

Envelhecimento no *Correio da Manhã* de 1920 a 1960

Laura Máximo Teodoro¹

Renata Maria de Oliveira Neiva²

Resumo:

Na cultura ocidental, envelhecimento é sinônimo de enfraquecimento e perda de utilidade. Para a mulher, envelhecer é um momento especialmente delicado. Do belo sexo é exigida constante vigilância sobre si, seu corpo e sua beleza. Frente a esses aspectos, o presente trabalho analisa a educação da mulher para a beleza e o não envelhecimento no século XX. Utilizando o caderno feminino do *Correio da Manhã* como *corpus*, observa os tratamentos de rejuvenescimento comuns no período e a representação da mulher envelhecida no jornal.

Palavras-chave: *Envelhecimento; Correio da Manhã; História.*

Introdução

Fundado em 1901 pelo advogado Edmundo Bittencourt, o *Correio da Manhã* foi considerado um dos mais importantes jornais do Brasil no século XX. Por seu caráter combativo, liberal e independente, fez parte de momentos marcantes da história recente do País, como os governos Getúlio Vargas, João Goulart e a ditadura civil-militar instaurada em 1964. A influência política que exercia em nível nacional era a principal força do periódico.

O *Correio* surgiu com periodicidade diária, constituído majoritariamente por blocos de texto. Conforme informações da Hemeroteca Digital Brasileira da Biblioteca Nacional foi o primeiro jornal do Brasil a apresentar um caderno especial aos domingos. Devido a

¹ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

² Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).
Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

modernizações tecnológicas ocorridas na década de 1920, passou a contar com manchetes e novas seções, dentre elas, o caderno feminino.

Apesar de ter alcance nacional, o periódico tinha como principal público a classe média do Rio de Janeiro, chegando, em seu auge, a tiragens superiores a 200 mil exemplares por dia. Ao longo do tempo, passou a se destacar pela estética inovadora contida em suas páginas, valorizando ilustrações, fotos e textos com forte carga emocional.

O *Correio* contou, ao longo das décadas, com contribuições de intelectuais do campo político e cultural do País. Pelas páginas do jornal passaram personalidades como Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade, Carlos Lacerda, Aurélio Buarque de Holanda, Antônio Callado, Rubem Braga, Carlos Heitor Cony, Otto Maria Carpeaux, Márcio Moreira Alves, Paulo Francis, entre outros.

O diário, conhecido por sua linha editorial opinativa, acabou fechando suas portas por resistir às restrições às liberdades impostas pelo Ato Institucional nº 5, de 1968. “Nos seus últimos anos, posicionou-se contra o governo militar instaurado com o golpe de 1964. Tal postura teria contribuído para o seu fechamento, após 74 anos de existência” (NEIVA, 2013:6).

Concomitante à vida e morte do *Correio da Manhã* ocorria o século XX. Tempo de contradições, conquistas e derrotas em que o gênero feminino foi central nos modos e maneiras de fazer história. O movimento feminista, a inserção da mulher no mercado de trabalho e o aprimoramento de sua educação foram responsáveis por mudanças no entendimento do “ser mulher”.

Nessa trajetória, *grosso modo*, podemos identificar dois momentos: um em que modelos de feminilidade se consolidam (do começo do século XX ao início dos anos 1960) e outro, de maior fluidez (de meados dos anos 1960 aos dias de hoje), quando ideias do período anterior são questionadas e passam a conviver com novas referências. (PINSKY, 2012:470).

O caderno feminino do *Correio* percorreu essas mudanças. Lançado em 1924 e extinto nos anos 1970, registrou por décadas a idealização da mulher de classe média urbana nesse período de modificações de modelos e de relações.

O *Correio* não saiu ileso das profundas mudanças políticas, econômicas e comportamentais ocorridas no Brasil e no mundo durante o século XX. Período de conflitos e relocalizações trabalhistas, culturais e étnicas, esse tempo se destaca pela

contestação feminista e pelas modificações no comportamento feminino, em novas definições de padrão de beleza e do que era aceitável para mulheres.

