



Resultado de Pesquisa

O QUE PENSA E O QUE VESTE A
MULHER DO FIM DA DÉCADA DE 1950
NAS PÁGINAS DA REVISTA *O CRUZEIRO*

**Adrielle Pereira Andrade (Universidade Federal do Norte do
Tocantins, pereira.adrielle@mail.uft.edu.br)**

**Dr. Carlos Borges Júnior (Universidade Federal do Norte do
Tocantins, borges-junior@hotmail.com)**

I. Apresentação e Justificativa

Ao longo da história, as mulheres tiveram suas vozes sufocadas pelo discurso masculino. Quando não eram silenciadas totalmente, eram discursivizadas pelo marido ou por instituições sociais, representativas do pensamento machista de uma sociedade patriarcal. Um mero olhar sobre textos antigos, publicados em meios de comunicação como jornais e revistas, pode trazer à baila uma série de problemáticas de estudo, entre as quais a imagem da mulher, bem como os sentidos que atravessam a identidade e o corpo feminino, incluindo ainda a forma de pensar e vestir; todos como ponto de ancoragem para um questionamento social, no intuito de identificar o modo com que os textos (verbais e não verbais) e os gêneros do discurso foram materializando, historicamente, a imagem da mulher na sociedade.

Esses registros produzem sentidos de diversas ordens, porque tornam práticas discursivas cristalizadas na esfera pública, eventos de linguagem que tendem a se manter calcáveis e difíceis de serem alterados. Uma vez que esses discursos resultam integrados às práticas sociodiscursivas, as relações sociais acabam tomando certos dizeres constitutivos dos processos de interação no mundo da vida. Assim, fica mais difícil alterar determinadas relações, tais como o preconceito, o machismo, etc. Em relação à mulher, a construção histórica do feminino, sob o jugo do machismo, demarcou espaços sociais nos quais a mulher estava restrita a conviver e/ou transitar.

A análise de gêneros do campo jornalístico-midiático pode corroborar para se observar o modo que as mulheres eram discursivizadas em textos que circulavam na esfera pública. Na revista *O Cruzeiro* pode-se encontrar um exemplo representativo desse contexto. Ao materializar em reportagens e outros gêneros da publicação o modo que pensam e o que vestem, constroem referências significativas sobre a mulher e o feminino. A análise desses materiais, isto é, textos, pode trazer à superfície linguística, aspectos de linguagem nos quais sejam possíveis identificar o germe do discurso masculino e machista, seus modos de organizar sentidos e construir referências da mulher que se prolongaram no tempo, desde os idos de 1940. O uso de palavras expressões, termos específicos para se referir à mulher, resultam de escolhas singulares para significar o mundo, não isentas de ideologias (BAKHTIN, 1988).

Os gêneros, enquanto tipos relativamente estáveis de enunciado (BAKHTIN, 2011), corroboram nesse processo ao solidificar/materializar esses discursos sociais, fazendo circular práticas discursivas enviesadas por ideologias excludentes. O estudo dos textos de *O Cruzeiro* mostra-se ilustrativo para compreender como as mulheres pensavam e eram representadas pela sociedade, sendo possível de observar,

também, se havia práticas discursivas questionadoras na voz dessas mulheres. Historicamente, as mulheres foram ensinadas a ocupar os espaços privados, com atenção às tarefas domésticas e aos cuidados dos filhos, enquanto o espaço público era destinado aos homens. Na década de 1950, o contexto social era bastante conservador e, isso certamente, reverberou nas práticas discursivas. Por isso, a pesquisa acerca dessas práticas de linguagem é importante para que esses discursos venham à luz e possam ser questionados, reorganizados a partir da inserção de vozes femininas, reescrevendo outros sentidos sociais nos dizeres de um tempo a partir das vozes das que foram excluídas, em defesa de uma sociedade mais igualitária, na busca pela garantia de direitos e na criação de perspectivas do feminino diversificadas, que possam servir de inspiração para outras meninas e mulheres.

