

Por outro lado, por vezes a mensagem veiculada através dessa situação aponta para questões mais amplas, transmitindo, sub-repticiamente, modelos que podem, sim, ser adotados em um outro panorama que não aquele dos países envolvidos no conflito. Nessa linha, um artigo de 1944, de autoria de Austregesilo de Athavde e intitulado *As mulheres vencem a guerra* passa da situação específica para um modelo feminino de desvelo e persistência

Tantas perderam os filhos os lares o amparo da família. Tantas caíram sob as ruínas dos templos dos hospitais das casernas pereceram no serviço das fábricas, nos misteres de coadjuvação militar em tarefas humildes. No silêncio, ergueram o monumento glorioso como fontes de inspiração dos estadistas e dos soldados.

Se as mulheres tivessem fraquejado dentro do lar, nem os maridos nem os filhos, nem os irmãos nem os noivos ter-se-iam oposto ao inimigo. Não é porque tenham substituído os homens nas usinas, ou hajam conduzido aviões ou peguem das armas nas trincheiras que as mulheres vencem. É sim porque como mães, esposas, filhas e noivas, encarnam a resistência e suportam as amarguras para conservar na liberdade dos povos a herança do futuro.

Mais uma vez, trabalharam-se características que se julgavam universais: a certa direção da casa, a devoção ao pai, ao marido, aos filhos. Elementos tidos como intrínsecos a figura feminina, necessários tanto em um problema de grandes proporções quanto para resolver as querelas do dia a dia.

E se a conjuntura bélica não conduzia diretamente as brasileiras às lides remuneradas, já que até então o país não se envolvera no conflito, o panorama nacional apontava para essa realidade por outros caminhos. Desde o início da Era Vargas, e mais intensamente no Estado Novo, o país vivia uma fase de intensa industrialização com o consequente crescimento urbano e o aumento da demanda por mão de obra. Como já foi dito, é pouco provável que as leitoras pretendidas pelo Anuário vivenciassem essa realidade, entretanto, deve-se aventar para a possibilidade da ideia do trabalho remunerado ter-se tornado mais aceita, mesmo nas camadas sociais que não exerceram atividades remuneradas nas indústrias do período.

¹⁷⁴ ANUÁRIO, 1944, p. 144-5

Nesse sentido, o Anuário das Senhoras elencava profissões consideradas adequadas as suas leitoras, em um texto sobre aptidões e a escolha de uma ocupação

Se é meiga dedicada perseverante intuitiva, apaixonada pela vida – estudo puericultura
 Se é gulosa, apreciadora de misturas, cuidadosa atenta – interesse-se pela cozinha
 Vivacidade, precisão iniciativa bom ouvido, ordem e memória farão de você uma esplendida (sic) secretária
 Mão leve dedos ágeis, golpe de vista certo no exame do corpo feminino, imaginação faceiroso – eis do que precisa uma boa costureira
 Dons de observação olhos de caçador atração pela luz, precisão e rapidez são qualidades necessárias a profissão de fotógrafo¹⁷⁵

Ao lado da possibilidade que ganhou impulso com a política nacional, pela criação do Instituto Nacional de Puericultura em 1937, posteriormente incorporado a Universidade do Brasil¹⁷⁶, sugeriram-se profissões tradicionalmente aceitas com exceção da profissão de fotógrafo. A menção a ela é digna de nota, já que historicamente, quase sempre se associou essa ocupação ao gênero masculino. Os ateliês fotográficos, que desde fins do século passado se instalaram no Brasil, quase sempre são referidos como sendo propriedade de homens e além do mais, toda a parafernália necessária para se tirar um retrato restringia ainda mais o número de profissionais¹⁷⁷. Talvez a divulgação, no Brasil, de câmeras amadoras, a partir dos anos de 1930, tenha possibilitado as mulheres algum contato com esse equipamento e seu uso, para registrar cenas domésticas pode ter possibilitado sua inserção como uma tarefa adequada as damas.

Mas de um modo geral, mesmo em um contexto onde a gama de empregos na zona urbana havia aumentado consideravelmente, percebe-se a resistência de que os mesmos fossem ocupados por mulheres. Resistência, vale lembrar, que não era exclusiva do autor do artigo, ou do corpo editorial, mas de um grupo amplo, cujo imaginário ao redor da figura feminina não a conciliava com essas atividades.

¹⁷⁵ Idem, p 144-5

¹⁷⁶ SOUSA, C. P. Saúde, educação e trabalho de crianças e jovens: a política social de Getúlio Vargas. In GOMES, A. C. (org.) *Capanema: o ministro e seu ministério*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000. p. 221-49.

¹⁷⁷ SCHAPOCHNIK, K. Cartões postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In NOVAIS, F. (org.) *História da vida privada no Brasil*. v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

Em contrapartida, da mesma forma que concepções formadas historicamente são naturalizadas por meio de discursos e práticas, como a vinculação das mulheres ao âmbito doméstico, essas podem se alterar com conjunturas históricas e sociais. Nesse sentido, naquele contexto, se fosse escolhida a profissão 'certa' trabalhar para seu próprio sustento, além de ser completamente honesto, tornava-se uma possibilidade 'natural'.

Ao menos, esse é o discurso de uma campanha publicitária mais uma vez do Método de Datilografia de Josephina Mendel, que apregoava *Quem escreve a máquina tem seu futuro garantido*¹⁷⁸. Uma garantia que, no exemplar de 1934, era assegurada quase que exclusivamente por um bom casamento. Faz-se necessário ressaltar, todavia, que se tratava de um discurso publicitário interessado em vender seu produto e que a opção mais aceita para as mulheres daquela realidade ainda era, majoritariamente, a união matrimonial.

No entanto, a peça publicitária não veicularia um discurso absurdo ou inaceitável, por isso pode-se supor que se sustentar por seus próprios meios era uma possibilidade menos estigmatizada do que o fora uma década atrás. Um anúncio do regulador "A saúde da mulher", presente no Anuário de 1946, confirma essa hipótese. A peça publicitária, de uma página, traz estampada a foto de uma mulher frente a um taquígrafo, e sobre a imagem há os dizeres *Farta de trabalhar!*^{*} Um pequeno texto aponta a dificuldade para exercer as mais variadas tarefas quando o organismo feminino encontra-se debilitado, e a recomendação do uso do produto para reerguê-lo.

As campanhas publicitárias dos reguladores femininos da década de 1930 enfocavam os 'males femininos' e os prejuízos que esses causavam ao comportamento das mulheres, principalmente sua instabilidade nervosa. A mudança no discurso é evidente, e aponta para a maior complexidade da vida das próprias mulheres, e até a reação física a tais mudanças.

De uma forma geral, os discursos em relação ao trabalho feminino devem ser compreendidos nas tensões entre os modelos e a realidade. Elementos exógenos ao contexto nacional ainda assim podem ser apropriados e adaptados, construindo um discurso adequado.

¹⁷⁸ ANUÁRIO, 1944, p. 26

* Ilustração no fim do capítulo

aos receptores das mensagens Ou ainda, a circularidade dos bens culturais transporta para outras realidades modelos e referências que não lhes são próprios Por exemplo, o numero de 1945, produzido no ano anterior ou antes, quando o Brasil ainda não tinha entrado efetivamente na guerra, um artigo de Max Factor Jr , *famoso tecnico do make-up' das estrelas de cinema* , exemplifica essa circularidade

A revista passara, desde os anos de 1930, a publicar os artigos de Factor, que, por versarem sobre a beleza serão explorados adiante, entretanto, um em especial aborda a questão das mulheres envolvidas com a guerra e o trabalho

A leitora trabalha no esforço de guerra (was-working-girl') e e mundana'
 Não experimente sêr uma e outra cousa, pois não podera desempenhar com eficiência os dois papeis que eles não se misturam
 A maior parte das mulheres ora empenhadas no esforço de guerra realiza as citadas atividades governando-as para tais efeitos ()
 Se estiver trabalhando no esforço de guerra, tome tal serviço como o mais importante da sua vida ()¹⁷⁹

Mais adiante, uma fotografia traz mulheres vestindo roupas especialmente utilizadas para o trabalho em industrias belicas e acompanha a legenda

A leitôra aprecia aqui três tipos de trajes usados pelas operarias das fabricas de munições na Norte America Não e sem razão que se embevecem os visitantes do pais amigo com a grandiosidade da sua produção belica e a harmoniosa beleza do quadro que as oficinas apresentam, utilizando nos seus trabalhos criaturas da especie das que a gravura oferece pequeno exemplo¹⁸⁰

Fica bem claro que esse artigo e dirigido especificamente às norte-americanas O texto trabalha com um ponto bastante especifico, e que se liga a campanha estadunidense de engajamento pela causa da guerra Doravante, o artigo trata de questões mais afeitas a leitora brasileira, como o trabalho e a aparência, tornando-se pertinente Esse texto ilumina um outro ponto importante naqueles numeros da decada de 1940, as senhoras, mesmo vivenciando experiências diversas das habituais, não deveriam se esquecer dos cuidados com a aparência

¹⁷⁹ ANUÁRIO, 1945, p 152

¹⁸⁰ Idem, p 153

Naquele mesmo ano terminava o conflito mundial, o que não significou, contudo, o fim das preocupações mundiais. O continente europeu sofria com os danos do conflito e passava por uma fase de reconstrução. Estados Unidos e Rússia, antes unidos contra o Eixo, tornaram-se opositores, o que desencadeou um embate que duraria anos, e que ficou conhecido como Guerra Fria. O mundo dividiu-se, por assim dizer, em dois blocos, capitalista e socialista, representando as orientações políticas e econômicas daqueles dois países.

No Brasil, a situação era mais amena. Pressões políticas e militares desencadearam a queda de Getúlio Vargas e do regime ditatorial, e o país viveria, então, um período democrático, com a abertura dos partidos, cassados no Estado Novo, e a promulgação de uma nova Constituição, em 1946. Foi ainda uma fase de relativa prosperidade econômica com os saldos de guerra, mas que não foram bem aproveitados pelo governo Dutra.

E, se os acontecimentos daqueles anos entre 1944 e 1946 nortearam o que se veiculou para as leitoras do *Anuário das Senhoras*, da mesma forma os anos seguintes também trariam mudanças na ênfase da revista. Finda a guerra, buscou-se normalizar as situações, incluindo a redefinição das atribuições de cada gênero. Ainda há pouco foram abordados os anúncios dos reguladores do ciclo menstrual, e a veiculação de uma mensagem segundo a qual o tornava-se mais aceitável o trabalho feminino. O acompanhamento dessas campanhas publicitárias nas revistas editadas nos anos da guerra e do pós-guerra é esclarecedor para entender como os discursos se alteram junto com a realidade e as necessidades coevas. Tomando por base apenas esse tipo de material, já se pode ter uma clara noção de como esse discurso foi se transformando. Nessa linha, acompanhou-se essa publicidade entre os anos de 1947 e 1949, anos do pós-guerra. Entretanto, há que se fazer uma ressalva em relação ao número de 1947, cronologicamente situado nessa nova demarcação, mas cuja feitura se deu, ou sentiu os reflexos, do período que se estendeu até 1945, no Brasil e no mundo.

Em 1947, o produto *A saúde da mulher* ainda era anunciado destacando-se as múltiplas atividades das mulheres que trabalhavam fora. *Hoje em dia as mulheres concorrem com os homens nos mais diversos ramos de atividade, são caixeiras, datilografas, jornalistas*

*e até aviadoras! Nestas condições, é indispensável que o organismo feminino funcione com a precisão de um cronômetro Nada de adiantamentos ou atrasos*¹⁸¹

Essa tônica não seria mais utilizada, por seu turno, no número de 1948, que no seu conjunto deixou de enfatizar as atividades remuneradas para as mulheres O mesmo produto passaria, então, a ser veiculado de outra forma Em primeiro lugar, usou-se não a imagem da mulher exercendo algum tipo de ocupação, como nos anteriores, mas a de uma noiva e seu par Em letras grandes, tem-se o título *Uma Nova Família*, que é acompanhado do texto

A boa saúde da esposa e o principal alicerce da felicidade de um lar As noivas devem ter bem presente esta verdade, para que em tempo possam preparar-se para constituir uma família feliz, num lar feliz Corrijam com tempo o mau funcionamento do útero e do ovário, evitando todas as penosas consequências que ele acarreta amenorreas, corrimentos, obesidade, dores de cabeça, flores brancas, suspensões e uma série de sofrimentos, que produzirão nervosismo, mal estar, incapacidade de bem desempenhar seu papel de anjo tutelar da família¹⁸²

A publicidade do regulador Amenalgon, ainda no número de 1948, contempla um outro aspecto A peça publicitária traz uma dama em traje de gala e os dizeres *Não sacrifique suas atividades artísticas ou sociais*¹⁸³ Tal orientação corresponde a um contexto maior, onde as publicidades e a revista como um todo se inserem, que deixara de ver no elemento feminino uma força de trabalho necessária

Tanto que nesses números, principalmente a partir de 1948, quase não é abordada a questão do trabalho feminino remunerado, ao contrário, as tarefas relacionadas à casa readquiriram maior destaque É necessário ressaltar que esses temas não estiveram ausentes nos números entre 1944 e 1946, mas essas referências foram contrabalançadas com outras temáticas Em 1948 a revista foi perpassada por orientações sob o título *A dona de casa*, que versavam sobre diversos aspectos da vida doméstica Em 1949, esse mesmo tipo de texto foi rebatizado, passando a figurar como *Diário da dona de casa*

¹⁸¹ ANUÁRIO, 1947, p 35

¹⁸² Idem, 1948, p 13

¹⁸³ Idem, p 27

Por outro lado, tanto nos números de 1944 a 1946 quanto nos de 1947 a 1949, outros aspectos não foram esquecidos, muitas páginas naqueles números se ocuparam também da beleza das senhoras

3.1.2 Segredos de beleza

Mesmo sendo aqueles tempos de intemperies mundiais, o Anuario das Senhoras de 1944, e os dois seguintes, de 1945 e 1946, não descurou dos assuntos que mais interessavam, ou assim se pensava, as suas leitoras. Um tema de destaque em 1944 foi, como em 1934, a beleza. Em dez anos, desde que o primeiro numero veio a baila, pôde-se observar que esse foi um aspecto que passou por alterações, em relação aos paradigmas e ao consumo, entre outros. Entretanto, também apresentou permanências, como a valorização dos esportes junto a noção da beleza a ser conquistada, por exemplo. E preciso salientar ainda que a indústria de cosmeticos, um dos principais itens quando o assunto era a aparência, havia se aprimorado e apresentava uma variedade de produtos maior do que há uma década.

Assim, um primeiro aspecto a ser ressaltado ajusta-se àquela afirmativa. No número de 1944, há mudanças no discurso relativo aos produtos de beleza, tanto nas campanhas publicitárias quanto nos artigos da revista. Em 1934, veiculavam-se mormente anuncios de cremes de tratamento estético, que se legitimavam através de um discurso atribuído à ciência, como o caso do Soro Dermico W-5, estudado anteriormente. Dez anos mais tarde, os produtos destinados a esse fim utilizavam uma linguagem muito mais “feminina”, plena de adjetivos, metáforas, sugestões.

Mudava-se a linguagem e os paradigmas. A maioria dos anúncios desses produtos passava agora a utilizar também os textos não verbais, ou seja, as ilustrações, mais precisamente ilustrações de mulheres. Aquela já era uma sociedade que se deparava a cada dia com mais e mais *narrativas visuais*, como define Burke¹⁸⁴, tanto na imprensa, com o uso das fotografias compondo as reportagens, ou mesmo com o cinema, reforçando a idéia de que o

¹⁸⁴ BURKE, P. op cit, 2004

mundo podia ser visto, não só lido. E ainda Peter Burke que lembra que, graças ao cinema, o mundo pôde assistir à ascensão de Hitler, seguindo esse raciocínio, convém lembrar, no Brasil, os noticiários sobre os feitos do Estado Novo, exibidos obrigatoriamente nas salas de cinema. Parte da população, aqueles que frequentavam as salas exibidoras, tinha a sensação de assistir aos acontecimentos relacionados à política nacional mesmo quando não estivesse presente.

Era, enfim, uma sociedade em que a imagem se fazia mais constante. Vale lembrar, no entanto, que essa afirmação está vinculada ao seu contexto, e que corresponde a padrões da época, essa ressalva é feita no intuito de não se supervalorizar a presença de elementos visuais, cujas proporções são muito menores em relação aos dias de hoje, por exemplo.

Mas, de qualquer forma, pode-se supor que a linguagem visual era uma presença habitual, e as campanhas publicitárias utilizavam-se desse expediente de forma cada vez mais intensa. Principalmente as campanhas dos itens de beleza, que traziam ilustrações de mulheres. A ideia da sedução perpassava-os quase constantemente, e para tanto, exibiam-se damas com o colo e os ombros a mostra, olhares lânguidos, uma nudez sugerida. Nesse tipo de anúncio, tanto o texto verbal quanto o não-verbal deixam entrever que o maior apelo publicitário era mesmo a imagem feminina. A transmissão de uma mulher idealizada pode ser interpretada na linha dos trabalhos que estudam a publicidade e sua linguagem, que cria necessidades, que se relaciona a um futuro e que conscientiza o consumidor daquilo que ele não é, mas pode vir a ser. Como explica Berger:

A publicidade não é meramente um conjunto de mensagens concorrentes, e em si própria uma linguagem constantemente utilizada para fazer uma mesma proposta geral () propõe a cada um de nós que se transforme, que modifique a sua vida pela compra de mais qualquer coisa ()

A publicidade convence-nos dessa transformação mostrando-nos pessoas que aparentemente se modificaram e são, portanto, invejáveis. O estado de ser invejado é que constitui a fascinação, e a publicidade é o processo de fabricar fascínio.¹⁸⁵

¹⁸⁵ BERGER, J. *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes, 1972. p. 134-5.

A ideia de ser invejado é um dos principais argumentos na publicidade dos produtos de beleza veiculados no Anuário das Senhoras da década de 1940. Como um anúncio dos produtos de toucador “Dagelle”, que trazia o seguinte texto, encimado pela ilustração do rosto de uma jovem:

Conserve belo o seu rosto e seja sempre admirada

Uma cutis aveludada e suave aumenta os encantos da mulher e o segredo de uma bela aparência está numa pele sadia e limpa. Por isso é que as mulheres atraentes preferem o Creme Perfeito (Cold Cream) Dagelle. Esse maravilhoso creme eliminador da oleosidade excessiva, revigorante dos tecidos cutâneos e especialmente recomendado para massagem da pele.

Comece a usar hoje mesmo o Creme Perfeito (Cold Cream) Dagelle e a sua pele não tardará em adquirir essa maciez de pectala tão admirada pelos homens e sempre invejada pelas mulheres¹⁸⁶

Praticamente não há referências sobre a atuação ‘científica’ do produto, como era de praxe anos antes. Em contrapartida, os benefícios exteriores mereceram grande destaque, inclusive enfatizando um aspecto não tão utilizado em 1934 e que se tornaria comum na década de 1940: uma valorização intensa de predicados femininos, como a beleza, o encanto, o poder de atração.

