



NO TEMPO DAS MINISSAIAS: CORPOS MAGROS E JOVENS, AS PRESCRIÇÕES QUE CIRCULARAM NO *CORREIO FEMININO* NOS ANOS 1960

RENATA MARIA DE OLIVEIRA NEIVA*

RESUMO: Este estudo analisa um dos processos educativos mais expressivos do século XX – o das mulheres, o de seus corpos e de suas sensibilidades por meio da imprensa. A nossa proposta é compreender de que forma um dos jornais diários de maior prestígio no Brasil, o *Correio da Manhã* (1901-1974), contribuiu para disseminar a crença de que a beleza feminina está ancorada em dois pilares básicos – a magreza e a juventude. À luz de referenciais teóricos da História da Educação das Mulheres e da História Cultural, utilizamos como recorte os anos 1960, período em que ganhou força em nosso País a ideia de que o modelo único de beleza, o eurocêntrico, deveria determinar os padrões dos corpos das brasileiras – a partir de então, as misses e manequins deveriam ser mais altas, mais magras e com quadris mais retos (SANT’ANNA, 2014). A imprensa salientava que era necessário adotar uma nova identidade social – peles lisas, firmes, sedutoras, esportivas. Pelas páginas dos cadernos femininos do *Correio*, reportagens, notas e anúncios divulgaram, recorrentemente, que era preciso perder peso e eliminar rugas. A lipofobia e a condenação do envelhecimento poderiam ser percebidas com o surgimento, cada vez mais crescente, de colunas e seções dedicadas a um novo segmento editorial: o dirigido às adolescentes. Na moda, “aparentar menos idade agora importa muito mais do que exibir uma posição social”, nos informa Lipovetsky (2009). Se no início do século XX, beleza era considerada dádiva, um dom divino ou prodígio da natureza, a imprensa corroborava que, desde os anos 1950, cuidar da aparência passou a ser obrigação – um processo que resultaria de práticas e técnicas corporais que exigem autovigilância e disciplina (LIPOVETSKY, 2000; SANT’ANNA, 2014; VIGARELLO, 2006). Nos suplementos, além dos “cardápios” oferecidos às leitoras desde que a imprensa dita feminina surgiu no Brasil, no século XIX, como receitas culinárias e dicas para cuidar dos filhos, da casa e do marido, encontramos, principalmente, aconselhamentos que giram em torno de embelezamento e moda. São textos publicados em tom de advertência: a beleza construída sob medida para

* Doutoranda em Educação pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia



2

conquistar um marido. “A figura feminina é feita para deleitar o homem” (VIGARELLO, 2006). Um capital simbólico a ser barganhado no casamento, atestam Goldenberg (2010) e Perrot (2003). Mas não só. Ao darem os primeiros passos rumo à conquista do espaço público, às mulheres foi ensinado que “boa aparência” era uma moeda de troca também no mercado de trabalho. Compreendendo os impressos como enunciados verbo-visuais (BAKHTIN, 1975), buscamos por meio da investigação de linhas, entrelinhas e imagens de um velho jornal entender o papel dos discursos na construção de leituras particulares de mundo.

Palavras-chave: Mulheres; Imprensa; Educação

1. Pernas, problemas e minissaias

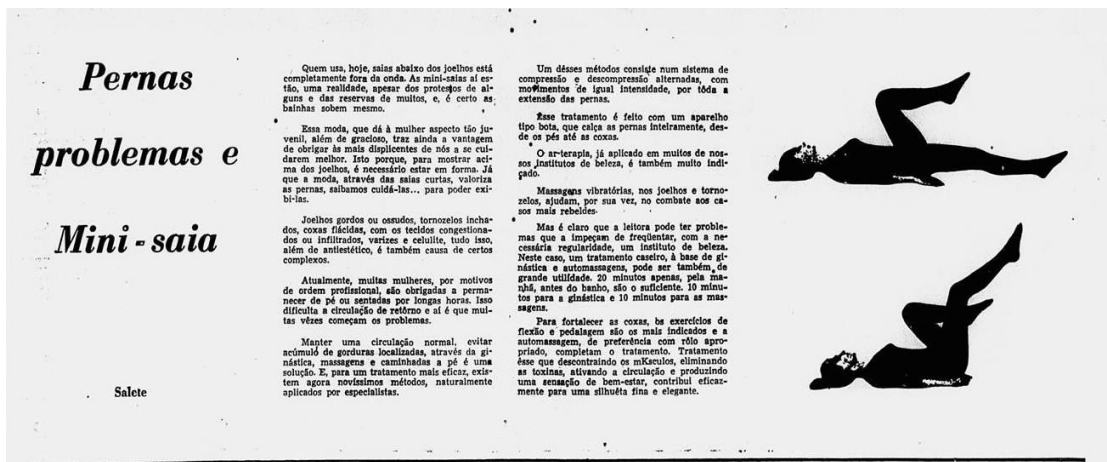
Quem usa, hoje, saias abaixo dos joelhos está completamente fora de onda. As mini-saias aí estão, uma realidade, apesar dos protestos de alguns e das reservas de muitos, e, é certo as bainhas sobem mesmo. Essa moda, que dá à mulher aspecto tão juvenil, além de gracioso, traz ainda a vantagem de obrigar às mais displicentes de nós a se cuidarem. [...] Joelhos gordos ou ossudos, coxas flácidas, com os tecidos congestionados ou infiltrados, varizes e celulite, tudo isso, além de antiestético, é também causa de certos complexos. (CORREIO DA MANHÃ, 1967: 5).