No fim do século XIX, o processo de “modernização” do Brasil contribuiu para que a mulher conquistasse espaço no mercado de trabalho. A urbanização e a chegada de indústrias ao país estimularam transformações sócias que atingiram o feminino. A partir desse período elas encontraram empregos na indústria têxtil, alimentícia e na fabricação de cigarro, sabão, velas e fósforos, trabalhos que exigiam cuidado, paciência e atenção, características ditas femininas (Borelli; Matos, 2012:127).

As inovações da tecnologia marítima, úteis inicialmente para fins bélicos, popularizaram as viagens internacionais e fizeram com que tendências de comportamento e moda chegassem mais rapidamente da Europa para o Brasil. O vestuário, além de cumprir sua função de diferenciação entre o feminino e o masculino, funciona como mecanismo civilizatório.

O que mudou, desde o início do século XX, foi a intensidade da europeização: não havia dúvidas quanto à necessidade de adoção de padrões civilizatórios advindos da França e da Inglaterra; eles eram vistos como o caminho certo para que o país tomasse, enfim, o rumo do progresso (FEIJÃO, 2011:23).

Os banhos de mar e piscina se tornaram mais comuns. A prática de exercícios físicos se popularizou e se tornou prioridade, o modo de vestir se adaptou a essa tendência tornando-se leve e “expondo áreas do corpo até então cobertas pelas roupas” (NACIF, 2000:5). Para usar biquíni, exigiu-se que as mulheres fizessem regimes de emagrecimento (SANT’ANNA, 2012:119).

Desde os anos 1940, Hollywood dita moda e conceitua, por meio de produções cinematográficas, o que é ser bela. Ava Gardner, Marilyn Monroe, Brigitte Bardot e Audrey Hepburn são exemplos de belezas hollywoodianas amplamente desejadas.

O cinema inventou uma beleza reluzente e espetacular [...]. Hollywood propagou desde então um verdadeiro culto à juventude. Os rostos adolescentes, maquiados segundo um roteiro de mulher fatal, conheceram um sucesso inusitado. Eles foram os grandes divulgadores das novas formas de cuidar do corpo (SANT’ANNA, 2012:107).

Após a Segunda Guerra Mundial, o comportamento questionador virou moda entre os jovens. O *rock n’ roll* se tornou o símbolo da contestação. Jaquetas de couro e a polêmica minissaia eram referência no estilo *rocker* dos anos 1950. Na época, o novo

comprimento das saias representava mais que uma mera mudança nos modos de vestir das moças. “O discurso textual e imagético que cerca essa peça de roupa vai muito além dos seus poucos centímetros de pano, funcionando como representação do novo ideal de juventude que começava a figurar como modelo cultural” (ZIMMERMANN, 2011: 86). A juventude era perseguida. O que era velho e tradicional deveria ser deixado de lado. Para as mulheres, a tendência da jovialidade estimulou a luta contra a maturidade.

Na década de 1950, a televisão chegou a alguns lares brasileiros. Com ela, a propaganda se disseminou e influenciou padrões de consumo e a formação de identidades. O *prêt-à-porter* chegou às lojas na década de 1960, ditando um novo modo de as brasileiras de relacionarem com a moda. Para Nacif, esse momento representou um tipo de libertação.

Essas modas estarão progressivamente desvinculadas da imposição autoritária da alta-costura parisiense e das formas de vestir tradicionalmente associadas à classe dominante - nesse caso composta pela burguesia urbana - e sobretudo, se desenvolverão a partir de mudanças nas formas vestimentares masculinas (NACIF, 2000:9).

Em 1964, foi instaurada a ditadura militar no Brasil e, apesar dos desmandos do governo, o feminismo floresceu no País.

O feminismo militante no Brasil, que começou a aparecer nas ruas, dando visibilidade à questão da mulher, surge, naquele momento, sobretudo, como consequência da resistência das mulheres à ditadura, depois da derrota das que acreditaram na luta armada e com o sentido de elaborar política e pessoalmente essa derrota (SARTI, 2004:37).

Esse conjunto de lutas e conquistas feministas colocou a mulher em outro patamar e estimulou o surgimento de outros modos femininos e novos femininos.