As discussões apresentadas neste trabalho ocorrem no campo da Linguística, com foco nos estudos dos gêneros do discurso, analisando reportagens produzidas e publicadas pela revista *O Cruzeiro*. Durante a pesquisa, as atividades de leitura e análise de textos resultaram no aprofundamento dos sentidos das publicações, sendo possível identificar marcas de como a linguagem constituiu a imagem e a identidade da mulher na história da sociedade brasileira. Com base nos resultados, pode-se dizer que essas referências socio-históricas do feminino (relativas ao corpo, modos de ser e vestir, comportamento, entre outros aspectos) foram fundamentais para a construção da identidade da mulher, inclusive no sentido de organizar e reorganizar os processos de lutas sociais em torno da representação social em torno da desigualdade de gênero etc. A relação entre linguagem e sociedade, neste caso, orientou a pesquisa, estabelecendo o vínculo entre as atividades de ensino, pesquisa e extensão em torno da temática estudada.

II. Objetivos

Esta pesquisa tem por objetivo **geral** *analisar como textos publicados na revista O Cruzeiro registram o que pensa e o que veste a mulher do fim da década de 1950*. De forma articulada, pretende-se ainda [**objetivos específicos**]: *1. Identificar aspectos de linguagem, representativos ou não de vozes femininas nos textos publicados no periódico; 2. Relacionar processos históricos, culturais e sociais, presentes nesses materiais linguísticos, que, de modo específico, contribuem para construir referenciais do pensar e do vestir em relação às mulheres; 3. Identificar como os gêneros do discurso materializam e reforçam sentidos do pensar e vestir femininos; e, 4. Levantar práticas discursivas que orientam para o pensamento insubmisso da mulher em relação ao machismo ou a qualquer forma de preconceito da época.*

III. Metodologia

O trabalho metodológico desenvolvido na pesquisa parte do **estudo bibliográfico**, com leituras teóricas sobre gêneros do discurso, relações de poder e práticas iskursivas, entre outros conceitos mobilizados na pesquisa. O trabalho articula-se à base metodológica da **análise linguística**, oportunidade em que os textos são lidos e observados quanto à recorrência de elementos que constroem referências ao modo de pensar e vestir das mulheres nos textos publicados, sobretudo quando tais aspectos agenciarem ideologias excludentes. A análise da linguagem auxilia na elaboração de categorias para mapeamento de aspectos articulados ao pensar e ao vestir. Esses dois processos metodológicos subsidiam a abordagem, possibilitando que os textos sejam lidos, os dados selecionados e a análise desenvolvida com base tanto nos aportes teóricos, quanto nas relações construídas para a leitura crítica dos textos selecionados da revista *O Cruzeiro*.

IV. Resultados

Na perspectiva Bakhtiniana, os gêneros discursivos não são apenas formas de linguagem, mas sim formas de interação social, que possuem estruturas e linguagens específicas, que materializam registros dos períodos históricos e culturais de uma sociedade. Essa ideia de que todo discurso é integrado a um gênero mostra que a linguagem é parte da cultura e da sociedade e que, por isso, as formas de discurso estão intrinsecamente ligadas à história das relações sociais, ao modo de desenvolvimento e mudanças sociais. É importante destacar que Bakhtin (2011) defende a ideia de que cada situação comunicativa exige um gênero específico e que, dessa forma, é possível compreender os diferentes tipos de discursos que circulam na sociedade. Assim, os gêneros do discurso, segundo o autor, são uma espécie de "mapa" que nos ajuda a transitar nas variadas situações de comunicação em que estamos inseridos.