Vários anúncios buscavam provocar esse mesmo efeito, utilizando palavras ou ilustrações (ou então os dois) que evocavam a sensualidade das mulheres, atributo ora tornado imprescindível. Outra peça publicitária dos produtos Dagelle mais uma vez trazia uma ilustração de mulher, de olhos cerrados, com a mão no decote da blusa, sugerindo o contorno dos seios. Uma pequena faixa ao seu lado traz a frase - *E adorável contempla-la**. Segue então o texto:

Desperte a sua beleza adormecida

Quando o seu rosto aparentar cansaço e sua pele tiver perdido a frescura, faça voltar a louçania e juventude de sua cutis com o uso do Creme de Limpeza Dagelle. Este maravilhoso creme, de textura leve e delicada, penetra profundamente nos poros, removendo por completo impurezas, poeiras e restos da maquiagem. O Creme de Limpeza

¹⁸⁶ ANUÁRIO, 1946, p. 220

* Ilustração no fim do capítulo

Dagelle além de proporcionar uma perfeita limpeza da cutis, torna-a macia, suave e aveludada¹⁸⁷

O anúncio ofertava ainda, gratuitamente, o folheto *Imponha-se pela beleza*. A abertura quase compulsória a atuação feminina por conta da Segunda Guerra e de uma conjuntura de industrialização, repercutiu em outros campos, como a própria semântica. A ideia de que as damas poderiam impor-se, a partir de características próprias do “belo sexo”, ao menos no nível do discurso era uma maneira pouco habitual, até pouco tempo, de se dirigir às senhoras.

Ao lado desse novo tratamento dado pela publicidade à venda desses produtos observa-se também uma maior variedade dos itens disponíveis no mercado, acarretando uma maior complexidade na execução da maquiagem. Havia então um creme base, o pó de arroz, o batom, o blush, o esmalte. Diante de tantas etapas, e tantas cores, e tantos produtos, a beleza passara da alçada dos cientistas para a dos *experts* em maquiagem que, ao invés de ancorar-se em estudos científicos, em gráficos da região interna da pele, sabiam combinar a maquiagem para cada tipo de mulher, adequando-as à cor da tez, à ocasião, e até ao temperamento.

Seria necessário ainda orientar as senhoras quanto ao uso de tantos artigos. Um texto, publicado em 1946, traz essas orientações além de apontar para um outro aspecto de estreita relação com aquela conjuntura: mais uma vez, o trabalho das mulheres era citado, também de forma menos estigmatizada. O artigo intitulava-se *Você trabalha? E sabe manter-se bonita?*¹⁸⁸, e dava orientações quanto à roupa e à maquiagem ideais para os dias de trabalho.

Se você trabalha, evite ‘maquillage’ forte de colorido: a cara empastada, os tons muito ocres, ‘rouge mandarine’, nos dias em que o sol não se apresenta, dias de inverno. Quando ele comparece não use pintura com tons de violeta ou rosa ‘fraise’, nem retoque as pálpebras com pastas douradas ou prateadas, o mesmo sucedendo às unhas. Não use penteados frisados ou cacheados em demasia, embora lhe assentem, mas não assentam ao ambiente do escritório.

Adote sombra de ‘maquillage’, próxima do natural, adotando, em consequência, tintas claras, rosa simples e nunca misturadas a tons de amarelo. Nos dias de sol estival o rosto e os lábios serão coloridos de ‘capucine’ ou ‘mandarine’.

Durante o dia é aconselhável sombrear as pálpebras levemente com um preparado ‘mauve’ ou pardo. Penteados singelos, prontos a corrigir com uma passagem do pente.

¹⁸⁷ Idem, 1944, p. 27

¹⁸⁸ ANUÁRIO, 1946, p. 100

Em 1944 mais um artigo tratava desse aspecto. Esse, porém, trazia um outro elemento, fundamental para a disseminação do uso da maquiagem, qual seja, as atrizes de Hollywood. Mesmo que sua aparição na tela aos olhos atuais, não pudesse dar uma medida clara da pintura facial, afinal grande parte dos filmes ainda era rodada em preto e branco, o que as estrelas faziam ou usavam era revestido de valor simbólico, ainda em consonância com a definição de Morin para o *star system*. Tudo o que emanava delas revestia-se de autoridade, e sua aparência era um aspecto bastante reforçado, até por estar sempre em evidência.

Assim, supunha-se ser de muita valia seus conselhos e práticas. Por isso, o artigo referido, intitulado *Aprenda a retocar-se*, exibia a técnica da atriz Ruth Russell. Com fotos e textos, explicava-se o passo a passo do retoque do “make-up”, quando não se dispunha de muito tempo, como é esclarecido no texto que segue:

Tempo é coisa preciosa na vida da mulher que trabalha. Eis o que Ruth Hussey ‘star da Metro Goldwyn Mayer, arranja para fazer um pouco de make-up’, tão necessário a boniteza feminina. Com uma esponja levemente embebida em água ela aplica o pó condensado numa caixinha e na côr apropriada a cutis. Também a loção-pó serve de boa base e protege a pele. Um pincel economiza material e aperfeiçoa a maneira de pintar os lábios. Um tecido apropriado é posto delicadamente sobre o ‘lip rouge’. Depois vem uma esponja com um pouco de pó. E a tinta permaneceu por muito tempo.

É claro que o trabalho de Ruth Hussey era muito peculiar, mas foi englobado em uma ideia geral de ocupação feminina, em que um novo elemento passara a participar de seu cotidiano, o emprego do tempo. Também aqui se percebe uma naturalização do trabalho feminino, partindo-se então para uma outra etapa, que seria como conciliar a atividade remunerada com os cuidados estéticos. E esses cuidados, de acordo com o texto, eram indissociáveis dos produtos de maquiagem.

À relação entre as estrelas de cinema e os cosméticos se faz necessário ainda acrescentar dois nomes, Max Factor e Max Factor Jr. O primeiro, o pai, foi um dos pioneiros das técnicas de maquiagem para as personagens dos filmes hollywoodianos, suas criações ganharam prestígio por apresentarem bons resultados sob as luzes dos *sets* de filmagem. Tais

produtos foram postos a venda, e as campanhas publicitárias exploraram largamente o emprego dos mesmos pelas atrizes da América do Norte

Uma peça publicitária veiculada em 1944, por exemplo, estampava uma foto de Rita Hayworth, deitada, usando um decote profundo*, e o texto

Faça-se bonita como uma estrela
 Use Pan-Cake Make-Up
 Não admira que o Pan-Cake seja o produto de beleza mais falado. Ele esconde instantaneamente as pequenas imperfeições dando-lhe uma linda pele suave, aveludada e de colorido perfeito. Fácil e rápido de aplicar, resiste por muito tempo sem retoque. Experimente-o hoje esta noite!¹⁸⁹

Esse anúncio é emblemático da linguagem em relação à beleza feminina, utilizada nos meios publicitários que se consolidaria nesse período, que por um lado, recebia as referências da cultura norte-americana, principalmente por meio do cinema, e por outro, utilizava uma linguagem, ainda que velada, de relativa abertura à figura feminina. Nesse caso específico, por meio do texto verbal e também o não-verbal. A fotografia de Rita Hayworth, em uma posição bastante sensual, e a insinuação, *Experimente-o hoje esta noite*, convergem para uma mesma mensagem, os atrativos femininos em relação ao gênero oposto. Uma linguagem bastante cifrada, mais insinuando do que dizendo abertamente, mas que provavelmente era inteligível às leitoras da revista.

O prestígio alcançado por Factor estendeu-se a seu filho que, seguindo os passos do pai, também esteve envolvido com os bastidores de Hollywood, maquiando as atrizes para que figurassem nas produções cinematográficas. Tanto que a revista passou a publicar, na década de 1940, uma coluna intitulada *Segredos de beleza de Hollywood*, assinada por Max Factor Jr., *o famoso conselheiro das estrelas de cinema*. Nesse espaço, os mais diversos dilemas de beleza eram solucionados pelo profissional. Dilemas que, em contrapartida, foram criados nesse contexto de valorização da aparência e da maquiagem. No número de 1944, o tema tratado foi o descanso em prol da aparência.

* Ilustração no fim do capítulo
¹⁸⁹ ANUÁRIO 1944 p 213

Senhora - descanse!

Nervosismo e doença que atormenta a raça humana. Hoje em dia a tendência ao nervosismo é uma característica das mulheres em toda a parte do mundo e devido a presente guerra, circunstâncias de emergência e a alta tensão da vida. Entretanto é necessário a toda senhora arranjar tempo para resguardar um dos mais preciosos stocks de que pode auferir – a graça feminina.

Quando uma pessoa chega a sentir-se cansada, exausta, nervosa, sulcos e rugas automaticamente vincam o rosto. Tais linhas danificam a beleza, mesmo nas mais belas criaturas. Se se permitem que voltem ainda e ainda dentro de variados períodos, não mais desaparecem, ali se implantam em caráter permanente.

E o texto segue com conselhos, especificando tipos de pele, orientando quanto ao “make-up”, apontando soluções para esses novos problemas femininos. As etapas da maquiagem são mais uma vez lembradas.

Processadas as observações anteriores, passe a aplicar o make-up. Mas não o faça apressadamente e sim devagar, preguiçosamente! Primeiro vem o creme de base, seguindo-se o rouge também na forma de creme. Empregue então ‘Pan-Cake’ utilizando-se de uma esponja. Pode emprega-lo generosamente, desde que o deseje, retirando o excesso depois de seco com uma escova apropriada.

Chega a vez de cuidar dos olhos com o preparado conveniente em seguida os lábios com o lipstick adequado.

São várias as reflexões que esse texto pode suscitar e, já de início, pode-se ressaltar o próprio título da coluna, *Segredos de beleza de Hollywood*. Esse traz a noção de se compartilhar algo com alguém muito íntimo, um tipo de informação zelosamente guardada e repassada a partir da confiança que se deposita naquele (ou naquela) que irá recebê-la. Isso certamente auxiliaria a criar um vínculo com as leitoras, uma intimidade que de certa forma suavizava a autoridade do emissor da mensagem. Por outro lado, considerar que a beleza das atrizes era fruto de um segredo reforçava a mística em torno delas, mais uma vez criando o jogo de afastamento/aproximação que caracteriza o *star system*.

Um outro aspecto, também atrelado aquela conjuntura, é a mudança no discurso sobre o comportamento feminino, em relação há uma década. No capítulo anterior, argumentou-se a secularidade da noção do *corpo histerico*, que diz respeito a sujeição do comportamento feminino aos seus órgãos reprodutores. Em um intervalo de dez anos, averigua-se uma concepção diferenciada, como exposto na primeira citação desse texto. O nervosismo passara

a ser provocado por outros fatores, aqui, especificamente, a tensão provocada pela Segunda Guerra. Não se pode afirmar que aquela primeira formulação desapareceu, mas fica claro que outros fatores foram agregados a tal explicação, mostrando que mesmo concepções cristalizadas são reformuladas em conjunturas específicas. Um outro extrato do texto corrobora essa transformação:

Se estiver fora de casa e um acesso de nervos a mortificar experimente fazer massagens nos músculos do rosto ()

Quando estiver processando tal feito uma descoberta vai surpreendê-la: nem somente ficará livre da tensão de nervos como descansara da cabeça aos pés. Donde se deduz que o espírito pode prestar os melhores benefícios ao corpo.

E, se a concepção passou por reformulações transformou-se também a autoridade para falar sobre ela, nesse caso, a figura do médico da lugar a um especialista em estética.

Por fim, uma última informação coroa a ideia do segredo compartilhado. Uma foto de Eleanor Powell vem ao lado do texto, com a seguinte legenda: *Eleanor Powell - artista dançarina da Metro, e apologista firme do descanso em como fator de beleza*.

Ao passo que a aparência feminina passava a ser cada vez mais associada às atrizes, colocava-se em uso um novo vocabulário relacionado a esse conceito de beleza, que era transmitido como sendo algo muito maior do que a aparência simplesmente. Era o tempo do *glamour*. Esse termo encerrava um conjunto de atributos cujo valor é percebido nos anúncios e artigos que o utilizavam. Por exemplo, um pequeno anúncio do *Cold Creme S S White* divulgava: *O preparado que da 'glamour' Nutre e limpa a pele, dando-lhe saúde e juventude. Combate manchas, espinhas, rugas, etc.*¹⁹⁰ Abaixo, em letras menores, lê-se: *É um preparado científico de confiança, aconselhado especialmente para peles secas*. Fica clara a mudança na ênfase. Apesar de ainda ser ressaltado que se tratava de um produto científico, não era esse o principal argumento, mas sim sua capacidade em ofertar, às mulheres, o que então se almejava, o *glamour*. Esse termo não está explicado, como se já fizesse parte do repertório de saberes das receptoras da mensagem. Entretanto, está escrito entre aspas, e, segundo

¹⁹⁰ ANUÁRIO, 1944 p. 54

Maingueneau, dentro de um texto esse e um termo de distanciamento, situado em um outro espaço, pertencente a outro contexto, e assim e entendido pelo publico receptor ¹⁹¹

A partir dessa reflexão, pode-se pensar na questão da apropriação Apropriação, nesse caso, de valores tipicamente norte-americanos, mais especificamente relacionados as estrelas do cinema, e que inclui, além de imagens, gestos, usos, a propria linguagem

Mas como foi dito mais de uma vez, o conjunto do Anuario das Senhoras e perpassado por multiplas referências, por vezes ate contraditorias, mostrando que os modelos não são construidos aceitando referências de forma passiva, sem conflitos ou reformulações Se a beleza “maxfactorizada” era uma forte referência, não era, todavia, unânime Como contraponto a uma aparência conseguida pelo uso de diversos produtos, o exemplar de 1944 traz um artigo em que aborda a “mulher chinesa” e sua beleza Intitulado “Beleza oriental”, o artigo enfatiza os expedientes ‘naturais’ empregados pelas chinesas em prol de sua aparência

A mulher chinesa não tem oportunidade de empregar a variedade dos auxiliares de beleza em pratica pela mulher americana mas e notada pelos cuidados de primeira ordem com que trata a pele A faustosa chinesa lava o rosto duas ou três vezes e emprega produtos diretamente extraídos da natureza, tal como a clara de ovo ()

Ha duas especies de po de arroz de uso geral Uma liquida a outra em pasta Ambas provêm de produtos naturais O rouge e extraído de flores vermelhas ()

A tinta para as unhas e feita com flôres de uma planta chamada não me toques

Esse e um texto em que se mesclam todo o tempo o exotico e o familiar, o natural e o artificial, o conhecido e o desconhecido Ao mesmo tempo em que se entendia a mulher oriental como O Outro, em oposição a um Eu onde se encontravam as brasileiras e as americanas, ha tambem indicios de uma aproximação, pois as formulas naturais de cosmeticos daquelas mulheres talvez se aproximassem mais das soluções encontradas pelas brasileiras reais, não pelo modelo feminino preponderante veiculado pelo Anuário

¹⁹¹ MAINGUENEAU, D *Novas tendências em análise do discurso* São Paulo Pontes, Campinas Editora da Unicamp, 1993

3.1.3 Novos arranjos no mundo doméstico

Um último aspecto do recorte de análise para os números do Anuário das Senhoras editados na conjuntura da Segunda Guerra Mundial, principalmente o número de 1944, também teve destaque por apresentar mudanças em relação ao primeiro número, de 1934, e são os temas veiculados à vida familiar. Uma primeira ressalva deve ser feita, no sentido de que não foram encontradas alterações radicais, e sim elementos que apontaram para uma mudança posterior, às vezes sutis, e principalmente convivendo com referências tradicionais, como, aliás, e o caso dos dois itens anteriores. Mas mesmo assim, os artigos e publicidade aqui escolhidos, ainda que em número reduzido, foram suficientes, nesse ponto de vista, para oferecer pistas de um processo histórico em curso, estritamente vinculado à conjuntura.

Em 1944, os aspectos relacionados à vida doméstica continuaram ocupando, como em 1934, grande espaço dentro da revista. Entretanto, na esteira dos acontecimentos mundiais, o modelo tradicional de família não era o único cotejado, apesar de ser, ainda assim, entendido como mais viável. Permanece, na revista, a ênfase na vida doméstica e a referência às donas de casa, apesar de dividirem o espaço com as mulheres que trabalhavam fora.

Mas ao menos uma alternativa a esse modelo foi sugerida em um artigo do ano de 1944, que, em um primeiro momento, não trata explicitamente de um determinado modelo, mas acaba apontando para uma outra experiência da vida doméstica, nem ao menos cogitada no exemplar de dez anos antes. O título tampouco traz aquele aspecto: *Armários? Não os tenho! Mas arranjo lugar por toda a parte*. É escrito na primeira pessoa, por uma mulher, o que se deduz pelo uso dos pronomes e outras pistas ao longo do texto. A autora toma como ponto de partida uma suposta carta que a indaga sobre a acomodação de suas roupas. O artigo estrutura-se, então, em relação ao aproveitamento do espaço nos apartamentos modernos, em um dos quais a própria autora diz viver. E sozinha, como deixa claro:

Quem acredita na extensão satisfatória da maioria dos apartamentos modernos? Na maioria, digo ainda, é pequeno, sem aqueles cantos tão úteis, porém cheio de portas e janelas. Para quem vive só, uma sala, um quarto de dormir, banheiro, e um bico de gás servem, isso quando não se trata apenas de uma sala que de dia é sala para qualquer efeito,

c a noite o divan forma a cama necessaria ao repouso Mas a gente se acostuma E vai vivendo ali por longos anos a fio, cativa dessas paredes onde se vão impregnando pensamentos, sofrimentos lagrimas humanas ¹⁹²

Assim, vão-se sugerindo alternativas para guardar roupas e outros, na ausência dos armarios. Esse artigo tambem levanta algumas questões sobre a relação entre os modelos e a realidade. Em primeiro lugar, não se sabe se foi escrito por uma brasileira ou se é uma tradução para, talvez, mensurar o grau de ocorrência de moradores de apartamentos, cujo principal inconveniente, segundo a autora, é a falta de espaço para dispor de grandes armarios.

No Brasil, e claro, essa era uma realidade valida não exclusivamente, mas em grande medida, aos grandes centros urbanos. A revista, editada no Rio de Janeiro, tinha a capital federal a época como parâmetro. Nesse sentido, seria até viavel se tratar dos problemas com um novo arranjo domiciliar como foi o caso dos apartamentos. No conjunto da revista, essa ainda parecia ser uma situação rara, visto que na seção de decoração, não se abordou nenhuma vez, no ano de 1944 a questão dos apartamentos. Ao contrario, as materias ocupavam-se de um modelo de casa com diversos ambientes, para fins diversos. Pois o espaço da casa, mais que funcional, e tambem simbolico, as transformações no uso dos cômodos, ou na criação desses, correspondem a mudanças historicas e sociais, mudanças na organização mental e espacial.

Nesse sentido, não se pode deixar de relevar a perspectiva desse artigo, que explorou o apartamento como moradia, e mais que isso, um espaço que não comportaria, pela descrição no proprio texto, uma família nuclear, tal como era o modelo ideal as leitoras do Anuario. Pelo texto, sugere-se até uma certa noção de independência, a mulher que morava sozinha, e parecia não ser uma situação provisória, e não se aponta, como é de praxe na revista, a quase obvia possibilidade do relacionamento conjugal.

Como se vê, esse é quase um não-modelo para as leitoras, ao se tomar por base o discurso comumente associado as mulheres do periodo. Mesmo assim, o artigo foi publicado, enfatizando um problema que talvez pudesse ser comum, a falta de armarios. Mas, em todo

¹⁹² ANUARIO, 1944 p 184

caso, mostrou também que outras formas de vivência eram possíveis, e ao menos tangencialmente, as leitoras tinham contato com elas

Um outro aspecto que merece destaque em razão das mudanças em relação a 1934 e o tratamento dado aos filhos que seriam mencionados com mais frequência principalmente nos meios publicitários. Além do mais, a linguagem em relação as crianças passou, não por uma modificação, mas por uma intensificação do que já se apontava naquele período qual seja, o uso de mais adjetivos, palavras no diminutivo, vocabulos variados para se remeter as crianças

Um anúncio publicitário de 1944, do Leite de Magnesia de Philips apontava para essa mudança. Uma foto do rosto de um bebê chorando, bastante nítida para os padrões da revista, e o chamariz do produto, que por meio do texto expunha o motivo das lágrimas da criança*.