Tudo muda a partir dos anos 1960: é impossível pensar, como antes, no horizonte do masculino e de feminino. ‘Cidadania, conquista de saberes, controle da procriação, estatuto da mulher casada, liberdade sexual: tantas brechas nas cidadelas masculinas quantas modificações nas relações entre os sexos’. Um segundo feminismo se impôs, além da igualdade abstrata, privilegiando a problemática do indivíduo, ‘o desenvolvimento pessoal’, a realização de si (VIGARELLO, 2006:175).

O consumo permite uma reconstrução da mulher, agora, enquanto sujeito e a responsabiliza ainda mais por seu sucesso. O feminino não se exime da obrigação dos cuidados com a beleza, esmero com o lar ou estar na moda. Agora, é necessário ser

mulher-maravilha, dar conta de tudo. Da pele à rotina no trabalho. Da moda aos estudos. Uma questão de investimento e vigilância constantes.

Temáticas femininas recorrentes

Nas seções femininas do *Correio da Manhã*, temáticas como moda, culinária, cinema, cuidados com a casa, beleza e maternidade são pautas frequentes. Tais conteúdos confirmam a dicotomia entre o que é considerado integrante do universo feminino e aspectos vistos como naturalmente masculinos. Para Luca, a imprensa feminina caracteriza-se pela repetição dos mesmos temas em tom de novidade.

Essa imprensa particulariza-se por dirigir-se *para* o público feminino, ainda que nem sempre tenha sido produzida *por* mulheres. [...] A imprensa feminina orbita em torno de temas mais perenes, não submetidos à premência do tempo curto do acontecimento. Moda, beleza, casa, culinária ou cuidado com os filhos comportam uma abordagem circular, ligada à natureza e às estações do ano (LUCA, 2012:448).

Os temas recorrentes na imprensa feminina representam modos de representar a mulher por meio de sugestões de comportamento, moda e beleza, além dos conselhos de médicos e especialistas em diversas áreas. A mídia reflete o mundo social. Para Campos (2012), a imprensa cumpre funções educativas e representa um modo de expressão pública compartilhado por diferentes grupos sociais.

Para Góis *apud* Neiva (2013), a mídia feminina cumpre dupla função: ao mesmo tempo em que auxilia a mulher com questões práticas, a aprisiona em modelos e representações idealizadas.

Em meados do século XX, o cinema é um dos elementos de representação ideal. O reflexo das atrizes e atores de Hollywood instiga a criação de um mundo de fantasia na leitora do *Correio da Manhã*. Na década de 1940, cumpre a função de aliená-la das discussões políticas em voga naquele momento. No decorrer das épocas, a produção cinematográfica dita os objetos de desejo, as roupas da moda e os padrões de beleza a serem seguidos pela mulher.

A Figura 1 mostra um apanhado de notas sobre cinema e televisão, com predominância dos assuntos relacionados à tela grande. Marilyn Monroe e Brigitte Bardot, dois ícones de beleza da década de 1950, são citadas na seção de notícias cinematográficas.

Hollywood e Paris ditam as modas que moças *chics* e refinadas devem seguir. É necessário ser elegante e atenta às novas tendências anunciadas pelos jornais e revistas. Às

mulheres é “obrigatório” saber quem são as artistas da moda, seja no cinema ou no rádio, e estar a par do que elas estão vestindo.

Os termos utilizados no texto da Figura 2 demonstram as influências internacionais na moda brasileira. Expressões como *leaders*, *agnou rasé* e *chiffon* misturam inglês e francês para falar sobre tecidos, cortes e novidades no estilo de vestimentas das mulheres.

Na imprensa feminina do século XX, os cuidados com a casa e com os filhos são considerados “coisas de mulher”. O *Correio da Manhã* traz em suas páginas sugestões de como manter o ambiente doméstico belo e aconchegante. Frequentemente, essas dicas vêm acompanhadas de frases como “seu marido irá adorar”, demonstrando a representação da mulher como “rainha do lar” e “mãe exemplar”. Ao realçar a imagem social da dona de casa, esposa e educadora, o caderno feminino contribuiu para legitimar a ideia de que a mulher tem naturalmente uma missão utilitária, mas também de adorno, no lar, uma identidade voltada para papéis domésticos.