Ao longo da história, é fato inquestionável que a mulher teve sua fala sufocada pelo discurso masculino. Quando não eram silenciadas totalmente, eram discursivizadas pelo marido ou por instituições sociais, representativas do pensamento machista vigente na sociedade patriarcal. Ao conquistar o seu lugar na sociedade, aos poucos, foi questionando o fato de ser silenciada pelos discursos machistas no corpo social, sendo possível evidenciar alguns registros da sua opinião e visão nos meios de comunicação, embora limitada pelo viés masculino e machista – no entanto, as lutas pelos direitos femininos deram às mulheres maior representatividade social, com o

tempo. As revistas antigas produzem sentidos de diversas ordens sobre o corpo feminino, porque foram tornando públicas a opinião da mulher diante da sociedade, mas com o decorrer do tempo este cenário foi se transformando um pouco e a revista *O Cruzeiro*, registrou parte desse contexto.

A revista *O Cruzeiro* foi lançada no final da década de 1920, mais especificamente, em 10 de novembro de 1928, no Rio de Janeiro. O periódico foi considerado de grande inovação para as publicações brasileiras, já que havia certo profissionalismo editorial nas edições, como por exemplo, o fato de as capas serem consideradas inovadoras à época: com estética gráfica esmerada, ilustrações coloridas e publicações de grandes reportagens. O jornalista português Carlos Malheiros Dias, considerado o primeiro editor do periódico, que planejava produzir uma revista de circulação nacional, criou a gráfica *Cruzeiro S.A.*; contudo não tinha orçamento para pôr o projeto em prática. Então, transferiu a proposta para o jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, com um empréstimo, fornecido por Antônio Mostardeiros (recém-nomeado presidente do Banco do Brasil) e intermediado pelo então ministro da Fazenda, Getúlio Vargas, o empresário Chateaubriand conseguiu colocar em circulação o projeto do periódico.

Os *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand, publicaram os primeiros exemplares de *O Cruzeiro*. O jornalista português Carlos Malheiro Dias, considerado o primeiro editor da revista, permaneceu nesse cargo de 1928 a 1933 e, posteriormente, quem assumiu o cargo de diretor foi José Amadio, sendo o responsável, em 1960, por imprimir um novo *design* editorial que ficou conhecido como "bossa nova". Na época do lançamento, o *slogan* da revista era: "Compre amanhã o *Cruzeiro*, a revista contemporânea dos arranha-céus", prometendo uma linha editorial moderna e totalmente inovadora. A primeira edição foi impressa na Argentina, onde havia equipamentos mais modernos como a rotogravura capaz de variar o tamanho das fotografias e imprimi-las ao mesmo tempo que o texto. As demais revistas nacionais da época usavam chapas que não davam oportunidades de ter uma impressão comparada à qualidade de *O Cruzeiro*.

O periódico contava com diversos assuntos como: fatos relacionados à vida dos astros de Hollywood, cinema, esporte e saúde. Ainda havia seções de charges, política, moda e culinária. A revista possuía espaços voltados para o público feminino, como a seção "*Da Mulher para mulher*" e mais adiante, na década de 1950, a seção "*Como pensam as garotas*". Esta última, foi criada com o intuito de entender o que se passava na cabeça das adolescentes do início da década de 1950, pois o contexto social estava se transformando e as meninas/mulheres conquistavam cada vez mais o seu espaço perante a sociedade. Em 1950, o contexto social ainda era

bastante conservador e, isso, certamente, reverberou nas práticas discursivas. Por essa razão, foi tão marcante as colunas sociais relacionadas e descritas como ponto de vista feminino. Quando se considera as práticas de linguagem, vale dizer que a seção resultou importante para que vários discursos viessem à luz e alcançassem visibilidade, para que pudessem ser questionados, reorganizados a partir da inserção de vozes femininas, reescrevendo outros sentidos sociais nos dizeres de um tempo, a partir das vozes das que foram excluídas, em defesa de uma sociedade mais igualitária, na busca pela garantia de direitos e na criação de perspectivas sobre o feminino sob prismas diversificados, que pudessem servir de inspiração para outras meninas e mulheres.