Não lhe dê purgantes fortes!
Ajude-o com o Leite de Magnesia de Phillips
Não! Não dê purgantes fortes ao seu filhinho. A experiência demonstra que os purgantes violentos irritam o aparelho digestivo. Logo que o bebê apresente sinais de prisão de ventre, cólica ou vômitos, não o torture com remédios de mau paladar!
Bom para toda a família!¹⁹³

Este não era um produto específico para o uso infantil, mas, no entanto, foi anunciado para aliviar males típicos das crianças pequenas. Apontava-se para um mercado destinado a elas, mas cujos compradores, obviamente, eram os pais, e a mãe principalmente. Os argumentos utilizados, evocando o zelo materno, bem como o bem-estar da própria criança, apontam para um mercado lucrativo, ao qual a mãe, em tese, não deixariam de recorrer, sempre pensando no bem-estar de seus pequenos.

Também nessa linha de anúncios de produtos que ora serviam às crianças, mesmo não tendo sido concebidos para esse fim, estava o Talco Ross. Mais uma vez trazia a foto de um rosto de bebê, agora com a expressão risonha. *Bebê feliz. O conforto do seu bebê e a sua felicidade! Dê ao seu filhinho o conforto do Talco Ross! Livre-o das brotoejas, assaduras e outras irritações da pele com Talco Ross, e faça-o feliz!*¹⁹⁴

* Ilustração no fim do capítulo

¹⁹³ ANUARIO, 1944, p 35

¹⁹⁴ Idem, p 40

Ambos os produtos parecem ser de um mesmo grupo, provavelmente norte-americano, hipótese levantada tanto pelo recurso utilizado, da foto e do texto, quanto pelos nomes, em inglês, e por uma pequena frase, presente nos dois *As Americas unidas, unidas vencerão!* Esse pode ser visto como um exemplo das táticas empregadas pelos Estados Unidos no afã de mobilizar os países americanos por um objetivo comum, a luta contra os regimes totalitários na Segunda Guerra Mundial

Acompanhando o desenvolvimento de uma nova sensibilidade em relação as crianças, aumentaram, na revista, as matérias relacionadas ao trato com os filhos, que precisavam ser compreendidos. O Anuário das Senhoras participava da construção de um novo sentimento de família, como diz Aries¹⁹⁵ em matérias como o interesse das crianças por brinquedos,

3.2 Respirando novos ares

Passados os anos imediatamente posteriores a Segunda Guerra Mundial, um certo sentimento de alívio pairava por todo mundo que havia, grosso modo, se recuperado no pós-45. A Europa reerguia-se graças a ajuda financeira viabilizada pelo Plano Marshall, sistema de crédito fornecido pelos Estados Unidos para financiar a reconstrução de países daquele continente arrasados com a guerra. Os próprios Estados Unidos, por sua vez, tinham finalmente superado os traumas do *crack* de 1929 e da Segunda Guerra, emergindo definitivamente como uma grande potência mundial. Parte dessa retomada deveu-se justamente ao sucesso do Plano Marshall.

No Brasil, a relativa calma política e econômica instalada no período pós-guerra seria fortemente abalada em meados dos anos de 1950. Após a gestão do presidente Dutra, Getúlio Vargas voltara ao poder, em 1951, “nos braços do povo”, ou seja, por meio de

¹⁹⁵ ARIES, P. op cit, 1981

eleições diretas. O ex-ditador assumira o cargo empunhando a bandeira da industrialização com orientação nacionalista e fazendo uma política denominada populista voltada as massas, tendo nesses setores seu principal pilar de sustentação. Suas alianças com partidos de orientação toda como popular bem como medidas que aos olhos das facções de oposição, fortaleciam as classes trabalhadoras e ainda a política em relação ao capital externo geravam crises tanto com os grupos não-alinhados ao poder central como dentro do próprio governo, crises que provocariam a exigência da saída do presidente ao que ele respondeu com um ato extremo o suicídio, em 1954.

A aridez da cena política convivia com outras referências, bem mais amenas. Os veículos de comunicação de massa disseminavam-se pelo país e entre eles, o rádio alcançava popularidade com a multiplicação do número de aparelhos nas casas. As cantoras do rádio eram elevadas ao status de estrelas, bem como os programas de auditorio das emissoras tornavam-se concorridos. Tal sucesso estimulou outras esferas como a publicidade que, além de criar jingles para anunciar seus produtos passou a patrocinar a transmissão radiofônica. Isso aliás teve grande repercussão em um dos concursos da Rainha do Rádio, do ano de 1949. Segundo consta a candidata preferida, Emulinha Borba perdeu injustamente o concurso fraudado por um golpe publicitário da marca de bebidas Antártica, patrocinadora da cantora Marlene, a outra candidata.¹⁹⁶

Além do rádio, a televisão despontava no país. Em 1950 foi ao ar pela primeira vez uma transmissão da TV Tupi. No entanto, levaria um certo tempo até que esse veículo se estabelecesse, em parte pelos problemas das próprias transmissões, em parte pela raridade dos aparelhos.

Por conta dos meios de comunicação, principalmente do cinema, o país também se envolveria de alguma forma com a euforia do contexto internacional. Sem a tensão que pairou no ar até pouco depois de 1945, podia-se pensar em coisas mais agradáveis, e o cinema hollywoodiano foi o grande veiculador da ideia de que realmente aqueles eram tempos

¹⁹⁶ Segundo informações de AVANCINI, M. Marlene e Emulinha nas ondas do rádio. Padrões de vida e formas de sensibilidade no Brasil. In *História e perspectiva*, Uberlândia 3 113-135, jul/dez 1990

melhores. O mundo sombrio do cinema *noir*, com seus crimes de caráter duvidoso, suas *femmes fatales* destruidoras de lares e de condutas, que tinha vigorado até meados da década de 1940, deu lugar a produções acucaradas, cheias de comédia leve e alegria, com o *happy end* coroando a trajetória dos personagens.

A supervalorização da instituição familiar, o otimismo e a certeza de que no fim tudo daria certo, como acontece com o personagem de James Stewart em *A felicidade não se compra* (1947), de Frank Capra, eram mensagens presentes em muitos dos filmes da época.

Ensinava-se ao mundo, mais uma vez, o *american way of life*, de agradáveis lares suburbanos, vizinhança afável, maridos bem empregados, casal de filhos perfeitos e esposas esperando com carne assada e batatas para o jantar. Faz-se necessário ressaltar, no entanto, que não existe o norte-americano, unívoco. O americano típico também é uma construção, sedutora o bastante para conseguir adeptos em várias partes do globo. Esse modelo mesmo, que ancorado em uma imagem ‘típica’, propalava valores universais, como a honestidade, a perseverança, o bom caráter, ideais que naquele contexto eram almeçados por nações exaustas e saturadas com as tragédias dos anos de guerra.

Esses anos dourados, intensamente veiculados pelo cinema de Hollywood, mas também pelos outros meios de comunicação, eram parte de um esforço maior de retomar valores tensionados na conjuntura da Segunda Guerra Mundial. O conflito arrasou as sociedades não só economicamente, mas também modificou comportamentos e questionou modelos, os quais, na fase de reconstrução em que o mundo se encontrava, buscou recuperar-se. Um dos maiores investimentos foi nas instituições tradicionais, a família principalmente. Mas tais tentativas confrontaram-se com uma realidade bastante modificada, e as estratégias soaram como artificiais ou alienantes, a exemplo dos filmes de Hollywood que passaram a ser produzidos.

O Anuário das Senhoras de 1954, volume que será analisado nesse item, pautava-se muito mais por essa realidade do que pela conturbada fase política dos anos entre 1951 e 1954, período em que foi produzido. Esse número contemplou mais uma vez os temas correntes, mas se voltou especialmente para uma questão, o relacionamento conjugal. Essa

sera, pois, a primeira questão a ser analisada, destacando-se ainda, nesse mesmo volume, a estética e a saúde feminina

3 2 1 O ano das noivas

O Brasil dos anos de 1950, como boa parte do mundo ocidental, passou por um processo de revalorização da instituição familiar. Naquela conjuntura, passada a “onda” do trabalho feminino dos anos de 1940, o casamento voltaria a ser considerado a melhor carreira que as mulheres poderiam escolher, ideia reiterada por vários discursos, desde o dos *mass media* até o religioso.

Essa ênfase na questão do casamento estava inserida em um esforço ocidental de retomada de valores que foram tensionados com a Segunda Guerra Mundial. Mais especificamente, essa foi uma reação a uma série de fatores relacionados à instituição familiar: a ausência da figura paterna, já que muitos chefes de família se engajaram no conflito, a participação feminina no mundo do trabalho, assumindo funções comumente associadas ao gênero masculino, foram algumas das esferas que compulsoriamente tiveram que ser redefinidas. Mas nessa sociedade do pós-guerra o tratamento dado à questão do casamento assumiu contornos mais leves, um tom alienante, pouco se assemelhando ao discurso normativo que regulara essa prática até as primeiras décadas do século XX.

Intimamente ligada ao conceito de vida privada, em oposição ao espaço público, a família da sociedade burguesa fora a instituição fundamental, *cellula mater* da sociedade e princípio regulador da convivência e das relações sociais. O matrimônio, além de meio legítimo para sua constituição, era também a instituição reguladora dos papéis de cada gênero, já que as tarefas domésticas absorveriam por completo as esposas, conservando-as em seu domínio, o privado, enquanto aos homens delegavam-se as atividades da vida pública.

Essa era a estrutura idealizada e defendida bravamente quando se considerava que a mesma estaria sendo ameaçada. Peter Gay, com base nos trabalhos de Frederic Le Play e Wilhelm Henrich Riehl, analisa a situação das famílias burguesas do século XIX, que aos

poucos deixavam de apresentar as características historicamente associadas a elas *Desde tempos imemoriais, a família havia sido o centro organizador de paixões desenfreadas, o núcleo da preservação de estimadas crenças, o instrumento preferido da socialização. Era a família que estabelecera as regras garantia a obediência aos tabus e dirigira as energias eróticas*¹⁹⁷

Essa era a família que tais pensadores defendiam, em detrimento de uma organização que ‘afrouxava”, na era vitoriana, desde que os ideais da Revolução Francesa proclamaram a primazia do indivíduo. Dessa forma, segundo aqueles intelectuais, a instituição familiar enfraquecia-se pelo escasseamento de suas ramificações e sua desintegração tão logo os filhos chegassem a idade adulta.

Mais próximos da realidade vigente, os discursos da intelectualidade brasileira do início do século XX, tanto o jurídico, que estabelecia a hierarquia entre os gêneros na relação conjugal, como o acadêmico ou mesmo os jornalísticos, lamentavam as “modernidades” que ameaçavam as bases tradicionais da família. Esses discursos buscavam salvaguardá-la atribuindo-lhe características fundamentais para a manutenção da ordem social, a principiar pela normatização das relações sexuais, necessária naqueles “anos loucos”, tempos de sífilis de promiscuidade, de desajuste. Nesse sentido,

Se o casamento representava uma etapa superior das relações amorosas se foi proclamado ‘garantidor da saúde da humanidade o melhor remédio para o corpo e para alma, e se constituía uma das maiores fontes de estabilidade social’, era preciso, então, divulgá-lo e transformá-lo numa necessidade para todos. Os celibatários vistos como ameaça ao edifício social e a pureza do casamento eram motivo de discursos que não poupavam os homens, tampouco as mulheres¹⁹⁸

Como se pode perceber, naquele início de século as nupcias respondiam, ou ao menos esse era o discurso dominante, a demandas sociais bastante significativas, pode-se mesmo dizer que aquela prática era a base de toda a ordem social. Nos anos de 1950, o discurso em relação ao casamento adquirira um tom bastante diverso. Em comparação com a densidade

¹⁹⁷ GAY, P. *A educação dos sentidos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 303.

¹⁹⁸ MALUF, M., MOTT, M. *Recônditos do mundo feminino*. In: SEVCENKO, N. (org.) *História da vida privada no Brasil. Da Belle Époque à Era do Rádio*. V. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 387.

das normas e orientações que marcaram as épocas passadas, as preocupações com o matrimônio nos “Anos Dourados” eram bem mais amenas, e estavam envoltas por uma aura de alegria, de expectativa que nem de longe se assemelhava ao peso simbólico que tivera essa prática em períodos anteriores

É necessário entretanto, fazer uma ressalva no sentido de que, nesse estudo, se está analisando emissões bastante específicas, os meios de comunicação. Por outro lado, não se pode olvidar a primazia desses em relação a outras falas, pois não só o cinema ou as revistas apregoavam tais ideais, mas também o fazia, por exemplo, a publicidade, de forma bastante intensa. E pode-se sugerir a amplitude de seu alcance, visto tais veículos trabalharem, nesse período e em relação a esse tema, também com textos não-verbais, de apreensão imediata

Ainda nessa linha, faz-se necessário destacar a circularidade dessas ideias, termo empregado por Roger Chartier, no sentido de não se restringir determinados valores a camadas aos quais eles originariamente se vincularam¹⁹⁹. Nesse caso especificamente, mesmo que a noção de casamento e vida familiar fossem dirigidos, em um primeiro momento, a camadas médias e altas da sociedade, sua capacidade de penetração em outros níveis sociais não pode ser ignorada, principalmente em um sistema cultural que se define por buscar atingir o maior número de pessoas

Assim, pode-se então sugerir que uma nova relação com a ideia de matrimônio pairava no ar dos “Anos Dourados”. O Anuário das Senhoras de 1954 dá uma boa medida desse processo, em que as prerrogativas que o envolviam, legitimadas pelo discurso jurídico, de médico e pensadores, davam lugar ao depoimento de estrelas e suas orientações, como em um artigo em que a atriz Elizabeth Taylor apresentava os predicados necessários aos seus pretendentes

- 1- Não deve ser mau, porém também não deve ser muito bom exceto comigo
- 2- Deverá ter um espírito flexível. Jamais monótono, sempre com um imprevisto interessante
- 3- Deve ser moderno, sem ser extravagante. Nada extremista, nem para gostos, nem para costumes

¹⁹⁹ CHARTIER, R. op cit, 2002

- 4- Deve saber discernir entre o que é verdadeiro êxito e o que é bluff (E isto o digo porque creio em mim, na verdade da minha arte)
- 5- Devera ter bom gosto no vestir e saber admirar meu ultimo vestido
- 6- O homem cujos atos são sempre conhecidos, não me interessa
- 7- Pode admirar e até galantear outras mulheres nas reuniões Desde que no final voltando-se para mim sem tom confidencial me diga Ela é linda veste-se elegantemente mas não é nem a metade do que es em beleza e elegância'

O corpo editorial da revista aceitou esse modelo, enfatizando a 'propriedade' das palavras da atriz *A famosa artista não é muito exigente Pensa com bom senso Também não pode ser apontada como egoísta Tem o direito de querer, só para ela, o seu maridinho Parece que todas as mulheres deveriam pensar como Elizabeth Ao menos a metade do mundo seria feliz*²⁰⁰

É questionável que tais prerrogativas fossem consideradas, pelas leitoras, as essenciais para um casamento bem-sucedido. Em contrapartida, a valorização de um texto tão banal justifica-se, por um lado, pela figura da artista de cinema, que dentro do *star system* ganhara autoridade para aconselhar sobre todas as coisas, como lembra Morin. Por outro lado, esse tom acompanhava o discurso veiculado por outros emissores, cuja ênfase recaía não em uma densa lista de preocupações, mas em uma mensagem marcada pela superficialidade, pela leveza, pela artificialidade.

Os filmes musicais foram grandes divulgadores do "matrimônio alegre". Doris Day, cuja atuação em longas-metragens edulcorados fez com que fosse atacada pelo movimento feminista da década de 1960, atuou em quatorze filmes musicais entre os anos de 1948 e 1955, de um total de dezoito produções nas quais participou²⁰¹. Outros clássicos desse gênero cinematográfico também são desse período, como *Cantando na Chuva*, de 1952. Ademais, a publicidade também cumpria esse papel, além da televisão, que nos Estados Unidos já veiculava seriados cujo mote era o cotidiano de famílias exemplares.

Nesse sentido, uma das preocupações correntes naquele número se relacionava aos preparativos da cerimônia, um aspecto que já aparecia nas décadas anteriores, mas que no número de 1954 acabara se destacando não só pela quantidade mas também pela ligação com

²⁰⁰ ANUARIO, 1954, p. 118

²⁰¹ Segundo informações de CASTRO, R. *Saudades do século 20*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

o conjunto da revista, praticamente toda ela voltada ao enlace matrimonial. Assim a moda dos vestidos de noiva figurava em quantidade muito maior tanto em relação a outros figurinos quanto em relação as revistas de 1934 e 1944. Ao lado dela, estavam as sugestões de trajes para as 'demoiselles d'honneur' e para as madrinhas, além de um artigo que tratou pela primeira vez, entre os números consultados da procissão do casamento, com a indicação da posição de cada participante.

O casamento estava colocado como o grande acontecimento da vida das damas, o mais festivo deles, e embaladas por esse espírito de festa as manequins vestiam as criações mais variadas. Os modelos distinguiam-se conforme o período das cerimônias, a se realizar pela manhã ou a noite, conforme os tecidos, que iam desde a 'elegância' da seda pura a "leveza" do organdi, e conforme a criatividade dos seus idealizadores*. Esses eram estilistas norte-americanos, em sua maioria, mas também franceses, mostrando a resistência desse paradigma em alguns setores. E coroando as belas criações, os figurinos eram vestidos por modelos e atrizes de Hollywood.

Mas além da preocupação com a cerimônia, havia ainda a questão da escolha, e nesse sentido esse número da revista apontou um outro aspecto em relação ao enlace matrimonial, qual seja, a transmissão de um modelo segundo o qual o sucesso do casamento era responsabilidade de ambos os cônjuges, contrabalançando um pouco a mensagem sempre apregoada de que as mulheres eram as principais responsáveis pelo êxito conjugal. Essa última afirmativa é uma questão central da relação entre os gêneros. A união conjugal foi e é um microcosmo da divisão hierárquica dos papéis masculino e feminino. Essa hierarquia, pautada pela desigualdade, delega aos homens funções "elevadas", e ligadas ao espaço público, e as mulheres as atividades domésticas. Essa divisão secular, e não apenas ocidental, como mostra Bourdieu²⁰², era ainda responsável pela organização da ordem social no período estudado. No entanto, os ares de uma mudança, reflexo das novas vivências possibilitadas

* Ilustrações no fim do capítulo
²⁰² BOURDIEU, op. cit., 2003

pelas necessidades que o contexto da década de 1940 suscitou, podem ser percebidos nesse número do Anuário

Mesmo que o tradicional ideal de esposa estivesse sempre presente, passava-se a idealizar também o marido perfeito. Já nas primeiras páginas do Anuário, publicou-se um texto sobre um código para casais elaborado por um juiz do “Tribunal das Relações Domésticas”, dos Estados Unidos no intuito de harmonizar os relacionamentos, com diretrizes para as mulheres e para os homens. As linhas destinadas às mulheres eram provavelmente bastante familiares, tais como *Quando tiver uma discussão com seu marido, não há melhor maneira de acalmá-lo do que dar-lhe razão*, ou ainda *Peça perdão. As mulheres sabem fazê-lo muito melhor do que os homens*²⁰³, reiterando um aspecto das relações de gênero historicamente conformado, da sujeição feminina como forma de manter uma suposta harmonia entre o casal.