Conforme mostra a Figura 3, além dos cuidados com a manutenção da ordem em casa, a decoração do lar e o planejamento da disposição da mobília são delegados à dona de casa. Tarefas que demandam tempo. Nessa época, “a dedicação da mulher ao lar deve ser exclusiva. Isso denota *status* e sinaliza o sucesso do marido” (PINSKY, 2012:494) e, ainda, “cabe à mulher garantir que o domicílio seja um espaço íntimo, moral e aconchegante” (PINSKY, 2012:498).

O exemplo das atrizes de Hollywood está a serviço da moda, a moda está a serviço da beleza e até os cuidados com a casa têm como objetivo o embelezamento desta. A procura pelo belo está em cada página das seções femininas do *Correio da Manhã*. É necessário que a mulher e que tudo que está ao seu redor estejam sempre belos. “A beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino” (SANT’ANNA, 2005:121).

CINEMA

EM PRIMEIRO LUGAR A "SEXTA FELICIDADE"

O galã austríaco CURD ("A Raposa do Mar") JURGENS passou 5 milhões de cruzeiros para ter a oportunidade de aparecer num filme ao lado de INGRID BERGMAN. Jurgens estava escasso para protagonizar uma película da produtora Terra Film (com a qual tem contrato) quando lhe apareceu a oportunidade de desempenhar o papel principal de "The Inn of Sixth Happiness" (A Estalagem da Sexta Felicidade), produção da Fox com a supervisão de ROBERTO ROSSELLINI. Jurgens, então, procurou a Terra Film e pediu que a filmagem fosse adiada porque coincidia com a da Fox. A companhia alegou que não poderia adiar a filmagem porque qualquer atraso dessa natureza em seu programa de produções lhe custaria (durante as 14 semanas de adiamento que Jurgens pediu) 5 milhões de cruzeiros. Jurgens não hesitou. Apresentou um cheque para 5 milhões de cruzeiros, entregou ao diretor da companhia e seguiu viagem para a Inglaterra, onde será filmada a película da Fox.

ATOR PORTUGUÊS NO CINEMA FRANCÊS

O ator português ANTONIO VILAR será o próximo galã de BRIGITTE BARDOU na película francesa "A Mulher e o Tênis". Vilar substituirá FERNANDO LAMAS. Lamas, impusera uma série de exigências para participar do filme, com as quais os produtores não estavam dispostos a concordar.

"FALANDO O ROTO DO... DESNUDO"

A pesar de seus 34 anos, as pernas de MARLENE DIETRICH continuam sendo atraco de bilheteria. E' o que se conclui dos cartazes do filme "Witness for the Prosecution" (Testemunha da Accusação), que mostram os famosos "pés" da "vamp" em sensualissima posição. Os cartazes, impressos pela produtora do filme — United Artists — são de tal ordem que escandalizaram a terra de BRIGITTE BARDOU e a revista popular forçou a policia parisiense a tomar providências no sentido de que fossem cobertos certas partes dos cartazes expostos nos cinemas exibidores da película.

OS MAIS POPULARES DA TELEVISÃO NORTE-AMERICANA

BOB HOPE actua-se em primeiro lugar entre os 10 artistas mais populares da televisão norte-americana. JERRY LEWIS ocupa o 8.º lugar, seguido por SHIRLEY TEMPLE e LORETTA YOUNG. Os demais classificados são desconhecidos ao grande público brasileiro.

MARILYN MONROE - PAPEL SECUNDÁRIO NO TEATRO

MARILYN MONROE atuará num dos teatros de Nova York na próxima temporada da Broadway. Esta será a primeira vez que a conhecida "estrela" de Hollywood aparecerá num palco. Apesar de seu nome e da evidência de que goza no cinema, não fará seu "debut" no teatro como primeira figura, embora desempenhe papel de destaque. A peça de estíria ainda está sendo escrita por seu marido, o teatrólogo ARTHUR ("A Moeda de um Cavaleiro Viante") MILLER e ainda não tem título definitivo, mas já se sabe que sua duração será de 3 horas e meia. Trata-se de uma tragicomédia.