O *Caderno Feminino* do *Correio da Manhã* de 16 de abril de 1967 circulou com um total de seis páginas. Era um domingo e, pelos suplementos dirigidos às mulheres urbanas brasileiras das camadas médias e altas, podemos encontrar reportagens, notas e anúncios que, desde o século XIX, atravessam as seções da chamada imprensa feminina: culinária, decoração, moda e aconselhamentos sobre beleza (BUTONI, 2009). Com o título *Pernas, problemas e mini-saias*, a colunista Salete, num tom didático, ensinava às leitoras a fazer ginástica e automassagem para que conquistassem a “silhuêta fina elegante” e, dessa forma, pudessem exibir o corpo em trajas mais curtas, conforme a **Figura 1**.

O furor da minissaia deu-se na metade dos anos 1960. Surgiram, assim, modelos de roupa para quem tinha entre quinze e vinte anos. Para o filósofo francês Gilles Lipovetsky, “aparentar menos idade agora importa muito mais do que exibir uma posição social [...]” (2009: 139-140).

Mary Quant cria, em Londres, o Ginger Group, que está na origem da minissaia. [...] Mas foi Courrèges quem conseguiu dar-lhe estilo próprio. Com suas botas de saltos baixos, seu branco puro, suas preferências a colegiais de meias soquetes, seu dinamismo de geômetra, o estilo Courrèges registra na moda a ascensão irresistível dos valores propriamente juvenis, teenagers. (LIPOVETSKY, 2009: 127-128).

Figura 1: Caderno Feminino do Correio da Manhã (16 de abril de 1967)



Fonte: Fundação Biblioteca Nacional (2017)

A emergência de uma cultura juvenil desenhava, assim, um novo imaginário ocidental em relação à beleza feminina. “As medidas consideradas ideais do corpo feminino variavam, mas foi somente depois de meados dos anos de 1960 que os quadris se tornaram mais retos e as misses nacionais ganharam em altura e magreza” (SANT’ANNA, 2014: 101-102). Ter um corpo em “linha reta”, cada vez mais, passou a ser obrigatório. A pele, ora desnudada, precisava também apresentar-se lisa.

Ser bela era ser diferente, afirmava a publicidade. Entretanto, para alcançar o pódio de singularidade pessoal, era preciso perder peso. Todas deviam ser singulares, especiais, diferentes, porém, magras. Na imprensa, uma nova valorização da magreza dos braços e pernas alongou a mulher e ampliou as possibilidades de embelezamento. Todo o corpo precisava ser “trabalhado”. (SANT’ANNA, 2014: 129).

A celulite, a inimiga pública número 1 das mulheres, conforme descrição da imprensa feminina ainda no início do século XX, ganhou visibilidade nos 1920 (VIGARELLO, 2006, 2012). Mas foi nos anos 1960 que o tema teve grande repercussão, quando os trajes de banho e as saias ficaram menores. “Parecia uma anedota de mau gosto: a divulgação do biquíni foi acompanhada pela ampla difusão dos males da celulite” (SANT’ANNA, 2014: 146).

Os “abomináveis” furinhos foram comparados como o prognóstico do “ser gorda”, ao revelar os primeiros sinais do aumento de peso. A descoberta confirma “[...] a intensa renovação das exigências formais: desvelar anatomias até então ignoradas, transformar em objeto de atenção sutilezas que o olho já podia perceber desde muito” (VIGARELLO, 2012: 301-302). O combate às imperfeições da pele ganhou páginas e páginas com prescrições que reuniam desde exercícios físicos, dietas e massagens até o uso de duchas específicas.