A década de 1950, conhecida como anos dourados no Brasil, foi um período de muita inovação e progresso. O maior temor feminino dessa época era não conseguir um bom casamento, pois as mulheres eram preparadas para cumprir o papel de boa mãe e esposa. Como afirmou o autor Chotakzo Moreira (2013, p. 7), este era "destino natural", assim, as mulheres deveriam estar preparadas para este momento, que é o casamento. Naquele período era aconselhável que as moças se casassem o mais cedo possível, no máximo com 18 anos, entretanto com as mudanças que a sociedade estava passando, as jovens passaram a expressar suas opiniões e se comportarem de forma contrária ao que a sociedade impunha como norma. Por esse motivo, a revista *O Cruzeiro* criou uma coluna que retratava o que de fato as jovens pensavam. Ademais, era comum que as mulheres fossem mais valorizadas pela aparência física e pelo comportamento quando eram considerados adequados aos padrões da sociedade; sendo elas fortemente pressionadas para se manter atraentes e bem-comportadas. Era mínima a porcentagem de garotas que tinha acesso à educação formal e, também, eram muito limitadas as opções das mulheres ao mercado de trabalho, pois eram impedidas de atuar em áreas consideradas "masculinas", sendo mais difícil ainda que elas assumissem cargos de liderança.

Entretanto, mesmo com as restrições, com o decorrer da década de 1950, o contexto social foi se transformando e marcando o aumento da participação feminina no mercado de trabalho e nas movimentações sociais. Os anos dourados (1950-1959) foram um marco para o feminismo, pois, também, começava as lutas por mais direitos sociais e contra as desigualdades de gênero.

A partir do contexto sócio-histórico apresentado, este trabalho analisa a coluna social "Como pensam as garotas", publicada na revista *O Cruzeiro*, edição especial de natal, em 23 de dezembro de 1950, com o objetivo de identificar e analisar como as mulheres da década de 1950 "pensavam", de acordo com essa coluna social. A

análise é produzida de acordo com o que as garotas entrevistadas responderam sobre as questões que foram levantadas pelo redator da coluna, José Leal.



Fonte: *O Cruzeiro, especial de natal, 23 dez. 1950*

Na coluna, a revista entrevistou jovens que estavam no final do colegial. Essas garotas tinham de 16 a 18 anos. As moças entrevistadas não demonstravam interesse ao que a sociedade impunha. Isso é um retrato claro do empoderamento da mulher diante o machismo. O jornalista buscava entender o contexto para mostrar aos leitores o que se passava na cabeça das garotas que concluíram os estudos ainda naquele ano. No texto, o autor registrava a própria opinião (masculina) tanto negativa quanto positiva em relação à mudança de perspectiva do pensamento feminino. Um ponto negativo é evidenciado na página 60, no terceiro parágrafo, onde se lê: *“E aqui estão as respostas. Possivelmente algumas serão poucos sinceras, sofisticadas, para brilhar perante as amiguinhas e principalmente perante os amiguinhos”*.

Quando o autor cita que elas queriam impressionar principalmente os rapazes, ele expõe um dos fatores sociais daquele período, no qual as mulheres viviam em função de procurar casamento, mesmo que fossem ainda muito novas, já que para ser uma mulher de respeito, naquela época, era necessário que se casassem o quanto antes. Além disso, o jornalista segue no mesmo parágrafo afirmando: *“Esse inquérito não pode, evidentemente, definir o que seja a moça brasileira de 1950 em geral porque trata-se de casos particulares (...)”*, mostrando que, por mais articulosa que a coluna tenha sido, ela não é capaz de definir com precisão como uma mulher da década de 1950 pensa ou age. No decorrer da coluna, já na página 72, Ana Maria Pinheiro é entrevistada, sendo ela a garota que se destaca entre as demais, indo contra muitos padrões anteriores à década de 1950, impostos na sociedade. Ana disse que pretendia se casar somente aos 23 anos, algo que não era bem visto, pois ela já seria

considerada velha para se casar com essa idade; ela ainda acrescenta em sua entrevista que fumava.