MÚSICA

CALLAS - REVOLUÇÃO NO TEATRO SÃO CARLOS

MARIA CALLAS cantou no Teatro São Carlos de Lisboa, duas vezes, para casas lotadas, sendo que na primeira, na presença da presidente da República. O soprano recebeu, pelas duas atuações, um milhão de cruzeiros, em dólares, livre de impostos e despesas. Esta soma é sem precedentes na história do velho teatro português, onde o cantor mais bem pago até então receberá 50 mil cruzeiros por saírau. Os ingressos estavam sendo vendidos nas bilheteiras do teatro a 400 cruzeiros para contribuintes do teatro e a 500 cruzeiros para os demais e, no câmbio negro, até 2 mil cruzeiros cada um. Fazendo pleno jus a seu cartaz de "estrelismo", Callas criou três casos durante os três dias em que permaneceu em Portugal: a) não concordou em hospedar-se no Palácio Hotel de Estoril, por achá-lo muito longe de teatro (na verdade, havia sido prometido a ela o apartamento real do Hotel Aviz); b) não concordou que sua atuação fosse irradiada, embora seja de praxe em Lisboa que todos os espetáculos de importância do Teatro São Carlos sejam transmitidos pelo rádio, para o que existe um contrato entre o teatro e a Rádio Nacional; exigiu que lhe fossem cedidos 100 ingressos (embora só o tenha pedido na véspera na igreja, quando toda a casa já estava vendida), para amigos e admiradores seus que vieram da Itália e da Espanha para ouvi-la. Já antes, Callas havia criado dificuldades para o Teatro São Carlos, mudando de ideia quatro vezes quanto à obra que cantaria, quando, à última hora, pela "Traviata". Cada vez que Callas mudava de ideia, o Teatro era forçado a mudar de elenco, de cenário, de guarda-roupa, de orquestração e submeter tudo a aprovação da

Figura 1 – Notas sobre cinema retiradas da edição de 13 de abril de 1958 do caderno de Assumptos Femininos do Correio da Manhã

MODAS FEMININAS DOS CHAPEUS

Não sei de qualitativo mais apropriado aos atuais chapéus do que o de... polpitista! Acaso não foi um golpe de surpresa, que, de accessórios os guindou à posição de líderes da bilheteria? Esse movimento que revolucionou a Moda não se fez proceder como sempre acontece, de um curto período de transição; o processo foi subit, brusco e até certo ponto desconhecido.

Como todas nós, também você, leitora, terá tido uma espécie de repulsa ante a excentricidade dos primeiros modelos "pré-liberação", diametralmente opostos ao gênero a que estávamos habituadas. — "A mim, pouco importa que a moda pegue — nunca usarei tamanhos absurdos! Prefiro ser antiquada do que ridícula!" Assim, a princípio, falamos todas nós...

Mas a Moda, que conhece o terreno onde pisas, foi lentamente se insinuando e, à medida que os dias se passaram nossos olhos iam se acostumando à nova linha... E finalmente o chapéu extravagante venceu; não só venceu, como se tornou a figura central à qual toda a toilette fica subordinada.

Poder-se-ia classificar os chapéus modernos em três tipos principais: turbante, "top", bôite (sem esquecer, o chapéu para a noite); cada um desses tipos apresenta-se em modalidades diversas, tornando muito fácil a escolha.

O turbante, novidade n. 1, é uma espécie de faça de dois gumes, que é preciso manejar com cuidado (tanto pôde dar à portadora esse aspecto est e diadema, como... tirguzilh de uma vez todo o encanto). É portanto indispensável que entre o tipo da mulher e a linha do turbante haja perfeita concordância, o que não será difícil, dada a multiplicidade de feitios.

Os modelos em guespa rasas ou astrolan, batidos atrás, mas altos e esgulos na frente, assentam a quase todos os rostos; outros, em pelica ou polichon macio e veludoso ou ainda em seda cuja estampa imita a pele de tigre, adotam a linha chela e drapada do clássico turbante de Maharajá. A esse grupo pertencem também os modelos em chiffon, elegantísimos em clima claro, ou em setim misturado no mesmo turbante mas em mais nuances de um só cor, como por exemplo, diferentes tons de rosa ou de azul, em harmoniosa combinação.

As toques são tão modernas quanto os turbantes e muito menos perigosas. As mais elegantes, feitas em fourrure, "vison" ou "renard" (vão mais utilizando apenas a cauda, como antigamente, mas o próprio corpo do animal) nos relembram personagens como Anna Karénina e nos reportam aos romances do era S. Petersburgo...