Aos esposos, davam-se orientações como *Dê a sua esposa alguma distração a fastidiosa vida caseira. Leve-a a passear (sic) o maior número de vezes possível. E também Cumule-a de adjetivos lisonjeiros. Elogie os seus menores atos. Isso encoraja a mulher, tornando-a a mais atenta mãe de família, melhor fiscal de cozinha e companheira mais enamorada*²⁰⁴.

Esta claro que o referido Código não questionava os papéis estabelecidos, e sim reforçava a divisão entre os gêneros, enfatizando um ponto que ficou evidente nas revistas no pós-45, o reforço à restrição da ocupação feminina ao âmbito doméstico. Diante dessa realidade que já se tinha como dada, caberia ao marido, então, colaborar para sua manutenção. De qualquer forma, é importante observar que também se atribuíam ao gênero masculino responsabilidades de uma situação por muito tempo delegada à competência feminina, não contestando a finalidade a que se propunha, mas reformulando os meios para alcançá-la.

Ao lado de textos desse tipo, estavam os conselhos tradicionais para as mulheres em relação a como proceder no casamento e, ao menos em um deles percebe-se a tentativa de reversão do quadro que se configurou nos anos anteriores

Um artigo intitulado *As mulheres e o casamento* apresentava o resultado de uma pesquisa levada a cabo por quatro professores europeus “especialistas em casamento”, que apontavam o percentual de mulheres infelizes no matrimônio. Junto as estatísticas apontadas como a principal causa de infelicidade () *aqueles professores chegaram a essa conclusão as mulheres menos felizes no casamento são aquelas que possuem um título universitário*²⁰⁵

Se a conjuntura dos anos de 1940 abriu as portas, mesmo que involuntariamente, para as lides femininas, os anos de 1950 viram aumentar o ingresso das mulheres em cursos superiores, expandindo para além do magisterio o leque de opções para aquelas que desejassem seguir uma profissão. Segundo aponta Martins, () *a partir de 1953 as normalistas podiam ingressar em qualquer curso superior. Cursos como Odontologia, Farmácia, Medicina e Direito passaram a ter uma procura maior pelas mulheres, apesar da concentração das estudantes se dar nos cursos pedagógicos como Filosofia, História e Letras*²⁰⁶

A integração das mulheres ao espaço público, via ocupação assalariada ou pela entrada nos cursos superiores, foi um fenômeno que ocorreu em todo o Ocidente, sendo que, nesse período, a taxa das mulheres que exerciam alguma ocupação assalariada em vários países da Europa aproximava-se de 50%²⁰⁷

Não é surpreendente, portanto, que estudiosos da França, Itália, Alemanha e Suíça, como o artigo esclarece, se voltassem para esse aspecto e chegassem a tal conclusão. Vale ainda ressaltar que na tentativa de restituir-se ao matrimônio um posto privilegiado, algumas ocupações foram criadas ou ganharam evidência, como é o caso dos professores referidos, no

²⁰⁵ ANUARIO, 1954, P 36

²⁰⁶ MARTINS, A P V. *Um lar em terra estranha. A casa da Estudante Universitária e o processo de individualização feminina na décadas de 1950 e 1960*. Curitiba: Aos quatro ventos, 2002. p 32-3

²⁰⁷ LAGRAVE, R. M. *Uma emancipação sob tutela. Educação e trabalho das mulheres no século XX*. In: DUBY, G. PERROT, M. *História das Mulheres no Ocidente. O século XX*. v. 5. Edições Afrontamento, 1991. p.505-527

artigo, como ‘especialistas’ em casamento, ou ainda o “Tribunal das Relações Domésticas”, citado anteriormente. Mesmo que no começo do século esses temas tenham sido debatidos por juristas e médicos, agora a especificidade dos domínios era maior. Mais uma vez fazendo uso das reflexões de Bourdieu sobre o discurso de autoridade, () *o porta-voz autorizado () e um objeto de ciência garantido e certificado, ele tem a realidade de sua aparência, sendo realmente o que cada um acredita que ele é porque sua realidade () está fundada na ciência coletiva garantida pela instituição e materializada pelos títulos ou pelos símbolos ()*²⁰⁸

A alusão a esses porta-vozes autorizados, tanto os professores quanto o juiz, da medida da legitimação do matrimônio naquele contexto, que deixara de ser responsabilidade apenas do corpo editorial da revista, mas passara para a alçada de duas instituições de prestígio reconhecido não só pelas leitoras, mas por todo o grupo social. É claro que os artigos do Anuário tinham sua significação mesmo porque estavam sendo publicados em um veículo comumente associado a esse tipo de informação. No entanto, o tratamento do tema do casamento por esses outros campos da área ao assunto uma nova significação.

Por outro lado, aos modelos veiculados contrapunham-se as múltiplas variantes da realidade, que também determinavam o que a revista veiculava. Por mais que se idealizasse um determinado tipo de mulher, todas as outras ainda estariam presentes, e não poderiam ser ignoradas. Dada a realidade do trabalho feminino, o corpo editorial do Anuário não pôde passar ao largo desse tema, e o cotejou ao menos em um artigo. Como ser agradável e bela no trabalho trazia termos como “sucesso no trabalho”, “habilidade”, “boas oportunidades”. Um novo campo semântico passava a ser utilizado para dar conta dessas variações, como parte do processo de reconfiguração dos modelos femininos, que sofriam variações.

Uma das reações a essas transformações foi a ênfase alienante no ritual do casamento, mas outras eram possíveis, como essa última apresentada, ressaltando a multiplicidade de referências a que os responsáveis pela revista estavam sujeitos, e que, voluntariamente ou não, faziam dialogar.

²⁰⁸ BOURDIEU, P. *op. cit.*, 1996, p. 105

Como último elemento desse bloco de análise, tratou-se da decorrência “natural” do casamento, a constituição do lar. O ‘sentimento da família’, termo empregado por Philippe Aries, foi suscitado não apenas pelos artigos, mas também por imagens, fundamentalmente as veiculadas nas peças publicitárias. Assim e por meio da análise iconográfica, quadros europeus datados de meados do século XVI, que aquele autor vê nascer a representação da família reunida, imagem que se sofisticaria ao mesmo tempo que esse “sentimento de família” conformava-se, até adquirir as feições da família burguesa moderna, que passou a ser o símbolo dessa instituição²⁰⁹

No Anuário de 1954, muitas peças publicitárias invocaram a ideia da família nuclear, não poucas vezes no interior da casa em momentos da vida privada. No anúncio da Cêra Crystal, uma ilustração mostra o agradável interior da sala de uma casa onde moram a mãe, o pai, a criança. Enquanto ele lê algum título de seu interesse a mãe apraz-se em contar uma história para a filha, que segue o livro no colo de sua genitora*. Outra peça do Extrato de Tomate Marca Peixe, na contracapa da revista, traz a imagem de um marido evidentemente exultante com os dotes culinários de sua esposa, muito satisfeita, por sua vez com suas habilidades e com a ajuda extra do produto em questão*. Fazia-se necessário veicular a imagem de uma harmonia conjugal e familiar em que os lugares sociais de novo estavam devidamente ocupados. No entanto, evitou-se o aprofundamento em uma questão cujos resultados não se poderia prever, já que suas estruturas foram balançadas ao mesmo tempo em que seus integrantes conheceram outras realidades. Pode-se dizer que a solução foi substituir a qualidade pela quantidade, divulgando-se maciçamente e de maneira acrítica um ideal calcado na superficialidade, no aparente

Por outro lado, enfatizou-se ainda as informações para a vida prática das “futuras esposas”. Nesse sentido, a revista tratou, com muito empenho, de responder a exigência de que as donas de casa deveriam ocupar o seu tempo, fazê-lo útil e produtivo. Nessa linha, foi muito explorada a parte de trabalhos artesanais, culinária, cuidados com a casa. A publicação

²⁰⁹ ARIES, P. op. cit., 1981

* Ilustração no fim do capítulo

* Ilustração no fim do capítulo

desse tipo de material evidencia que se tomava como pressuposto não só o interesse das donas de casa nesses artigos, mas principalmente, reiterava-se um modelo, exatamente o da dona de casa dedicada aos afazeres domésticos em detrimento das mulheres que trabalhavam fora*

Multiplicavam-se as atividades sugeridas para preencher as horas de lazer das damas, que já se faziam presentes nos anos anteriores. Horas que deixavam de sê-lo, já que se sugeria preenchê-las () *executamos trabalhos para a sua casa, como, por exemplo essa bela toalha de crochê*²¹⁰

Ao lado dos trabalhos de crochê e dos motivos para bordar, a revista daquele ano buscou preencher as horas das leitoras com receitas culinárias. Os hábitos à mesa, bem como a própria alimentação, são resultados do processo de “civilização dos costumes”. Pode-se mesmo afirmar que o paladar é histórico, e está vinculado a injunções sociais e a conjuntura mais ampla, que engloba a fartura ou carência dos artigos, as dificuldades no preparo, bem como as facilidades introduzidas pelas inovações nos instrumentos para cozer e servir, além das influências de culturas externas, entre outros.

Nesse sentido as receitas veiculadas pelo Anuário também respondem a hábitos e referências presentes naquele contexto. É um dos pontos principais nessa vertente e a substituição de menus elaborados, respeitando uma ordem clássica nas refeições, por outros menos rígidos. Nos números anteriores a década de 1950, eram comuns as sugestões de cardápios compostos pela entrada, o prato principal, a sobremesa. Quase toda a seção de culinária se organizava dessa forma, salvo algumas exceções de receitas rápidas para serem consumidas em ocasiões menos cerimoniais.

Nas páginas do Anuário da década de 1950, a exceção transformara-se em regra. Ao lado dos pratos destinados ao almoço e ao “ajantarado”, o enfoque foi dado aos petiscos para coroar as reuniões triviais, acompanhando as horas de conversa, os piqueniques da família. Ainda se ensinava a fazer sopas, ou então as múltiplas possibilidades de utilização de certos itens, como, por exemplo, o camarão. No entanto, essas sugestões perdiam a primazia para as

* Ilustração no fim do capítulo
²¹⁰ ANUÁRIO, 1954, p 188

receitas de empadinhas, enroladinhos de “salchichas”, que eram mais bem explicadas, mais ilustradas e bem mais destacadas no corpo da publicação. Em uma sociedade que se tornava mais ágil, mais prática, inclusive pela participação feminina no mundo do trabalho, as receitas refletiriam como essas transformações influenciariam os hábitos a mesa.

Vale ressaltar ainda o aumento dos produtos para consumo industrializados. Ao *Extrato de Tomate Peixe*, que desde os anos de 1940 figurava na contracapa da revista por meio de anúncio publicitário, juntava-se a massa pronta de marca *Aymore*, a salada de frutas (*fruit salad*) enlatada *Delrio*, os biscoitos *Estoril*, *tambem em saquinhos – embalagem popular*²¹¹, produtos que sugeriam além da praticidade, qualidade e sabor que, ao se tomar por base as peças publicitárias, eram superiores aos produtos de fabricação caseira. O ato de cozinhar ganhava o predicado *praticidade*, ao menos no nível do discurso.

A aparente contradição entre, por um lado, um discurso extremamente enfático no sentido de trazer as mulheres de volta às lides domésticas e dedicarem-se integralmente a elas, e uma outra mensagem, essa pregando exatamente a lei do menor esforço em relação às coisas do lar, explica-se pela complexidade do meio social em que essas referências estavam imersas. Se por um lado o afrouxamento de uma organização tradicional de família gerou uma contrapartida calcada na sua extrema valorização, por outro a retomada do crescimento econômico no mundo pós-guerra incentivou novas indústrias, que por sua vez geraram novos produtos e sua necessidade, empregando, por seu turno, um discurso embasado nas necessidades reais. Provavelmente as mulheres que trabalhavam fora, interessaria utilizar produtos que ocupassem menos seu agora escasso tempo para os assuntos domésticos*.

²¹¹ ANUARIO 1954, p. 230

* Ilustração no fim do capítulo

3 2 2 Esbeltas e saudáveis

Uma leitora da década de 1950 relembra em seu depoimento *Naquela época, quem era gorda era gorda, quem era magra era magra era a natureza de cada uma e ninguém era mais bonita ou mais feia por conta disso*²¹²

Alguns exemplares coevos da revista “Club Curitibano”, tradicional recinto da capital paranaense, corroboram sua afirmação. Entre as dez candidatas ao título *Miss Elegante Bangu*²¹³, figuravam, lado a lado, tanto moças hoje em dia consideradas magras quanto senhoritas que estariam fora das medidas “aceitáveis” em um concurso de beleza.

A essa realidade relativamente “democrática”, iam-se acrescentando parâmetros um pouco mais rígidos, basta lembrar que, em 1954, Marta Rocha, Miss Brasil daquele ano, perdeu a etapa mundial do concurso por duas polegadas a mais de quadris. Ou ainda a versão segundo a qual Carmem Miranda, morta por um colapso cardíaco, abusava de anfetaminas para se manter em forma.

A preocupação com as medidas do corpo feminino, que esses exemplos dos anos de 1950 vinham corroborar, não foi, no entanto, particular ou intrínseca aquele período. No segundo capítulo desse trabalho, analisou-se o tema da beleza no Anuário das Senhoras no ano de 1934 e a ênfase na possibilidade e dever de transformá-lo. Nos anos de 1940 essa questão também esteve presente, entretanto, desde fins dessa década e principalmente no decênio seguinte, a associação entre a beleza feminina e a “esbelteza” foi fortalecida de uma forma inédita em relação aos números anteriores.

Por exemplo, desde 1934 era anunciado o produto cinta moderna, em uma peça publicitária que quase não explorava a imagem feminina. No número de 1944, o anúncio desse mesmo produto estabelecia as medidas ideais do corpo perfeito, comparando-o com as da Vênus de Milo. Essa peça publicitária acompanhou alguns números da revista sem sofrer alterações. No entanto, apesar de as medidas estarem bem definidas, com os centímetros do

²¹² Depoente nº 2, em entrevista realizada em agosto de 2004.

²¹³ Bangu era o nome de uma indústria de tecidos do Rio de Janeiro.

busto cintura, quadril – proporções que até hoje são levadas em consideração – a ilustração que acompanha a publicidade, de uma mulher carece de realismo. Alguns anos depois, no anúncio desse mesmo produto, essa imagem é substituída por um corpo de mulher bastante definido, onde os números orientavam, através da indicação dos centímetros, agora o olhar evidenciou*

As reportagens sobre emagrecimento também figuraram nos anos de 1940. Perder a barriga, manter a esbelteza, eram orientações que já estavam presentes, mas as recomendações eram pouco precisas. Por exemplo, em 1946, um artigo intitulado *Se emagrecesse* indicava *exercícios energéticos*, e ainda *o remédio mais eficaz para esses casos consiste num regimen em que sacrifiquemos o gosto por determinadas comidas, em benefício da saúde e coquetaria*²¹⁴

Em contrapartida, uma chamada do número de 1951 prometia *Coma e mantenha-se esbelta* em um artigo que trazia um *regimen dietético inglês*. Nesse mesmo número, ainda estiveram presentes os artigos *Aprenda a comer*, e *Regras que favorecem a silhueta*. Em 1953 Ginger Rogers enfatizava () *contenho a gutodice e não sacio o desejo de comer*. *Naturalmente ha algum prato a que não resisto, mas procuro evita-lo*. *Não fumo, não bebo, nem mesmo wisky ou o mais saboroso 'cocktail' ()*²¹⁵

E no número de 1954, essa preocupação obtivera atenção especial. Embora a leitora citada no começo desse item tenha mostrado que, na realidade, não havia uma cobrança de adequação dos corpos a determinados padrões, o teor da revista explicita o início da construção de um modelo um tanto diverso. Uma das formas de alcançá-lo seria a modificação dos hábitos alimentares.

As práticas alimentares são históricas e culturais. Se houve uma época em que o consumo dos alimentos era associado ao gosto das pessoas, doravante a elaboração dos cardápios responderia a exigências de distinção e “bom gosto”. No Anuário das Senhoras, essa relação prevaleceu durante muito tempo, no entanto, nos artigos ora apresentados, pode-

* Ilustrações no fim do capítulo

²¹⁴ ANUÁRIO, 1946, p. 246

²¹⁵ ANUÁRIO, 1953, p. 207

se apreender uma transformação na sensibilidade em relação a comida. Ao lado de noções correntes de refinamento, de sabor, de sustento, que se aplicavam aos produtos, e que não desapareceram, a associação entre as práticas alimentares e a estética corporal se fortalecia, em um movimento crescente, que encontra seu apice nos dias atuais.

Destarte as orientações pouco precisas de uma década atrás dariam lugar a cardápios especialmente elaborados no intuito de emagrecer as damas. Em 1954, um artigo intitulado *Superalimentação saúde esbelteza*²¹⁶, versa sobre o “problema” de comer demais. Foi sugerido então um cardápio para as senhoritas que desejassem manter a linha e segundo o autor do artigo, esse era um desejo comum, a levar em conta o início do artigo: *Toda a gente quer emagrecer neste século em que predomina a esbelteza*.

Mais adiante, sugere o *regimen* em questão:

Vamos dar em resumo o cardápio de uma senhorita que é linda e elegante: mede 1m70cm, talhe com 55cm, peito 92, quadril 90 e pesa 56 quilos. Seu pequeno almoço se compõe de duas laranjas, dois biscoitos com manteiga. Nem chá, nem café.
Almoço: carne grelhada e frutas e um copo de leite.
Jantar: peixe ou ovos, um legume cru, queijo, frutas e um sorvete.
Naturalmente absorve meio litro de leite. Nada de champagne, whisky ou qualquer espécie de bebida alcoólica.
Faz ginástica sueca todas as manhãs durante 10 minutos e anda uma hora por dia sob qualquer tempo durante o verão, nada e anda de bicicleta.²¹⁷

Coroando o texto, ilustrações de atrizes de Hollywood em roupas de banho, exemplos visuais da beleza que então se preconizava. Aliás, essa foi veiculada não só por artigos, mas também pelas ilustrações e fotografias que, mesmo sem a utilização de palavras, sugeriam aquele novo padrão.

A imagem, como diz Peter Burke, se presta ao serviço de encarnar ideias e valores²¹⁸. Nesse sentido, um ideal estético mais magro estava subjacente na editoria de Lingerie, por

²¹⁶ Idem, 1954, p. 90-1

²¹⁷ Idem, p. 91

²¹⁸ BURKE, P. *Testemunha ocular: História e imagem*. Bauri: Edusc, 2004.

exemplo, onde, ao lado dos croquis e das roupas mais fechadas, atrizes vestiam peças diafnas e esvoaçantes sugerindo uma silhueta bem mais esguia*

As referências que pautavam esse discurso, pouco válido para a realidade das brasileiras, de acordo com o depoimento da leitora tinham duas influências principais, pela análise do corpo da revista. Uma delas, como fica evidente, e novamente Hollywood e suas atrizes. Uma outra, um pouco mais difusa, mas que estava se fazendo presente novamente naquele contexto, era a francesa, pelo vies do vestuário. A França inaugurara a ideia do *prêt-à-porter*, tornando a moda mais acessível. A expressão foi cunhada em fins dos anos de 1940 para indicar a produção industrial de roupas, o que levaria a redução do seu preço, sem perder, no entanto, o vínculo com as criações da Alta Costura - uma revolução democrática, como diz Lipovetsky²¹⁹. Segundo o autor, essa foi uma grande transformação no sistema de moda francês em que a Alta Costura passou a ser considerada uma fonte de inspiração, mas não a única referência de criação de moda. O *prêt-à-porter* não sofria da ausência de personalidade da costura industrial e, doravante a moda francesa alcançaria uma popularidade inédita.