O combate à celulite era apenas um dos rituais diários que deveriam fazer parte da rotina de mulheres preocupadas em conquistar (e manter) um casamento. “[...] sua beleza é feita para deleitar o homem, ou melhor ainda, para servi-lo”, afirma Vigarello (2006: 27). Era também a senha de acesso para aquelas que buscavam um lugar no mercado de trabalho. Desde os anos 1950, a beleza deixou de ser considerada uma dádiva da natureza ou um presente divino. Segundo a imprensa e a publicidade, qualquer mulher poderia ser bela – desde que dedicasse boa parte do tempo aos cuidados de si, com perseverança e disciplina (LIPOVETSKY, 2000; SANT’ANNA, 2014; VIGARELLO, 2006). Beleza é mecanismo de distinção social, uma moeda de troca matrimonial e um facilitador durante as entrevistas de emprego. Dessa forma, o corpo é, também, um capital simbólico, um capital econômico e um capital social” (GOLDENBERG, 2010; PERROT, 2003).

[...] Investe-se em todas as regiões do corpo; o narcisismo analítico detalha o rosto e o corpo em elementos distintos, cada um deles afetado por um valor mais ou menos positivo: nariz, olhos, lábios, pele, ombros, seios, quadris, nádegas, pernas são objeto de uma autoapreciação, de um autovigilância que acarretam “práticas de si” específicas, destinadas a valorizar e a corrigir tal ou tal parte do físico. Narcisismo analítico que se prende essencialmente à força preponderante do código da beleza feminina: o valor atribuído à beleza feminina desencadeia um inevitável processo de comparação com as outras mulheres, uma observação escrupulosa de seu físico em função dos cânones reconhecidos, uma

avaliação sem descanso que se liga a todas as partes do corpo. (LIPOVETSKY, 2009: 159).

Na **Figura 2**, observamos, num dos poucos anúncios dedicados às mulheres que circularam na página de *Empregos* classificados do *Correio da Manhã* de 28 de fevereiro de 1960, para a necessidade de destaque de que as candidatas fossem jovens e tivessem “ótima aparência”. “O corpo é hoje um motivo de apresentação de si” (LE BRETON, 2013: 30). Ocupando o lugar outrora reservado à alma, desde os anos 1960, passou a ser considerado a expressão privilegiada da pessoa (VIGARELLO, 2006).



Figura 2: Anúncio da Panair do Brasil no Correio da Manhã (28 de fevereiro de 1960)



6

Fundação Biblioteca Nacional (2017)

E o que era ter “ótima aparência”? Ser magra e jovem, afirmavam insistentemente as colunistas do *Correio da Manhã*, jornal produzido no Rio de Janeiro, mas que era lido em todo o Brasil (NEIVA, 2014). Além da chamada lipofobia, a rejeição quase maníaca à obesidade, nas palavras de Fischler (2005), o impresso também ensinava às leitoras que era preciso combater o envelhecimento. De um lado, nos anos 1960, cresceu o número de seções destinadas às adolescentes, chamadas pelo suplemento de “meninas-moças”. De outro, aumentou a quantidade tanto de anúncios de clínicas de cirurgias plásticas quanto de reportagens e notas com dicas para garantir o rejuvenescimento. “Para a sociedade a velhice aparece como uma espécie de segredo vergonhoso, do qual é indecente falar” (BEAUVOIR, 1990: 8).

Pelas páginas do impresso, por meio das autoridades morais de colunistas e jornalistas, encontramos o que o sociólogo francês Vincent Caradec apontou como o “discurso de responsabilização, que torna os indivíduos responsáveis pelo seu *bem* ou *mal envelhecer* (CARADEC, 2016: 23). A velhice, ao ser considerada um direito negado, precisa ser ocultada, dissimulada: “[...] a fúria é desatada pelos traços visíveis do envelhecimento, que se tornam marcas de fraqueza por constituir sinais de uma derrota e por tal motivo são moralmente condenáveis” (SIBILIA, 2011: 97). Diante dessa ameaça assustadora – aparentar rugas e flacidez – os corpos foram (são) educados para tentar vencer a passagem dos anos. “Nada mais cruel que lutar com um inimigo implacável e inexorável: a ação do tempo” (NOVAES, 2011: 486).