Os modelos em veludo ostentam muitas vezes uma guarnição de penas ou plumas, presa com um motivo de bilheteria; outros, como certa toque em vison, redonda como os antigos marchons, têm como adorno um véu marrom que passa sob o queixo emoldurando o rosto e delimita soltas atrás as duas extremidades.

As bonas apresentam-se sob diversos aspectos: redondas e maiores do que nunca, drapadas, armadas ou flexíveis, em "fourrure", feltro,

veludo ou em ocósos de já não a última palavra para acompanhar o tailleur ou um conjunto de li. O feltro clássico, tipo esporte continua o complemento indispensável do tailleur prático.

Nos chapéus para a noite triunfa a pluma. Um dos modelos de maior sucesso foi uma espécie de turbante confeccionado com duas plumas brancas, habitualmente forçadas; outro ainda, era uma pequena calotte de veludo negro, da qual pendia uma maravilhosa pluma também negra, que chegava quase até à cintura.

Como modelo de hoje, estampamos um conjunto marinho, formado de saia provida de cinco correlet, blusa de falte brava e bolero



DR. HUBER
CIRURGIA E GINECOLOGIA
R. Alvaro Alvim, 24, 8.º, Tel. 22-2653

Figura 2 – Texto sobre moda retirado da edição de 1 de julho de 1945 do caderno de

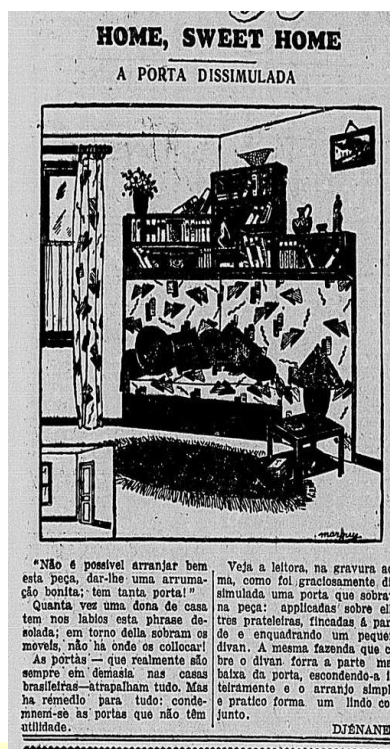


Figura 3 – Texto sobre decoração retirado da edição de 1 de janeiro de 1939 do caderno de Assumptos Femininos do Correio da manhã.



Figura 4 – Edição de 2 de maio de 1954 do caderno de Assumptos Femininos do Correio da Manhã

A página da seção feminina retratada na Figura 4 demonstra essa “necessidade de boniteza”. “Cinco minutos de beleza”, “defeitos antiestéticos na pele”, “novo produto”, entre outros títulos, tomam conta de quase toda a seção e demonstram a centralidade da beleza na representação da mulher pelo *Correio da Manhã*.

Frente à presença constante dessa temática e com o objetivo de analisar a educação da mulher para ser “o belo sexo” no século XX, aprofundaremos tal questão, abordando, especificamente, textos sobre envelhecimento. Questionando quais métodos de rejuvenescimento eram mais utilizados pelas mulheres representadas pelo *Correio da Manhã* e solucionando o problema: o que era envelhecer para as mulheres entre as décadas de 1920 e 1960.

Envelhecimento

Envelhecer é delicado. A chegada da velhice é frequentemente ligada à doença, fragilidade, dependência, declínio, solidão, improdutividade. Estar velho é perder bem-estar e beleza física. Para as mulheres, envelhecer é particularmente sofrido. Delas, são cobradas beleza e vivacidade eternas, coisas que o tempo pode destruir.

Nas primeiras edições das seções femininas do *Correio da Manhã*, é possível notar um cuidado com a juventude da pele e do corpo. Para a cutis, cremes, pomadas, repouso e massagens. Para o físico, exercícios de flexibilidade e ginástica para combater a flacidez.