E por esse vies que se pode interpretar a retomada da referência a França nas páginas do Anuário e o destaque a um ponto específico, a manequim profissional. No número de 1952, um artigo de Simone, “famosa modista francesa”, participava as leitoras a vida das manequins das casas de moda, e sua elegância no porte sua “linha” impecável, sua necessária esbelteza. Em 1954, um artigo bastante longo, intitulado *Modelos que impõem a moda*, esse sem assinatura, mas também traduzido do francês, propunha-se a acompanhar a rotina de Sofia, manequim francesa de prestígio internacional.

Por um lado, esses artigos transmitiam que existia uma distância entre essas mulheres e as senhoras que liam a revista. O título do primeiro deles da conta dessa cisão *Seres de outro planeta as manequins de moda?* No entanto, a despeito desse imaginário, a autora esforçou-se para demonstrar que, como era esperado das mulheres comuns, todas as conquistas das manequins não se deram sem dedicação, esforço, perseverança, ideais

* Ilustração no fim do capítulo

²¹⁹ LIPOVETSKY, G op cit Literalmente, *prêt-à-porter* significa pronto para usar

divulgados ao conjunto do gênero feminino. O artigo seguinte é um pouco mais glamouroso, e descreve atividades menos comuns.

De qualquer forma, a menção a essas mulheres, em mais de um número da revista, aponta também para uma exigência de formas esguias. Ainda assim, esse modelo enfatizado no conjunto do exemplar poderia enfrentar resistências ao ser transposto para a realidade. Resistências que provavelmente nem eram conscientes, mas que mostram a dicotomia entre um discurso que se queria concretizar e um contexto no qual ele não se encaixava.

Ainda em relação aos cuidados com o corpo das mulheres, a saúde continuava a ter um grande espaço. Mais uma vez, a revista oferece um rico material de análise, nos artigos e nos anúncios, onde transpareceram as alterações ou permanências no discurso médico e publicitário em relação às mulheres.

Essa abordagem pode ser feita contemplando-se, em primeiro lugar, a preocupação sempre presente com o comportamento feminino, mais precisamente com o pendor “natural” das mulheres ao descontrole emocional. Nos anos de 1930 a análise desse comportamento respondia à ideia do “corpo histerico”, na acepção de Foucault, o que por sua vez refletia na veiculação da publicidade de produtos para as regras femininas, os reguladores. Nos anos de 1950, esse tipo de associação perderia a força para uma outra. Os “nervos” continuariam sendo motivo de preocupação, mas o tratamento era por vias distintas. Uma campanha publicitária, veiculada na forma de texto, como se participasse do corpo da revista, anunciava *As mulheres nervosas não são amadas*. Seguiam-se os dizeres:

Quais os motivos? Como evitar e corrigir esta fatalidade?

As mulheres que falam dos seus nervos, sensibilidade exagerada, choram, irritam-se, lamentam-se e alheiam-se aos prazeres da vida estão fadadas ao mais completo fracasso na vida real ()

Gotas Mendelinas, pelos agentes terapêuticos constituintes de sua fórmula, largamente conhecidos e receitados como tônicos nervosos e musculares e o remédio indicado para tonificar o sistema nervoso e combater as astenias neuro-musculares em suas diversas manifestações.²²⁰

²²⁰ ANUÁRIO 1954, p. 47

A instabilidade dos ânimos poderia ser associada ao período menstrual, no entanto, o anúncio não passava essa informação, propondo-se a tratar tais sintomas onde eles se manifestavam, ou seja no sistema nervoso. Esse anúncio evidencia uma outra concepção sobre as mulheres e sua saúde: concepção que deixava de associar seus 'males' a uma única causa, seus órgãos reprodutores ou, ao menos, deixava de localizar aí a cura.

Em contrapartida os reguladores, agora ocupando um espaço menor nas revistas, deixavam de dar ênfase somente aos danos "psicológicos", por assim dizer, relacionados aos órgãos internos, para propor também o alívio aos males físicos, como veicula o anúncio do Regulador Gesteira:

Certos órgãos internos das mulheres congestionam-se e inflamam-se com muita facilidade. Para isto basta um susto, um abalo forte, uma queda, uma comoção violenta, uma notícia má ou triste, molhar os pés, um resfriamento ou alguma imprudência. Molestias graves podem começar assim ()

Regulador Gesteira trata os padecimentos nervosos produzidos pelas molestias do útero: peso no ventre, dores cólicas e perturbações da menstruação, debilidade, palidez e tendência a hemorragia provocadas pelos sofrimentos do útero, fraqueza geral e desânimo provenientes do mau funcionamento dos órgãos utero-ovarianos, tristezas súbitas, palpitações, tontura, calor e dores de cabeça, enjôos, dores nas cadeiras, falta de ânimo para fazer qualquer trabalho, cansacos e outras serias alterações da saúde causadas pelas congestões e inflamações do útero.²²¹

Ainda que os órgãos utero-ovarianos fossem tidos como responsáveis pelos principais sofrimentos das senhoras (a julgar pelo texto, quase todos), dando continuidade a um discurso de duas décadas ao menos, há um refinamento na especificação dos mesmos, e um aumento visível no seu rol. As mulheres continuavam sendo representadas como "eternas doentes", ideia corroborada pelos vocábulos utilizados, tais como *padecimentos*, *sofrimentos*, *serias alterações*. Mais uma vez, conformações culturais e históricas associavam o gênero feminino a uma fraqueza intrínseca a sua constituição biológica, construindo, no mesmo movimento, e de forma relacional, a virilidade masculina, a qual é outorgado o direito de dominação, simbólico e real.²²²

²²¹ ANUÁRIO, 1954, p. 15

²²² BOURDIEU, P. *op. cit.* 2003

Por outro lado, esse tipo de anúncio explicitava as leitoras fatos que, no dia a dia, ainda eram assuntos velados, tratados por meio de eufemismos, a boca pequena. Como relata uma leitora: *Não se falava disso a não ser entre as amigas mais íntimas. Até em casa tocava-se pouco no assunto*²²³. Mesmo as questões inomináveis, como “alguma imprudência” – o não-dito tem aqui tanto significado quanto o dito – eram trazidas a tona, proporcionando as *mocinhas e mulheres* a quem o anúncio se dirigia, um contato menos dissimulado com esses saberes. Um tema que pertencia ao campo do segredo, da vida privada, passava cada vez mais a ser tratado abertamente pela publicidade, decorrência da apropriação do discurso legitimado da Medicina sobre o corpo feminino.

Em contrapartida, mesmo as falas do campo médico ou farmacêutico eram veladas em relação a certos temas, por abordarem assuntos cercados de tabus, e um dos maiores, naquela sociedade, era a relação sexual. Nesse sentido, é emblemática a publicidade do *Philagyna, pessarinho preservativo para a higiene íntima*²²⁴. Com poucas e meias palavras, o anúncio propalava a utilidade do produto: *Senhora, este mês e todos os meses tenha tranquilidade de corpo e espírito*²²⁵. Nenhuma menção sobre ao que se relacionava tal tranquilidade de corpo e espírito.

De novo, uma mensagem cifrada, talvez no intuito de preservar possíveis leitoras solteiras, sinônimo de virgindade, de uma informação que corromperia sua ingenuidade. E como depõe uma das leitoras, essa estratégia funcionava *por ser uma mensagem tão discreta, não despertava a curiosidade sobre o que seria aquilo*²²⁶. A ilustração, no entanto, insinuava, muito veladamente, que o produto tinha alguma relação com a vida a dois: rostos de um casal prestes a se beijar está em destaque na propaganda. Nessa linha, vale resgatar o anúncio já mencionado presente no exemplar de 1944 do *Pan-cake Max Factor*. *Experimente-o hoje, esta noite*, pode ser interpretado como uma alusão um pouco mais ousada, para aquela conjuntura, da relação a dois. Por esses anúncios pode-se perceber de que forma um discurso feito de

²²³ Depoente nº2, em entrevista realizada em agosto/2004

²²⁴ O pessarinho e, na realidade, o diafragma

²²⁵ ANUÁRIO, 1954, p. 11

²²⁶ Depoente nº2, em entrevista realizada em agosto de 2004

ausências, como o do intercursos sexual, encontrava brechas para se manifestar, mesmo que veladamente

Como já foi dito, uma tendência que vinha se estabelecendo ao longo das décadas cotejadas nesse trabalho foi a perda da predominância dos anúncios dos reguladores, que passaram a dividir espaço com peças publicitárias de outros medicamentos, um reflexo dos avanços da Medicina e da indústria farmacêutica. Segundo Gerard Vincent, as doenças começam a ser reconhecidas a partir do momento em que têm cura²²⁷. Nesse sentido, nos anos de 1950 o campo da Medicina havia alargado seus horizontes e descoberto várias enfermidades, o que pode lançar uma luz sobre a dissolução parcial da associação entre os “nervos” e o aparelho reprodutor feminino.

Assim, o campo da doença, que nos anos de 1930 e meados da década seguinte abarcava alguns poucos problemas, como os habituais “males femininos” e ainda a tosse ou a falta de apetite dos filhos, foi estendido em meados dos anos de 1950. Na publicidade, uma chamada lançava a pergunta *A epilepsia e curável?*²²⁸ E a afirmativa. Sim, aquele mal poderia ser curado com o Antiepileptico Barasch.

Nesse mesmo contexto, o fígado humano fora referendado com maior intensidade, como se tivesse sido “descoberto”. A ele se associaram muitos dos sintomas que antes eram relacionados aos órgãos femininos. Mais um produto da marca Xavier, que ocupou espaço nos Anuários dos anos de 1950 foi o Hepacholan. O estilo de publicidade foi o mesmo empregado no anúncio dos reguladores: um texto longo, para os moldes publicitários, com os mesmos caracteres empregados no corpo da revista, como se fosse uma matéria do Anuário.

A peça publicitária desse produto principiava por duas perguntas: *Sente-se doente? Você já pensou no seu fígado?* E discorre sobre os sintomas:

Esse mau estar, essas perturbações digestivas (azia, dispepsia, sensação de peso no estômago, gosto ruim na boca, etc), intestinais (prisão de ventre, gases excessivos, cólicas, colites, etc) e nervosas (neurastenia, insônia, sensação de constante cansaço, etc) que tantos sofrimentos lhe trazem, certamente já fizeram você pensar em possíveis molestias do

²²⁷ VINCENT, G. Uma história do segredo? In: PROST, A., VINCENT, G. (orgs.) *História da Vida Privada* v. 5. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 155-390.

²²⁸ ANUÁRIO, 1954, p. 135.

estômago dos intestinos ou do sistema nervoso () Você já pensou no seu fígado? Pois saiba que um fígado doente, um fígado funcionando mal pode perfeitamente ser – e quase sempre é – a causa de todos esses males tão desagradáveis e martirizantes

Nessa campanha, generalizaram-se muitas das enfermidades que anteriormente eram quase exclusivas das mulheres. Nesse sentido, pode-se pensar em uma reavaliação dos saberes médicos, em princípio, mas que teve reflexos no conjunto do corpo social, das categorias que fundam as diferenças entre os gêneros. Uma delas, estava sendo alterada ou minimizada, mesmo que não radicalmente. Os “corpos nervosos” não eram mais intrínsecos ao gênero feminino, porque suas causas não mais se localizavam em uma particularidade biológica. A partir do saber médico, essas dicotomias se reconstruíram. Como o poderia ser por outros discursos, pois essa distinção, que parte da evidência biológica, constrói-se, no entanto, social e culturalmente. O próprio título do texto – *Você já pensou no seu fígado?* – convida a refletir acerca dos saberes sedimentados sobre a saúde e a doença, abrindo possibilidades de novas respostas quando o que já se sabia tornara-se insuficiente.

E foi dessa forma, revendo-se saberes, dialogando-se com distintas referências, que o Anuário das Senhoras construiu, durante três décadas, modelos de mulheres e de homens, significando a realidade e sendo por ela significado.

PARTIDA de TRABALHAR!



Há certas épocas em que por dôres, excessos, escassez ou faltas no funcionamento do organismo, a execução de qualquer tarefa se torna penosa para a mulher que trabalha. É tão fácil no entretanto, eliminar os dias de sofrimento! Basta usar, de accôrdo com as indicações da bulla, A SAUDE DA MULHER, o remedio que traz no nome o resumo das suas virtudes. Procure conhecê-lo!

A SAUDE DA MULHER



"E' adoravel contempla-la"

Desperte

A SUA BELEZA ADORMECIDA

Quando o seu rosto aparentar cansaço e sua pele tiver perdido a frescura faça voltar a jovencaria e juventude de sua cutis com o uso do Creme de Limpeza Dagelle. Este maravilhoso creme, de consistencia leve e delicada, penetra profundamente nos poros, removendo por completo impurezas, poeiras e restos da maquiagem. O Creme de Limpeza Dagelle além de proporcionar uma perfeita limpeza da cutis torna-a mais suave e areludada. À venda em todas as perfumarias e farmácias.

GRATIS: - "Imponha-se pela Beleza" - folheto que lhe ensinará como cuidar de sua cutis. Solicite-o em P. 325-Rio

Vivatoxe é o adstringente ideal para o tratamento da cutis. Dissolve a oleosidade excessiva, estimula a circulação e remove as causas da pele oleosa.

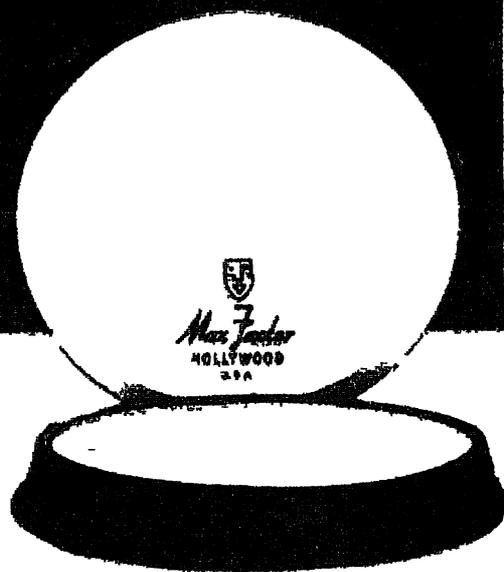
PRODUTOS DE TOUCADOR
DAGELLE



Estrela RITA HAYWORTH Columbia



**Faça-se bonita como uma estrela...
use PAN-CAKE MAKE-UP**



Não admira que o Pan-Cake seja o produto
de beleza mais talado. Ele esconde instantaneamente as pequenas
imperfeições, dando-lhe uma linda pele, suave,

aveludada e de colorido perfeito. Fácil e
rápido de aplicar, resiste por muito tempo sem
retoque. Experimente-o hoje esta noite.

Creação de
Max Factor
★ HOLLYWOOD

Se não for Max Factor não é Pan-Cake

A VENDA NAS CASAS DO RAMO

Não lhe dê purgantes fortes!



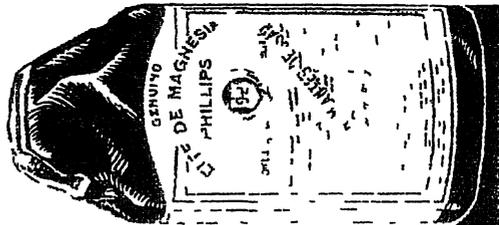
Ajude-o com o

LEITE DE MAGNESIA DE PHILLIPS

Não! Não lhe dê purgantes fortes ao seu
filhinho. A experiência demonstra
que os purgantes fortes, em vez de
apreciar a digestão, logo apresentam
apresentam sinais de perturbação de
órgãos do aparelho digestivo, e são
os melhores para o tratamento
dos casos de mal de estômago.

BOM PARA TODA A FAMÍLIA

AS AMÉRICAS UNIDAS, JULHO 1951



Devo feliz...

Com o uso do seu Talco Ross
felizmente o seu filho o
conforto de TALCO ROSS.
Livre-o das febres assaustivas
e outras perturbações com
TALCO ROSS. Talco Ross

Talco ROSS

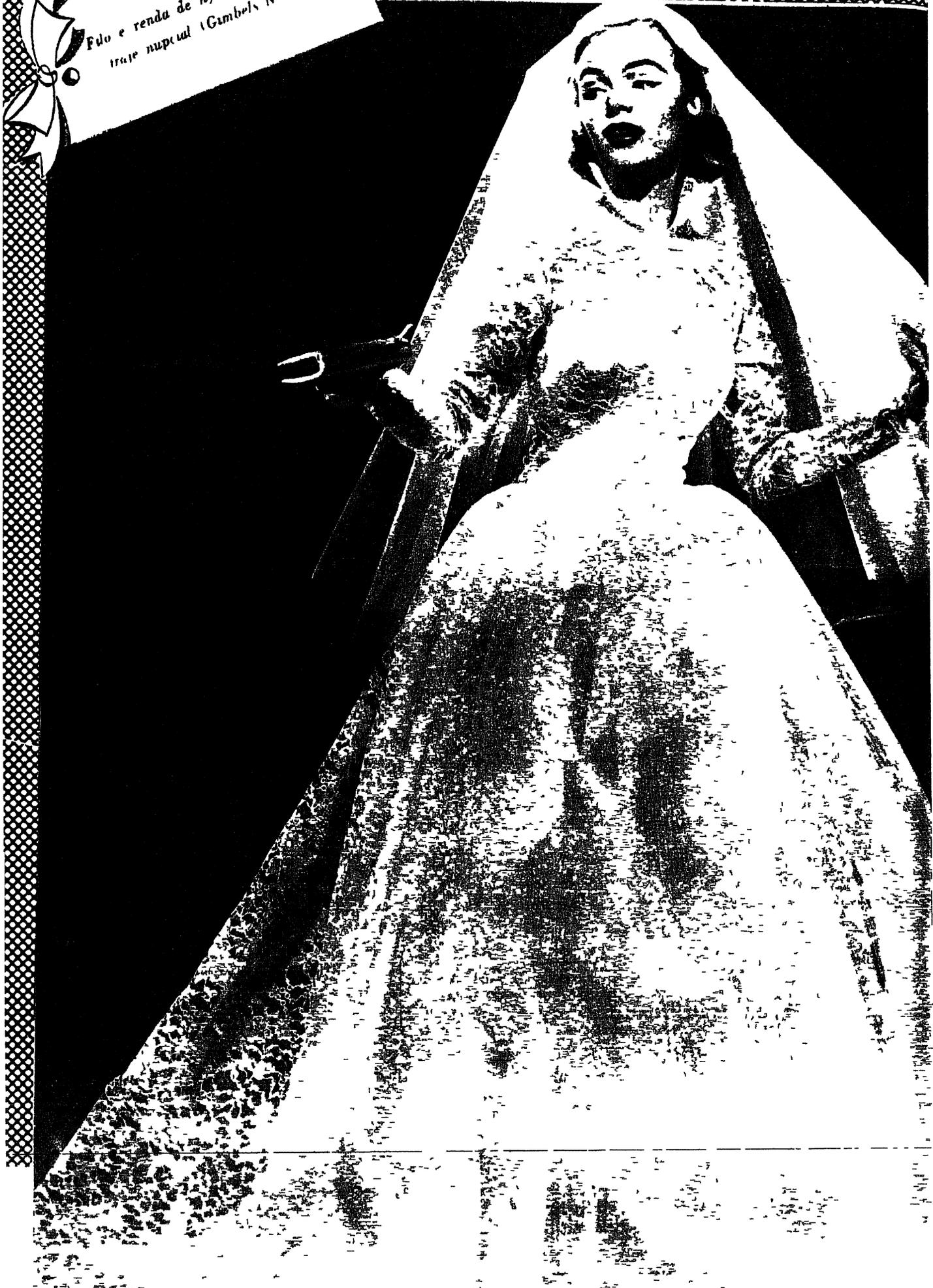


ROBATIL * ANTISÉPTICO * CONFORTANTE



Seda pura, bordados com pérolas e missangas à volta da pala de fiio, os mesmos bordados prendendo o curto e farto véu — traje nupcial elegantíssimo. (Tailored Woman — V York)

Fido e renda de nylon para este belo
traje nupcial (Gimbels N York)



BELEZA E
ENCANTAMENTO!
EM SEU LAR!