Para começo de conversa digo-lhes que pretendo me casar com 23 anos e sou católica. Sou maluca por carnaval e tenho paixão pelo baleles de momo. Fumo os meus cigarrinhos porque gosto e acho bonito.(...) Viagem comigo só de navios, e é a bordo de um transatlântico que pretendo visitar Paris, Place Pigalle (PINHEIRO, 1950, p. 72).

As atitudes da garota poderiam ser vistas de maneira diferente, pois o hábito de fumar naquele contexto era visto como um indicio de sofisticação e modernidade, pois os filmes, revistas e publicidades mostravam que mulheres fumavam como poderosas e independentes. A jovem Pinheiro apresenta em sua fala o elementos que mostram alguns privilégios (que refletem o poder) que ela já tem dentro da sociedade, como ser afilhada de um general importante, além dos modos sofisticados que ela tem para viajar. A moça relata o seu desejo de conhecer Paris, algo que somente mulheres poderosas e independentes poderiam fazer.

Analisou-se, nesta seção da revista, que as garotas tinham outra forma de mostrar o seu empoderamento no meio da sociedade: a forma de elas se vestirem, que era de extrema importância. A moda de 1950 marcada por várias características distintas e influências culturais. Os traços mais significativos da moda feminina foram as novas modelagens de saias e vestidos. Essas eram peças-chave e vinham com grande variedade de estilos, desde os longos e rodados até os mais ajustados no corpo, como as saias lápis, justas ao redor das pernas, tidas como artigos de destaque na moda do período. Outro aspecto que representa a moda de 1950 é a presença de estampas. As roupas eram, frequentemente, coloridas e apresentavam poás (bolinhas), xadrez, listras e florais. Com cores vibrantes como o verde, vermelho, amarelo e azul. Além das vestimentas, outra peculiaridade da década são os acessórios com grande evidência. Para compor os looks, as jovens apostavam em chapéus adornados, pérolas, luvas longas e elegantes, brincos de argolas e bolsas sofisticadas. de extrema elegância e feminilidade, enfatizando a figura e a imagem da mulher.

Considerações Finais

Após analisar as colunas sociais da revista *O Cruzeiro*, do periódico de 23 de dezembro de 1950, entendeu-se que o pensamento e o modo de vestir das jovens passavam por grandes transformações, influenciadas por movimentos populares, políticos e culturais vigentes naquele período, salientando-se, então, que houve grande influência dos movimentos sociais e feministas emergentes, fato esse que fez com que as moças

começassem a questionar e desafiar as normas de conduta impostas na sociedade pelo discurso construído pelos homens. Elas prepararam o terreno para as mudanças significativas nas décadas seguintes. As mulheres desta década começaram a ganhar espaços importantes e de destaque, dando os primeiros passos para a independência feminina. A importância e a elegância feminina, também, eram evidenciadas através das suas roupas e modos de vestir, sendo a moda feminina da década de 1950 considerada um ícone de elegância e glamour.

Nesse sentido, não é possível reduzir o pensamento das jovens de 1950, no modo de elas se vestiam e muito menos no modo que elas eram retratadas nas páginas de revistas, pois elas foram descritas de acordo com normas culturais e sociais da época, além do próprio discurso dos homens que lideravam esses periódicos, com suas idiossincrasias do discurso dominante masculino

V. Referências Bibliográficas

ACCIOLY NETTO. **O Império de papel**: os bastidores de O Cruzeiro. Ilustrado. Porto Alegre: Sulina. 1998.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. In: BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.261-306.

CHORTASZKO, Diane Saggiorato; MOREIRA, Rosemeri. **Mulher e família nos anos dourados**: os anúncios publicitários da Revista Grande Hotel (1958 – 1961). 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, Minas Gerais, 2013.

_____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem. São Paulo: Hucitec, 1988.

O CRUZEIRO. Revista (RJ) - 1928 a 1985 - DocReader Web.

VI. Agradecimentos

O trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil, porém não houve investimento de recursos financeiros via bolsa de estudos, já que a pesquisa está inscrita como PIVIC.