2 Considerações finais



7

Apontado por pesquisadores da história da imprensa como um dos mais importantes periódicos que circularam no Brasil durante boa parte do século XX (ANDRADE, 1991; LEAL, 2009; LUCA, 2015; SODRÉ, 1966), o *Correio da Manhã* publicou seções e suplementos dirigidos às mulheres – desde os anos 1920, é possível encontrar títulos destinados a essa leitura específica em cadernos como *Coisas Femininas*, *MODAS*, *modelos e curiosidades femininas* e *Assumptos Femininos* (NEIVA, 2014). Com um olhar detalhado sobre os textos e imagens divulgados nessas páginas é possível compreender como o corpo feminino foi representado ao longo das décadas e como se deu o processo de educação de sensibilidades.

Com reiterados ensinamentos e conselhos que giravam em torno da construção da beleza feminina – ancorados sobre os ideais de magreza e juventude – o corpo das mulheres brasileiras urbanas das camadas mais abastadas foi submetido a códigos e normas, resultantes de um sistemático processo de educação via jornal. Na esteira do pensamento de Bakhtin (1975), entendemos impressos como enunciados verbo-visuais, sendo assim constitutivamente dialógicos, ou seja, atravessados por “vozes sociais”. Mesmo que umas sejam mais audíveis e outras tenham sido silenciadas, é preciso compreender a imprensa como uma arena de vozes:

Se a sociedade é dividida em grupos sociais, com interesses divergentes, então os enunciados são sempre o espaço de luta entre vozes sociais, o que significa que são inevitavelmente lugar da contradição. O que é constitutivo das diferentes posições sociais que circulam numa dada formação social é a contradição. (FIORIN, 2006: 24-25).

Em consonância com Chartier (1990: 123), concebemos a “leitura como prática criadora, atividade produtora de sentidos”. Dessa forma, por mais que um determinado veículo de comunicação reproduza a pedagogia da beleza que também circula por outras instâncias da sociedade a leitora seleciona o que ler. Em outras palavras, nós nos apropriamos de determinada leitura de acordo com nossos valores sociais e visão de mundo. E temos sempre a oportunidade de virar a página.

REFERÊNCIAS

Fontes utilizadas



8

AEROMOÇA. Seja aeromoça da Panair do Brasil. Empregos Diversos. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 4 ° Caderno, p. 6, 28 fev. 1960.

CADERNO Feminino. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 6 ° Caderno, p. 5, 16 abr. 1967.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. **Hemeroteca Digital Brasileira**. [Rio de Janeiro, fev. 2017].

Bibliografia geral

ANDRADE, Jeferson de; SILVEIRA, Joel. **Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991. 375 p.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. SP: Martins Fontes, 1975.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil - 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BEAUVOIR, A **velhice**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

CARADEC, Vincent. Da terceira idade à idade avançada: a conquista da velhice. In: GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Velho é lindo!** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016. Cap. 1. p. 11-38.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, Obeso Maligno. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (Org.). **Políticas do Corpo: Elementos para uma história das práticas corporais**. 2. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 69-80.

GOLDENBERG, Mirian. (Org.). **O corpo como capital: Estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade**. Campinas: Papyrus, 2013.

_____. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2013.

LEAL, Carlos Eduardo. **CORREIO DA MANHÃ**. 2009. Disponível em:



9

<<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-da-manha>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

_____. **A terceira mulher**. Permanência e revolução do feminino. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

LUCA, Tania Regina de. A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2015. Cap. 2. p. 149-175.

NEIVA, Renata Maria de Oliveira. **Uma feira para Amélia**: A educação da mulher brasileira pela coluna *Correio Feminino* do jornal *Correio da Manhã* (1959-1961). 2014. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2014.

NOVAES, Joana de Vilhena. Beleza e feiura: corpo feminino e regulação social. In: PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia (Org.). **História do Corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011. Cap. 17. p. 477-506.

PERROT, Michelle. Os silêncios do corpo da mulher. In: MATOS, Maria Izilda Santos de; SOIHET, Rachel (Org.). **O corpo feminino em debate**. São Paulo: Editora Unesp, 2003. Cap. 1. p. 13-27.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da Beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice: o corpo velho como uma imagem com falhas. In: GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. Cap. 4. p. 83-108.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

VIGARELLO, Georges. **As metamorfoses do gordo**: História da obesidade. Petrópolis: Vozes, 2012.

_____. **História da beleza**: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.