Ao adquirir a cêra Cristal para o enceramento de sua casa, a senhora escolheu a cêra de mais rendimento, maior duração e que mais brilho e encantamento dara ao seu lar!



UM PRODUTO DA UNIAO FABRIL EXPORTADORA

TENDO VOCÊS DOIS
EU ME SINTO
"O TAL"!



RS Revistas
5
F. 225 7615
Coba



Boa razão têm os que preferem o Extrato de Tomate marca "PEIXE", porque seu sabor inigualável, seu alto valor alimentício, lhe conferem qualidades difíceis de superar. Condimento culinário por excelência, dia a dia se impõe no conceito das donas de casa, que não o podem dispensar. Fabricado com tomates selecionados das imensas plantações pernambucanas, pelo alto tratamento técnico de sua preparação, conserva as preciosas vitaminas A, B, C, G, sendo, por isso, alimentício e saboroso ao mesmo tempo.

Extrato de Tomate
MARCA PEIXE

AS FABRÍCAS PEIXE SÓ PRODUZEM UM
EXTRATO DE TOMATE.

FABRICANTES:
CARLOS DE BRITTO & CIA. Recife - Pernambuco



Seja a **PERFEITA** dona de casa

Nos Cursos Singer você aprende:

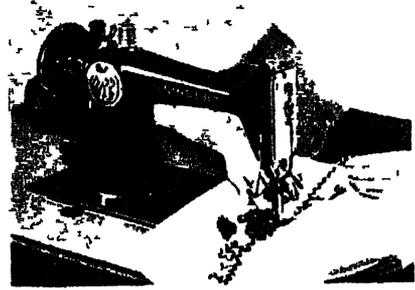
- ★ a fazer seus próprios vestidos — mais a seu gosto, pela metade do preço.
- ★ a fazer tôda espécie de bordados à mão e à máquina, com perfeição.
- ★ a decorar o seu lar com capricho e pouquíssima despesa.



O método Singer de Corte e Costura é fácil, rápido, econômico e interessante. Você começa a aprender costurando para si mesma e já economizando.



Confecção de cortinas, capas para poltronas e móveis em geral, etc.. tudo isto você aprende (enquanto decora sua casa) no Curso Singer de Decoração do Lar



Com a moderna máquina Singer e os maravilhosos Acessórios Singer, você — a perfeita dona de casa — fará os mais variados trabalhos com rapidez e perfeição!

Consulte a Loja Singer mais próxima sobre os

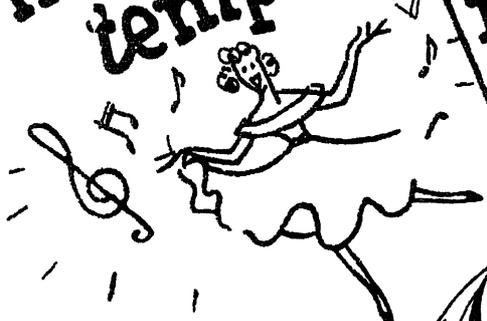


Cursos Singer

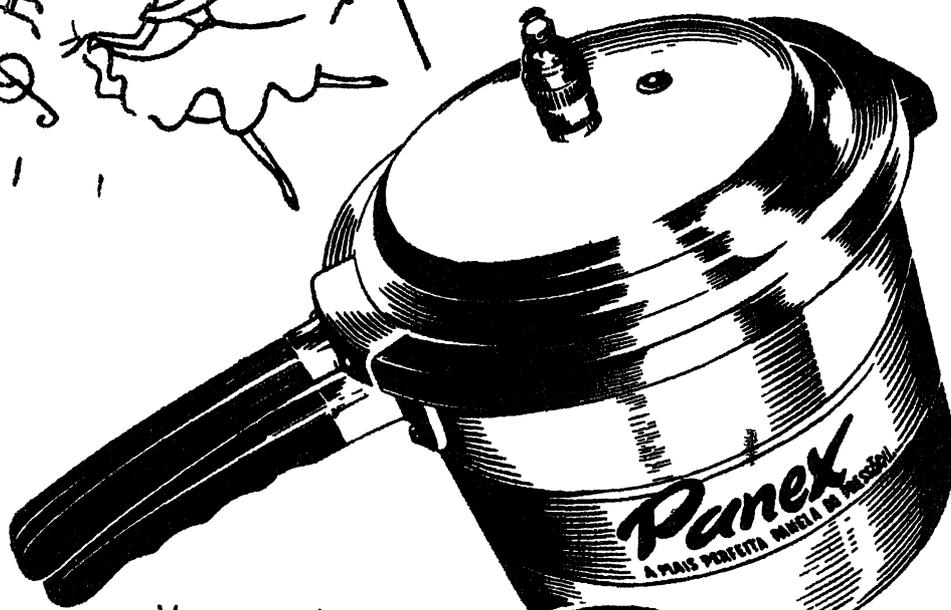
Ha uma no seu bairro, ou perto, para sua comodidade!

SINGER SEWING MACHINE COMPANY

aproveite
mais seu
tempo



gaste
menos!



Veja quantas
vantagens lhe
oferece

a nova

Panex

MATIC

— a mais perfeita panela de pressão

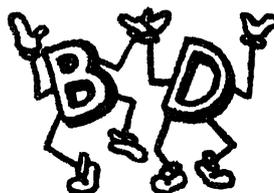
Fidel 9675



80%
— de economia de
combustível, de
tempo e de traba-
lho



cozinha o feijão
em 20 minutos



aproveitamento
integral das vitami-
nas dos alimentos



refeições mais sa-
borosas, em pou-
cos minutos

Capacidade 4 1/2 e 7 litros

PERGUNTE A QUEM TEM UMA!

PANEX IND. & COMÉRCIO LTDA - S Paulo r Xavier de Toledo, 266
Rio Rio Visconde de Inhauma, 134 - Sala 712 Fone 40 7020



A Cinta Moderna

R. URUGUAYANA, 47
TEL 2-4053 RIO DE JANEIRO

Seus modeladores Suas cintas Seus
soutien-gorges São de comprovadas virtudes
anatomicas e plasticas

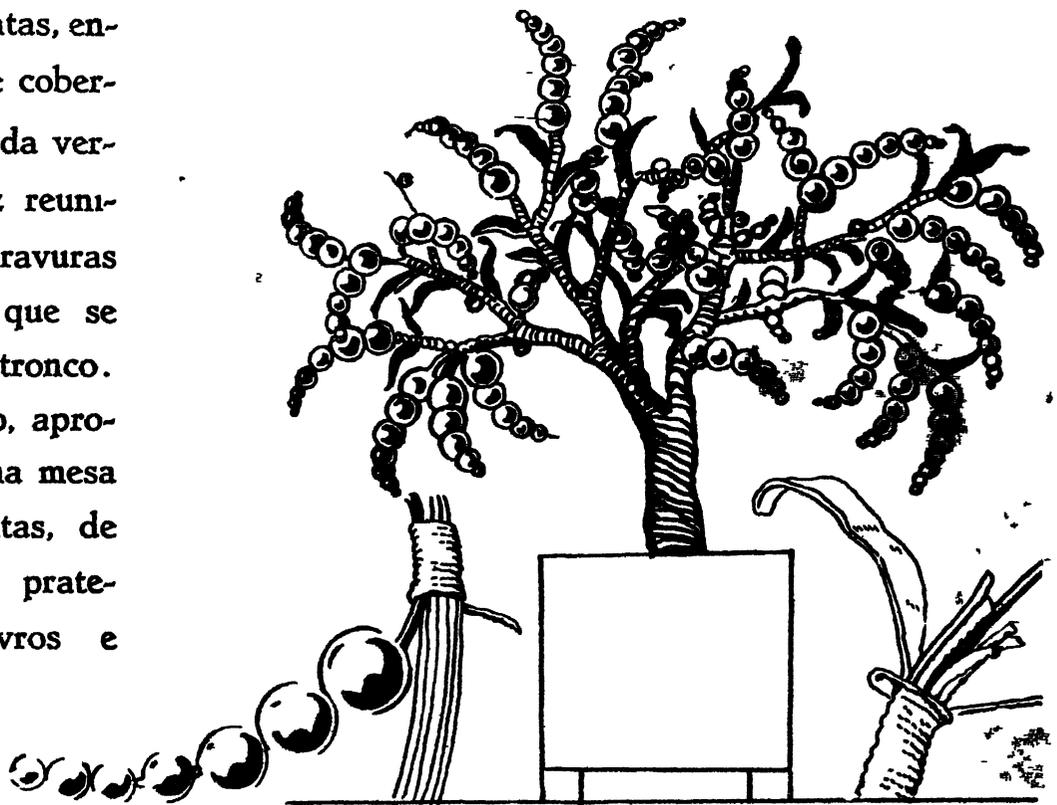
Os nossos preços estão ao alcance de to-
dos A nossa secção de tecidos, elasticos e avia-
mentos para colleteiras é a mais completa do
Brasil Preços especiaes para profissionaes

...so de madeira laqueada, ar-
...cujos ramos são formados
...douradas contas, en-
...das em arame cober-
...com fio de seda ver-
...por sua vez reuni-
... (segundo gravuras
...parte) para que se
...rem no tronco.
...te moderno, apro-
...ado a pequena mesa
...sala de visitas, de
...ndoir", ou prate-
...ta, entre livros e
...ros "bi-
...lots"

TROVA

(ADELMAR
TAVARES)

Onde anda o corpo da gente,
A sombra vae pelo chão
E' assim tambem a saudade,
A sombra do coração .



O Supremo padrão
da plastica feminina,
outrora representado pela
Venus de Milo
é hoje criação da
a Cinta Moderna

OUTRORA VENUS DE MILO	HOJE CINTA MODERNA
-----------------------------	--------------------------

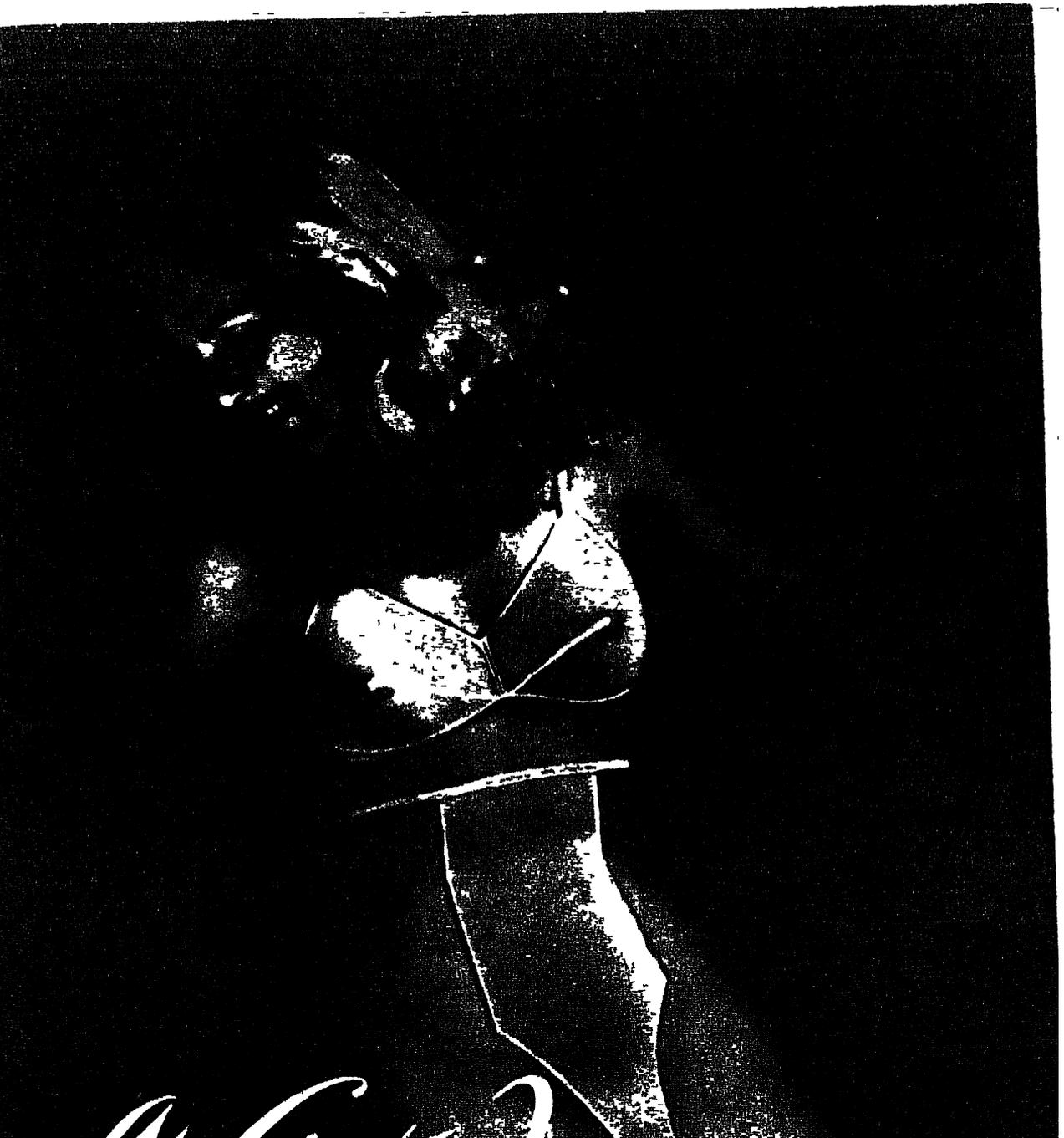
160	ALTURA	157
36	PESCOÇO	31
28	BRAÇO	24
88	BUSTO	80
72	CINTURA	60
95	CADEIRA	87
50	COXA	45
34	JOELHO	30
22	TORNOZELO	18½



Cintas
Modeladores
Soutiens

A CINTA MODERNA

MATRIZ R. URUGUAYANA, 47 — ESCRº E FABRICA R CONSTITUIÇÃO, 36 — RIO
FILIAES: S. PAULO - R. S. BENTO, 78 — B HORIZONTE - AV AFFONSO PENNA, 932



a Cinta Moderna

URUGUAYANA, 115 - RIO DE JANEIRO - ALUNSO PEREIRA, 932 - BELO HORIZONTE
★ RUA SAO BENTO, 114 - RUA SAO LUIZ, 35 - SAO PAULO



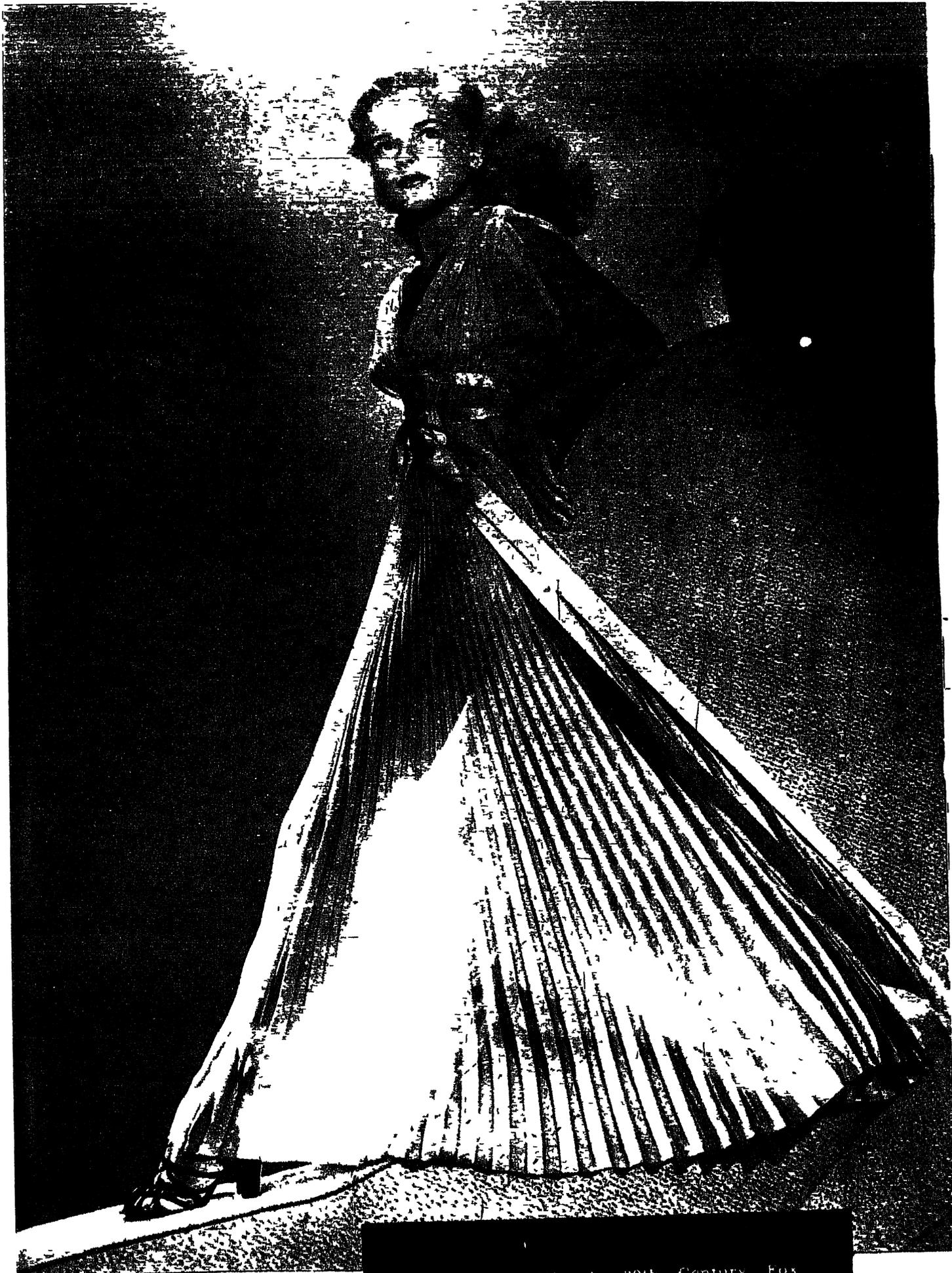
Flexível como um junco

MODELADORES ♦ CINTAS ♦ SOUTIENS

A CINTA MODERNA



LOJAS: RUA URUGUAIANA, 47 - RIO ♦ RUA S. BENTO, 78 - S. PAULO
RUA S. LUIZ, 35 - S. PAULO ♦ AV. AFONSO PENA, 932 36 - BELO HORIZONTE
FÁBRICA E ATACADO: RUA CONSTITUIÇÃO, 36 - RIO



ANNE FRANCIS, da 20th Century Fox
com um lindo "negligee" de seda plissada

ENTRE MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS

Se leitoras contemporâneas de revistas femininas lançassem um olhar para uma publicação como o Anuario das Senhoras sem dar o necessario salto do tigre de que fala Benjamin, provavelmente se espartariam ou no minimo achariam muita graça nas prescrições dirigidas a mulheres como elas proprias mas que haviam vivido em decadas passadas Os contrastes são muitos, e certamente causariam estranhamento os conselhos a nova dona de casa, os exercicios fisicos, as receitas culinarias Enfim, tudo o que dava sentido a publicação e procurava, principalmente, dar sentido a vida de pessoas como Eleonora Consentino Cordeiro, a misteriosa proprietaria dos exemplares ora depositados na Biblioteca Publica do Parana Durante anos, ela adquiriu seu exemplar do Anuario, sempre nos ultimos dias de dezembro, programando, provavelmente, suas leituras para o ano posterior Ou como a mãe de uma das entrevistadas nesse trabalho, que ganhou um exemplar de presente de Natal, o que comprouva o quanto era valorizado junto ao seu publico

Por outro lado, ao se folhear uma revista feminina atual, a organização dos temas não e assim tão diferente do que ha 50 anos As primeiras paginas trazem pequenos textos que cotejam as novidades no mundo da moda, da decoração, do turismo, da gastronomia, enfim, dos “pequenos nadas”, para se usar a expressão corrente no Anuario Um pouco de “cultura geral” tambem e disponibilizado nas reportagens sobre lugares belos e desconhecidos, e mulheres consideradas “vencedoras” respondem como conseguem ter êxito em suas batalhas e servem de exemplo as leitoras Os relacionamentos entre homens e mulheres ocupam varias laudas, seguidos das editorias de moda e beleza e das receitas nas ultimas paginas do volume Mera coincidência? Certamente que não O proprio Anuario e uma fonte fecunda de reflexão sobre mudançás e permanências nesse tipo de publicação

Algumas transformações puderam ser apreendidas nas três décadas de publicação do Anuario Mudanças pautadas por momentos de transição no contexto social, pela circulação de novos saberes, pela rejeição ou aceitação de modelos externos Na sua estrutura, a revista

permaneceu praticamente a mesma durante todo o período consultado, em contrapartida, muitas das referências que o informaram sofreram alterações no decorrer desse período

Uma das alterações mais visíveis foi a substituição do paradigma francês pelo norte-americano, o primeiro número pautou-se muitas vezes por essas duas referências, mas já se vislumbrava que a força dos modelos norte-americanos suplantariam a tradição europeia, onipresente na sociedade brasileira nos primeiros anos do século XX

Por outro lado, preceitos morais, científicos e culturais do início do século XX ainda ecoavam em muitos aspectos da revista – o higienismo, a valorização dos esportes, e mesmo a adequação ao conteúdo editorial, com a publicação de textos no mesmo estilo daqueles das primeiras décadas do século

Dez anos depois, o mundo estava em guerra, e nessa conjuntura houve a necessidade compulsória da revisão das competências masculinas e femininas, e os esforços do corpo editorial da revista para adaptar-se e adaptar esses rearranjos, e significá-los dentro da revista

Por fim, em 1954 um outro contexto se apresentara, e com ele buscou-se redefinir, mais uma vez, os papéis de cada gênero, em tentativas de retorno a um discurso tradicional, muito embora o abalo provocado pela Segunda Guerra tenha tornado irreversíveis certas situações

Mas durante todo esse período, e respeitando sempre as particularidades em detrimento de uma visão generalizante, pode-se apreender uma permanência em alguns aspectos, que correspondem a distinção secular, histórica e social entre homens e mulheres. Concepções de longa duração que, a despeito das múltiplas realidades e possibilidades do mundo atual, ainda ecoam, mais ou menos discretamente, na contemporaneidade

Em todo o período pesquisado, a revista passou uma mensagem uniforme quanto as prioridades da mulher ideal: deveriam ser educadas, belas, bem-vestidas. Além disso, também se dedicariam aos preparos para o casamento, a seus maridos, filhos, e aos assuntos da casa. Preencheriam as horas de lazer com bordados, crochê e culinária

Não se pretende propor aqui uma “denúncia” a uma espécie de tirania contra as mulheres, nem uma imposição sem possibilidades de alteração. Seria perigoso generalizar as

recepções das mensagens e a total apropriação e autônoma e criativa como lembra Chartier²²⁹. Certamente houve mulheres que contestaram os modelos e construíram para si vidas bastante distintas. Não se pretende encará-las como vítimas de uma imposição sem freios e unilateral. As divisões entre o masculino e o feminino e suas atribuições são seculares e construídas por homens e mulheres. É pouco provável que alguma leitora da década de 1930-1940 ou 1950 abrisse seu Anuário resmungando contra a dominação masculina, pois a sociedade se organiza delegando funções, com a participação de seus membros. O que não significa que as representações são imutáveis, prova disso a segunda onda do feminismo na década de 1960, foi a resposta a um modelo que não comportava mais a complexidade das relações entre os gêneros. Uma realidade cada vez mais complexa abria outras possibilidades de realização pessoal além do ideal do marido que trabalha e as mulheres que cuidam das coisas do lar.

Por outro lado, um modelo não se sobrepõe ao outro, apagando-lhe os traços. Como mostra Bourdieu, as referências que constroem as diferenças entre o masculino e o feminino organizam também o mundo social em qualquer tempo²³⁰. Voltando as revistas femininas coevas, é evidente a multiplicação das possibilidades de realização pessoal para as mulheres de hoje. Da mesma forma, o relativo aumento da consciência de que a distinção entre os gêneros é uma construção social e cultural mais do que biológica permite que barreiras sejam quebradas.

Assim mesmo, o caráter relacional das relações entre os gêneros delega papéis, legitimados por instituições tal como a Igreja, o Estado, os meios de comunicação e, nesse sentido, as publicações destinadas as mulheres continuam informando sobre seu lugar social e construindo modelos. Dentre as múltiplas possibilidades que se apresentam, ecoam referências comuns a 50 anos atrás: as mulheres ideais se interessam por beleza, pela casa, pelos filhos, pelos maridos. E mesmo que se propale continuamente um discurso sobre a autonomia individual, é raro que em uma banca de revistas não se encontre, estampadas nas

²²⁹ CHARTIER, R. *op cit*, 2002

²³⁰ BOURDIEU, P. *op cit*, 2004

capas das publicações para as mulheres chamadas como 100 maneiras de conquistar um homem. Dicas para incendiar o relacionamento. Ele só terá olhos para você entre outras.

É provável que mais mulheres hoje em dia vejam esses temas com um olhar mais crítico. Por outro lado a circulação desses discursos mostra o quanto as representações sociais podem ser perenes. Destarte estudar uma revista de 70, 60 ou 50 anos atrás além de oferecer a possibilidade de analisar a partir de que referenciais um veículo de comunicação construiu 'suas' mulheres abre uma porta para se compreender, já que não se pode ter ainda um distanciamento temporal como essas representações se constroem hoje em dia.

FONTES

FONTES IMPRESSAS

- **ANUÁRIO DAS SENIHORAS** Rio de Janeiro Sociedade Anônima O Malho
Ano I, 1934
Ano III, 1936
Ano V, 1938
Ano XI, 1944
Ano XII, 1945
Ano XIII, 1946
Ano XIV, 1947
Ano XV, 1948
Ano XVI, 1949
Ano XX, 1953
Ano XXI, 1954
- **ALMANAQUE BRASILEIRO GARNIER 1904** Anno II Rio de Janeiro
Typographia H Garnier
- **ALMANAQUE D'O TICO-TICO** Rio de Janeiro Sociedade Anonima O Malho,
1942
- **ANUÁRIO DA IMPRENSA BRASILEIRA** Rio de Janeiro Departamento de
Imprensa e Propaganda, 1941

FONTES ORAIS

- Depoente nº1, entrevista realizada em novembro de 2003
- Depoente nº2, entrevista realizada em agosto de 2004

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACCIOLY, A et al **Marcas de valor no mercado brasileiro** Rio de Janeiro Editora SENAC Rio, 2003
- ARIES P **História social da criança e da família** Rio de Janeiro LTC, 1981
- _____ Por uma história da vida privada In CHARTIER, R , ARIES, P (orgs) **História da vida privada** Da Renascença ao Seculo das Luzes v 3 São Paulo Companhia das Letras, 1991 p 07-19
- AVANCINI, M Marlene e Emilinha nas ondas do radio Padrões de vida e formas de sensibilidade no Brasil In **História e perspectiva** , Uberlândia 3 113-135, jul/dez 1990
- BACKZO, B Imaginação social In **ENCICLOPÉDIA EINAUDI** Antropos-homem V 5 Lisboa Imprensa Oficial – Casa da Moeda, 1985,p 296-332
- BARTHES, R A mensagem fotografica In LIMA, L C (org) **Teoria da cultura de massa** São Paulo Paz e Terra 2000 p 325-338
- BERGER J **Modos de ver** São Paulo Martins Fontes, 1972
- BORGES, V P Desafios da memoria e da biografia Gabrielle Brunesieler, uma vida (1874-1940) In BRESCIANI, S, NAXARA, M (orgs) **Memória e (re)sentimento** indagações sobre uma questão sensível Campinas Editora da Unicamp, 2001
- BOURDIEU, P **A dominação masculina** Rio de Janeiro Bertrand Brasil, 2003
- _____ **A economia das trocas linguísticas** São Paulo Editora da USP, 1996
- BRESCIANI, M S O anjo da casa In **História & Perspectivas**, Uberlândia, (7) 191-223, Jul/Dez 1992
- BUITONI, D S **Imprensa feminina**. São Paulo Atica, 1990
- BURKE, P Problemas causados por Gutenberg a explosão da informação nos primórdios da Europa moderna In **Estudos Avançados**, 16 (44), 2002 São Paulo IEA
- _____ **Testemunha ocular** História e imagem Bauru Edusc, 2004
- CÂNDIDO, A A vida ao res-do-chão In CÂNDIDO, A (et all) **A crônica o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil**. Campinas Editora da Unicamp, Rio de Janeiro Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992

CAPELATO, M H R A propaganda política no varguismo e no peronismo aspectos teóricos-metodológicos de uma análise sobre história política In **História questões e debates**, Curitiba v 14,n 26/27, jul/dez 1997

CARNEIRO, M L T Cultura amordaçada o DEOPS e o saneamento ideológico In ABREU, M **Leitura, história e história da leitura**. Campinas Mercado de Letras, 2002 p 427-47

CASA NOVA, V **Lições de almanaque** Um estudo semiótico Belo Horizonte Editora UFMG, 1996

CASTRO, R **Saudades do século 20**. São Paulo Companhia das Letras, 1999

CERTEAU, M **A invenção do cotidiano** v 1 Petropolis Editora Vozes, 1994

CHARTIER, R As práticas da escrita In ARIES, P, DUBY G (orgs) **História da vida privada**. Da Renascença ao Século das Luzes v 3 São Paulo Companhia das Letras, 1991 p 113-59

_____ Do livro a leitura In CHARTIER, R (org) **Práticas da leitura** São Paulo Estação Liberdade 1996 p 77-105

_____ O mundo como representação In **À beira da falésia** A História entre certezas e inquietudes Porto Alegre Editora da Universidade/UFRGS, 2002 p 61-79

COSTA, E V **Da Monarquia à República** Momentos decisivos São Paulo Brasiliense, 1987

DARNTON, R **Os best-sellers proibidos da França pré-revolucionária** São Paulo Companhia das Letras, 1998

DEL PRIORE, M, VENÂNCIO, R P **O livro de ouro da História do Brasil** Rio de Janeiro Ediouro, 2001

DUTRA, E R F O Almanaque Garnier, 1903 – 1914 ensinando a ler o Brasil, ensinando o Brasil a ler In ABREU, M (org) **Leitura, história e história da leitura**. Campinas Mercado de Letras, Associação de Leitura do Brasil, São Paulo Fapesp, 2002 p 477-504

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo Perspectiva, 2000

FIGUEIREDO, A C “**Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada**”. Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964) São Paulo Hucitec, 1998

FOUCAULT, M **História da Sexualidade**. A vontade de saber v 1 Rio de Janeiro Graal, 1978

_____ **Vigiar e punir** Petrópolis Vozes, 1987

GAY, P. **A educação dos sentidos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

GENEVOIS, D. B. Mulheres de Espanha da República e o Franquismo. In DUBY, G., PERROT, M. (orgs.) **Historia das Mulheres no Ocidente**. O século XX v. 5. Porto: Edições Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. p. 221-41

GRAZIA, V. O patriarcado fascista. As mulheres italianas sob o governo de Mussolini (1922-1940). In DUBY, G., PERROT, M. **Historia das mulheres no Ocidente**. O século XX v. 5. Porto: Edições Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. p. 147-80

GOMES, A. C. **Essa gente do Rio**. Modernismo e nacionalismo. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999

HOOCK-DEMARLE, M. C. Ler e escrever na Alemanha. In DUBY, G. e PERROT, M. (orgs.) **Historia das mulheres no Ocidente** v. 4. O século XIX. Porto: Edições Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. P. 171-97

JOVCHELOVITCH, S. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In GUARESCHI, P. A., JOVCHELOVITCH, S. (orgs.) **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995

KNIBIEHLER, Y. Corpos e corações. In DUBY, G. e PERROT, M. (orgs.) **Historia das mulheres no Ocidente** v. 4. O século XIX. Porto: Afrontamento, São Paulo: Ebradil, 1991. p. 351-401

LAGRAVE, R. M. Uma emancipação sob tutela. Educação e trabalho das mulheres no século XX. In DUBY, G., PERROT, M. **Historia das Mulheres no Ocidente**. O século XX v. 5. Edições Afrontamento, 1991. p. 505-527

LEFEVRE, F. **O medicamento como mercadoria simbólica**. São Paulo: Cortez, 1991

LIMA, L. C. Comunicação e cultura de massa. In **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 13-72

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1991

LOURO, G. L. Mulheres na sala de aula. In DEL PRIORE, M. (org.) **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997. p. 443-81

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, Editora da Unicamp, 1993

- MALUF, M. MÓTI, M. **Recôrditos do mundo feminino**. In SEVCENKO, N. (org.) **Historia da vida privada no Brasil - Da Belle Epoque a Era do Rádio** v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 367-422.
- MARTINS, A. P. V. **Um lar em terra estranha**. A casa da Estudante Ulive siana e o processo de individualização feminina na décadas de 1950 e 1960. Curitiba: Aos quatro ventos, 2002.
- _____. **A medicina da mulher**: visões do corpo feminino na constituição da obstetricia e da ginecologia no século XIX. Tese de doutorado. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2000.
- MATOS, M. I. S. **Dolores Duran**. Experiências boêmias em Copacabana nos anos 50. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 112.
- _____. **Meu lar e o botequim**. Alcoolismo e masculinidade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2000.
- MATTOS, A. C. G. **O outro lado da noite**. filme noir. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- MENEGUELLO, C. **Poeta de estrelas**. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.
- MEYER, M. **Fotetim**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- MORIN, E. **As estrelas**. Mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: Editora Jose Olympio, 1989.
- _____. **Cultura de massas no século XX**. (O espírito do tempo). Rio de Janeiro: Forense Universitaria, 1969.
- NEEDELL, J. **Belle epoque tropical**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, Campinas: Editora da Unicamp, 2000.
- _____. **A linguagem e seu funcionamento**. As formas do discurso. Campinas: Pontes, 1987.
- PANOFSKY, E. **Estilo e meio no filme**. In LIMA, L. C. (org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 345-64.
- PECAUT, D. **Os intelectuais e a política no Brasil**. Entre o povo e a nação. São Paulo: Atica, 1990.

- PERROT, M. A margem solteiros e solitários. In PERROT, M (org) **História da vida privada**. Da Revolução Francesa A Primeira Guerra v 4 São Paulo Companhia das Letras, 1991
- POOKIN, J. D. Jornais: A nova face das notícias. In DARTNON, R., ROCHE, D (orgs) **A revolução impressa - a imprensa na França 1775/1800**. São Paulo Editora da USP, 1996 p 195-223
- RIBEIRO, A. P. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro n°31, 2003, p 147-60
- ROUANET, S. P. As minas iluminadas: A Ilustração e a Inconfidência. In NOVAES, A (org) **Tempo e história**. São Paulo Companhia das Letras, 1992 p 339-45
- RUIZ, E. Cinema noir (1941/1958): uma aproximação histórica. In **Revista da SBPH**, Curitiba, n 19, 101-12, 2000
- SABADIN, C. **Vocês ainda não ouviram nada**: a barulhenta história do cinema mudo. São Paulo Lemos Editorial, 1997
- SCHAPOCHNIK, K. Cartões postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In NOVAIS, F (org) **História da vida privada no Brasil** v 3 São Paulo Companhia das Letras, 1998
- SCHWARCZ, L. M. **O espetáculo das raças**: cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930. São Paulo Companhia das Letras, 1995
- SEVCENKO, N. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In NOVAIS, F (org) **História da vida privada no Brasil** v.3. São Paulo Companhia das Letras, 1998
- _____. **Literatura como missão**: Tensões sociais e criação cultural na Primeira República. São Paulo Brasiliense, 1999
- SIGOLO, R. P. **A saúde em frascos: concepções de saúde, doença e cura**. Curitiba, 1930/1945. Dissertação de Mestrado. Curitiba Universidade Federal do Paraná, 1995
- SODRE, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo Martins Fontes, 1983
- SOUSA, C. P. Saúde, educação e trabalho de crianças e jovens: a política social de Getúlio Vargas. In GOMES, A. C (org) **Capanema: o ministro e seu ministério**. Rio de Janeiro Editora FGV, 2000 p 221-49
- SOUZA, G. M. **O espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo Companhia das Letras, 1996
- STAEL, G. De la littérature. *Apud* DUBY, G., PERROT, M (orgs) **História das mulheres no Ocidente**. O século XIX v 4 Porto Edições Afrontamento, 1991

TELLES N. Escritoras escritas escritas. In DEL PRIORE M (org.) **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 1997. p.401-42

TEMPORÃO, F. G. **A propaganda de medicamentos e o mito da saúde**. Rio de Janeiro: Graal, 1986

TRINDADE, E. M. C. Augusto Comte e a mulher: o feminino na Primeira República. In TRINDADE, E. M. C. / MARFINS, A. P. V. (orgs.) **Mulheres na História**. Curitiba: seculos XIX e XX. Curitiba: Universidade Federal do Paraná. Departamento de História. Cursos de Pós-Graduação. 1977. p.44-61

TRINDADE, E. C. **Clotildes ou Marias**. Mulheres de Curitiba na Primeira República. Curitiba: Fundação Cultural, 1996

VENÂNCIO, G. M. Lugar de mulher e na fábrica: Estado e trabalho feminino no Brasil (1910-1934). In **História: Questões e debates**. Curitiba, n. 34, p. 175-200. 2001. Editora da UFPR

VIEIRA, L. R. **Consagrados e malditos**. Os intelectuais e a editora Civilização Brasileira. Brasília: Tesaurus, 1998

VILLALTA, L. O que se fala e o que se lê: língua, instrução e leitura. In SOUZA, L. M. (org.) **História da vida privada no Brasil**. v.1. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p.331-85

VINCENT, G. Uma história do segredo? In PROST, A. / VINCENT, G. (orgs.) **História da Vida Privada**. v. 5. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p.155-300

VIZENTINI, P. F. **Relações internacionais do Brasil**. De Vargas a Lula. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2005

WEBER, E. **Franca fin-de-siecle**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

ANEXOS

Anexo 1. Tabela de análise do Anuário das Senhoras de 1934

Anexo 2. Entrevista realizada em novembro de 2003

Anuário das Senhoras - 1934	Qtde.	Tipo	Linguagem (recursos)	Paradigma	Publicidade	Observações
1-Beleza	61	Textos, ilustrações, publicidade	Ideia da descoberta, a beleza feminina e dada a conhecer, textos na terceira pessoa do plural, dando a sensação de intimidade, mas também uso de verbos impessoais 'rejeite-se', vocativos e exclamações	A ciência e um paradigma da beleza, e também mulheres européias e norte-americanas Algumas referências a atrizes de Hollywood Dicotomia entre loiras e morenas Referência a professor de Buenos Aires	Publicidade de 'preparados científicos' destinados à beleza, batons, sabonetes, anúncio de salões, e produtos de maquilage' O Leite de Colônia e assim anunciado 'composto de plantas odoríficas e balsamos da flora brasileira' Publicidade de cintas e coletes elásticos	Ha uma dicotomia entre a beleza industrializada e os saberes caseiros sobre a 'boniteza'
2-Saúde	56	Textos, publicidade, ilustrações	Relação de doenças, conselhos, textos mais impessoais	De um lado a ciência médica e de outro os saberes caseiros A figura do médico endossa afirmações	Publicidade de reguladores femininos, de remédios digestivos, de Drogarias Slogan Se e Bayer, e bom'	Os textos publicitários ou não, não trazem uma linguagem de familiaridade são técnicos

<p>3-Etiqueta e comportamento</p>	<p>38</p>	<p>Textos, publicidade, ilustrações, fotos</p>	<p>'Carta' de leitora, 'depoimentos', mensagens ativas de contos pessoais, 'enquête'</p>	<p>Estrelas de Hollywood são paradigma em relação ao uso do cigarro e a comportamento como beijos, uso ou não da 'coqueterie', eventos sociais, quanto a etiqueta, paradigma francês 'Ocultismo e quiromancia' definindo a personalidade</p>	<p>Publicidade de cigarros</p>	<p>Substituição do chá pelo cocktail Artigo sobre cartas (baralho)</p>
<p>4-Moda</p>	<p>74</p>	<p>Idem</p>	<p>Ilustrações com 'receitas', não muito precisas, de feitura das roupas, sugestões de uso de trajes para ocasiões diversas, muita imagem Moda e delicadeza se relacionam</p>	<p>França e Estados Unidos Modernidade e 'modelos antigos'</p>	<p>Publicidade de casas de tecido, como a Pernambucanas, e outras,</p>	<p>Industria nacional de tecidos e incentivada Delmeia-se a editoria noivas, e aparecem robe de chambre e camisas de noite 'Société' assina artigos de moda</p>

<p>5- Decoração</p>	<p>78</p>	<p>Textos, ilustrações, fotos, publicidade</p>	<p>Ilustrações com explicação em forma de legenda beleza 'luzo sobrio', 'fino gosto', são alguns dos termos utilizados</p>	<p>Movéis a Luiz XV e Estados Unidos, com casais de atizes</p>	<p>Casa Nunes – Campanha nacional para um ambiente melhor</p>	<p>Decoração de ambientes da casa dos filhos sala de leitura 'Living Room' tem a sua definição 'É o salaio destinado as reuniões communs da familia e onde se recebem as visitas intimas()'</p>
<p>6- Alimenta ção</p>	<p>41</p>	<p>Idem</p>	<p>Receitas, historias dos alimentos, fotos de artistas e o menu a que se submetem</p>	<p>Alimentação nutritiva e 'hygenica Recetas americanas como 'sandwiches e 'cocktails Cardapio franceses</p>	<p>Publicidade Pão Luva, publicidade produtos Antarctica sem particulariza-los</p>	<p>O chocolate recebe destaque nessa edição ha a historia do chocolate, o chocolate como bebida e Madame de Sevigne e a moda dos bombons</p>

<p>7-Vida Doméstica (lar, família, filhos)</p>	<p>30</p>	<p>Idem</p>	<p>Linguagem direta ou na 3ª pessoa do plural, conselhos Presente a ideia de 'higiene doméstica' Publicidade que traz palavras como 'eficácia', 'eficiência', 'rigor'</p>	<p>Família nuclear Mãe e destacada</p>	<p>Maquina de costura Singer, seguros, materiais de construção,</p>	<p>Lançamentos dos estudos de cinema Ênfase na amamentação Ingredientes caseiros para resolver problemas domésticos</p>
<p>8-Relacionamentos de mulheres e homens.</p>	<p>15</p>	<p>Textos, ilustrações, fotos</p>	<p>Textos longos, sempre apontando a dicotomia entre os sexos "Esposa", "amor", "homem ideal" são vocábulos utilizados Fotos ilustrando textos</p>	<p>Psicologia, autores estrangeiros, artigos de revista alemã</p>	<p>Não</p>	<p>Combate a 'tyrania do homem', em texto de Porto da Silveira intitulado "Esposas, escravas adornadas" Contraposição entre as características das esposas em diversos países Contraposição entre os gêneros ressaltando a superioridade feminina</p>

<p>9- Biografias</p>	<p>4</p>	<p>Textos e ilustrações</p>	<p>Qualidades femininas, 'beleza', 'graça', 'inteligente', 'sagaz'</p>	<p>'Mulheres célebres', francesas, seu comportamento na sociedade</p>	<p>Não</p>	<p>As biografadas são Madame de Recamier, duquesa de Bourgogne, Bettina D'Arnim, Madame Guizot</p>
<p>10- Literatura (contos, poesias, outros)</p>	<p>47</p>	<p>Textos e publicidade</p>	<p>Contos, poemas, crônicas, pensamentos, lendas Textos densos, alguns tragicos</p>	<p>Literatura francesa e nacional</p>	<p>Publicidade 'O malho'</p>	<p>As crônicas, presentes nesse e no próximo número, são o tipo de crônicas diárias, não se adaptaram a periodicidade do Anuario</p>

Entrevista realizada em novembro/2003

Entrevistada Eu era muito menina, tinha uns onze anos. Eu não me lembro a revista de que época foi, não sei se foi de trinta, ou antes. Acho mais ou menos de trinta. Então eu ainda era muito menina. Sou de 1919, mas minha mãe valorizava muito a revista. Então a gente aprendeu a valorizar pouco se entendia, né, porque com 10-11 anos pouco se entendia do que a revista apresentava. Mas a gente apreciava muito. Aquilo tinha que ser lido com muito cuidado, não deixai rasgar nenhuma página, não estragar nada. Era um prêmio para a gente, depois que terminava as lições, poder folhear a revista, o Anuário. E a gente tem uma recordação muito boa. E eu acho que foi uma das primeiras revistas dedicadas exclusivamente às mulheres, porque aqui não tem nada de interesse masculino e nem infantil. Isso aqui é diretamente para as mulheres, as mulheres talvez de 30-40 anos.

Janáina Existiam as revistas que eram da sua mãe, mas houve um tempo que a senhora passou a assinar ou comprar, e isso?

E Meu marido comprava. Mas com o tempo a gente fez tanta mudança, tanta mudança que eu não sei se ele se foi para a casa da mamãe ou se desapareceram mesmo. Um ano eu me lembro muito bem que meu marido foi sorteado na Livraria Ghione, com um dicionário. Ele comprava muito lá e enchiam aqueles papéis e tal. E o dicionário chama Laudelino Freire, eu acho que um dicionário agora ultrapassado. E tinha dois prêmios. Um prêmio era o dicionário e o outro era uma revista do Anuário das Senhoras. Então eu me lembro que meu marido fez um pacote muito bonito e deu de presente a minha mãe. Disse que era presente de Natal, porque era uma coisa mesmo valorizada. E a gente aprendeu a respeitar as leituras da minha mãe, as coisas que ela gostava. Se ele gostava e porque era bom. Mas aí depois eu tive oito filhos, era aquela criançada, não tinha muito tempo para a gente estar lendo, comprando, mais era comprar os livros de escola para a criançada, né, então a gente fez uma parada. Mas foi um livro muito apreciado. Uma revista, né, muito apreciada, muito valorizada. Eu me lembro, quando as amigas da minha mãe se encontravam – Você já viu, aquele artigo assim e assim que saiu no Anuário? Você já viu aquele modelo, aquela coisa que saiu no Anuário? E como tem vários artistas de cinema, que naquele tempo era o artista principal, que trabalhava em vários filmes, então elas comentavam muito – Ah, viu aquela fulana, artista tal, assim, assim? – não sei te dizer o

nome, mas devia ser Bette Davis, Joan Crawford essas artistas bem antigas Também comentavam bastante os trabalhos, as rendas, os trabalhos bordados Porque naquele tempo se fazia tudo, tudo era feito a mão Eu me lembro, eu me casei em 43, e meu enxoval foi todo feito a mão

Janaína E de onde a senhora tirou o modelo de vestido de noiva? Foi do Anuario?

E Não, que eu me lembre não foi, não

Janaína E quais as seções que a senhora mais gostava, ou a sua mãe se a senhora se lembra?

E A minha mãe, duas coisas que ela fazia muito bem feitas, ela costurava para fora, ela era costureira e a freguesia era sempre a elite das curitibanas E outra coisa que ela também aproveitava muito eram as receitas de culinária Porque ela também era uma artista no fogão Ate hoje a gente faz as coisas – ah, receita da vo Palmira, receita da vo Palmira – ela tirava muita coisa, aproveitava muita coisa também das revistas

Janaína E quando a senhora começou a ler o Anuario, a senhora também usava os conselhos como os de beleza – use tal creme, ou então comportamento, por exemplo?

E Você sabe que a gente não se detinha muito no que estava lendo, não sabia bem, não conhecia bem No meu tempo de jovem, não havia uma preocupação tão grande com a beleza da mulher – que hoje em dia você trata de tudo, do cabelo, dos olhos, da pele, dos braços, das pernas, tem seus cremes especializados Naquela época não tinha nada disso O fino era o sabão de coco Esse era o mais fino Então quando anunciava alguma coisa a gente ficava meio desconfiada

Janaína Tinha muita coisa desconhecida para você, então?

E Muita coisa (Folheia a revista) Agora você veja, a seção de modas, aqui, e muito grande Não sei se predomina, não me lembro mais, mas tem muita coisa, e a minha mãe aproveitava muito Me lembro muito quando as freguesas iam lá em casa, a mamãe sempre trazia o Anuario das Senhoras para mostrar que tinha – a gente comprava figurinos, as livrarias tinham figurinos – mas sempre o Anuario das Senhoras trazia o que era mais na moda, mais sofisticado

Janaína E a revista, por ser uma por ano so, ela circulava o ano inteiro na casa, ficava guardada, como funcionava?

E Ah, circula a gente tinha como já te disse o prêmio de poder folhear, poder ler. Então ela estava sempre a mão de qualquer um. Uma coisa respeitada, uma coisa que valorizavam muito, não existiam essas coisas. Vocês que são moças, minhas filhas que são moças dizem – não é possível, mãe, que não tinha isso, não é possível que vocês não se incomodassem com isso. Aquilo eu tenho a impressão que despetou muito a vaidade na mulher, porque estava sempre chamando a atenção – olha as belezas celebres (na revista) – sempre mostrando o que se podia melhorar, o que se podia fazer. Tenho uma impressão de que foi um grande avanço na vaidade da mulher.

Janaina: Tinha alguma coisa que a senhora não gostava na revista?

E Não, era tudo muito interessante.

Janaina: E em todas tem a parte de literatura, como os contos e isso se lia?

E Ah, aquilo era uma maravilha, porque a gente não tinha tanta facilidade de estar comprando romances, os livros de edição de bolso não existiam que são mais baratos. Então a gente começava a ler um conto e aí – ah, minha filha, esta na hora de dormir - e era uma tristeza porque meu Deus eu queria ver como e que iria acabar e era uma seção que a gente admirava muito.

Janaina: E quantos anos a senhora tinha quando começou a ler o Anuário mais? E podia se ler tudo toda a revista?

E Ah, sim, não havia censura não. Naquele tempo não tinha censura nenhuma não.

Janaina: E tinha outras revistas na casa?

E Meu pai comprava uma revista chamada "Eu sei tudo", que foram depois encadernados e não sei com quem ficou. E bem depois, muito depois começaram a aparecer as revistas do cinema, chamava "Scena Muda", então começou a aparecer, eu já era moça 14, 15 anos. Começaram a aparecer essas outras revistas, que a gente adquiria muitas vezes com sacrifício, que o dinheiro não era tão fácil.

Janaina: Elas eram caras?

E. Eram caras. Para o nosso bolso eram caras. Era um dinheiro que a gente investia com prazer, mas eram caras.

Janaina: E quando a senhora falou das atrizes, que sempre apareciam as atrizes de Hollywood, se reconhecia, eram atrizes que estava passando filmes com elas, a senhora se lembra?

E: Ah sim. A gente ia muito, a gente chamava matinee ia a matinee. Era no vestimento do domingo. Tinha o Avenida e o Palacio, e agora lá é o banco, e o Palacio era no Edifício Garcez, que é lá um pequeno shopping. Mas o filme era... tinha tanto tal e tal ator, agora não me lembro o nome. Tanto que eu fiz um álbum... as revistas velhas a gente recortava.

Janaina: E a senhora tem ainda?

E: Tenho, te interessa?

Janaina: Claro posso ver?

E: Pode, a gente recortava, porque naquele tempo não dava para fazer coleção todo dia, então aquele artista que a gente queria mais... que a gente não sabia nem pronunciar o nome, era uma disputa entre as amigas – viu o filme de fulano, ele estava lindo... não, eu gostei mais daquele outro, e tal – então, quando a gente, em uma revista encontrava uma atriz, um ator desses, era uma beleza, a gente ficar desfrutando, vendo qual eram as opiniões delas () (Traz o álbum). Me lembrei de uma coisa. Me lembro que o meu pai me deu de presente esse caderno – 1935 – e um caderno nele para eu colar as artistas principais. Eram os artistas da época em que apareceram essas revistas.

Janaina: E vocês queriam copiar os cabelos delas... as maquiagens?

E: Não, acho que não. Não se tinha grande vaidade.

Janaina: E o jeito que elas eram nos filmes? Porque as vezes elas tinham um comportamento nos filmes que não era muito direito, as vezes elas são bem ousadas.

E: Mas quando elas eram mais ousadas, a gente também já era mais madura, os filmes naquela época eram selecionados – esse filme você pode ver, esse você não vê – minha mãe era muito rigorosa – não, não dá para ir nesse filme, a fulana disse lá que tem uns pedaços que são muito difíceis de a gente aceitar – então a gente não ia a qualquer filme ()

Janaina: E as coisas que apareciam de Hollywood, sempre, era o que mais chamava a atenção? Que ainda tinha coisa da França, então como era, o que mais tinha de países de fora?

E: Naquele tempo eram os Estados Unidos. Eu tinha muita ligação com a França, porque minha mãe lia e falava muito bem o francês, e minha avó também. Então eu sempre fui muito ligada às coisas da França. Mas era uma coisa rara. Tanto que até hoje eu sou capaz de ler alguma coisa em francês, fiz um pouco da Aliança Francesa. Porque a gente, no

tempo da História estudava muito a História da França dos reis. Então isso ficou sempre um pouco na gente. Mas Hollywood era o máximo.

Janaína E produtos dos Estados Unidos? A senhora se lembra? Por exemplo a Coca-Cola apareceu em 1942. E outros, tinham já produtos dos Estados Unidos que apareciam nas revistas e vocês queriam?

E Acho que coisa americana não tinha. E depois não se usava supermercado, não existia supermercado. Meu pai tinha uma caderneta, a gente ia ao armazem e pegava um quilo de arroz. Não tinha essa escolha de marca, hoje em dia você vê uma gôndola de biscoito e não sabe o que escolher. Naquele tempo não havia isso. Era bolacha Maria, bolacha Maisena, e só. Então era muito limitada a vida da gente, mas a gente era muito feliz. Eu tenho impressão de que hoje em dia, com esse progresso todo, as crianças são menos felizes do que nós fomos. () Naquele tempo não tinha isso não. Era ir à escola, era ajudar a mãe no serviço da casa.

Janaína E da família, a senhora lia, a mãe da senhora lia, quem mais lia a revista na casa?

E A outra tinha irmã 7 anos mais moça que eu, ela não aproveitava, não sei quando ela começou a aproveitar. Não sei até quando existiu essa revista. () Meu pai comprava para minha mãe. Mas era tão importante que o meu marido deu de presente de Natal para minha mãe. Fez um pacote bem bonito. Para você ver a importância que davam a revista. () Depois que eu casei eu pegava as dela, levava para casa e lia. Eu lembro que ela dizia – cuidado com as revistas – porque tinha criança pequena. ()

Todo o domingo eu ia ao cinema. Só quando o filme era impróprio, daí a gente não ia. Existia no Cinepalácio, as quintas-feiras, uma sessão que eles chamavam ‘Sessão Pão-Duro’ que eram três filmes, um noticiário bem completo, uma comédia e um filme de drama. Custava acho que três mil reis naquele tempo. Então eu ia às vezes com os vizinhos nossos, que me convidavam. Senão a gente não saía à noite com qualquer pessoa. Ele ia com a mulher, eram meus parentes, lá da minha tia, então minha mãe deixava eu sair com eles. Às vezes três filmes em uma noite, por um precinho barato era muito gostoso. (Folheia o álbum) Sempre eram filmes que a gente tinha visto, então a gente folheava o álbum e dizia – eu vi esse filme, aquele pedaço, aquela hora.

Janaína E todas as amigas faziam esse tipo de álbum?

E Algumas. (Vendo o álbum) Acho que não tem mais nenhum artista vivo. ()

(Folheia o Anuário) A gente tinha uma cultura bem desenvolvida, com frequentar grandes centros. Vejo aqui 'Marília de Dirceu'. Se você perguntar para um neto meu o que quer dizer 'Marília de Dirceu' que foi um romance que foi escrito em 1770, não sabem quem era Tomás Antônio Gonzaga, ficam meio perdidos, não há profundidade na cultura dessas novas gerações.

Janaina: E essas revistas cumpriam esse papel de trazer essa cultura?

E An: Sim, pois aqui eu vi, em um instante, sobre o Caruso sobre Tomás Antonio Gonzaga. Você veja aqui, 'Centenario de uma heroína portuguesa'. A gente lia isso com uma sede de querer conhecer, de querer saber alguma coisa a mais.

Janaina: E os homens, o que eles liam?

E: Eles liam muito jornal, nos caçoávamos do meu pai, brincávamos com ele que ele lia todas as propagandas do jornal. Ele sentava na beira da mesa depois do jantar, tirava o paletó, e ficava ninguém fazia barulho, porque o pai estava lendo o jornal - vocês vão brincar para lá, vocês vão falar para lá, deixe seu pai ler sossegado. Uma coisa como o Anuário absolutamente não interessava. Embora tivessem essas biografias, essas coisas que tanto o homem como a mulher devem saber, mas naquele tempo eles eram muito cientes da sua qualidade de homem, que deviam ser fortes, que deviam dominar, que deviam ser o cabeça da família ()

A gente conversava muito sobre os filmes, era a única diversão que se tinha. Eu me lembro que chegava a noite a gente sentava, cada um pegava uma cadeira da sua casa e sentávamos na calçada, cada um levava sua cadeira. E ali a gente ficava, conversando. E eu me lembro que um tempo uma delas, que era muito esperta, muito inteligente inventou de a gente fazer como que um interrogatório. 'Como é que terminou tal filme?' - Ah terminou assim e assim. 'É tal filme, como é que terminou?' E essa era a diversão da gente. E depois a gente passou para os romances, como era o fim dos romances. Fulana casou com fulano, não casou, fulana era viúva, ou não era. E essa era nossa brincadeira. Então muita coisa que a gente lia aqui (Anuário) servia para a gente falar bem - olha lá, ela conheceu, ela sabe, tal heroína, quem foi Joana D'Arc, não sei quem. Era sempre um modo de a gente aumentar os conhecimentos da gente. Foi uma época gostosa. Eu sempre tive vontade de estudar um pouco mais, mas tínhamos oito filhos, não era possível ()

Para emprestar uma revista dessa precisava ser uma pessoa de muita confiança da gente, senão podia não voltar mais