Figura 5 – Texto retirado da edição de 13 de setembro de 1925 do caderno de Assumptos Femininos do *Correio da Manhã*

Era uma época em que os cosméticos ainda eram considerados “artigos de luxo” e a criatividade se fazia necessária. Nos trechos “Para fazer desaparecer a ruga, basta uma leve, mas constante massagem” e “As senhoras que costumam preparar ellas mesmas as pomadas para o uso de seu ‘toilette’”, é possível notar um modo artesanal de cuidar da beleza. As receitas eram comuns. A inventividade era essencial.

O *cold-cream* é considerado uma pomada, não um cosmético. Segundo Sant’Anna, nesse tempo, eram os remédios que curavam a feiura. “Do cansaço às cicatrizes, passando pelas rugas e feridas, um mesmo produto é, muitas vezes, considerado polivalente e, por isso mesmo, eficaz” (SANT’ANNA, 2005:122).

Da comparação entre a nota retirada de uma edição da década de 1920 e as demais dicas sobre beleza do caderno de *Assumptos Femininos*, é possível observar modificações nos modos de embelezamento. Do ciclo elitista ao momento democrático; depois do ciclo artesanal, a época industrial; depois do período artístico, a era econômico-midiática (LIPOVETSKY, 2000:130).

**AS MODERNAS OPERAÇÕES
DE RUGAS**

pe lo
DR. PIRES

(Com pratica dos hospitaes de Berlim, Paris e Vienna)

As intervenções de esthetica requerem a maior simplicidade possível no acto operatorio e eis a razão pela qual essa nova especialidade medica tem tomado um grande desenvolvimento. Na época de hoje seria um enorme empecilho, caso fosse necessario que a operada ficasse internada em casa de saude ou hospital. Em todas as operações de esthetica, salvo alguns casos de seios muito volumosos (hypertrophía gigante), a permanencia na clinica é completamente desnecessaria. As senhoras que tenho operado de rugas saem do consultorio immediatamente após a operação e entre as que trabalham, até hoje não houve uma que perdesse qualquer dia do emprego. Muitas são operadas á tardinha, jantam em companhia de pessoas amigas, vão á noite a passeios ou festas, e na manhã do dia seguinte no que se operaram acham-se trabalhando perfeitamente. Está claro que a admiração é geral, pois todos desejam desvendar o interessante mysterio transformador de um rosto enrugado numa physionomia completamente moça. O marido ou pessoas amigas ficam curiosos em saber como foi possível uma mudança tão radical numa pessoa que minutos antes, possuía



Um rosto piastico é obtido hoje em dia com as operações de rugas.

o aspecto envelhecido, o rosto completamente cheio de rugas. Mais admiratos ficam quando lhes fór dito que a operação das rugas foi completamente sem dor, apenas com uma ligeira anesthesia local, e que a intervenção durou meia hora, no maximo.

Aos leitores: Toda correspondencia solicitando conselhos sobre a belleza deve ser dirigida ao medico especialista dr. Pires, á Praça Floriano, 55-6º andar — Rio, sendo necessario enviar o endereço completo para a resposta.

Figura 6 - Texto retirado da edição de 7 de fevereiro 1937 do caderno de *Assumptos Femininos do Correio da Manhã*

É preciso fugir da sensação de envelhecimento. Segundo Perrot, a partir de determinada idade, a mulher perde suas funções de reprodução e beleza perante a sociedade. Para ela, “a velhice das mulheres se perde nas areias do esquecimento” (PERROT, 2013:49). A personagem da reportagem reproduzida na Figura 6, Madame B., é apresentada como uma exceção à regra.

A coluna “Cinco minutos de beleza” é recorrente no caderno feminino do *Correio* na década de 1940. Dessa vez, falando sobre a possibilidade do envelhecimento “sem perder a elegância”, cita o exemplo de Madame B., uma carioca de 61 anos que não se deixou abater pela idade.

O autor da reportagem inicia falando que uma mulher, já tendo completado suas bodas de ouro há mais de uma década, “pela lógica deveria, portanto, ser hoje uma anciã, relíquia do passado, tendo por horizontes as paredes do seu apartamento” e que esta deveria renunciar aos prazeres da mocidade. Mas, Madame B. é uma exceção, ela subverteu as regras do tempo e conservou o rosto moço. A personagem é citada como um exemplo vitorioso.

No relato, é percebida a “naturalização” da velhice por parte de Madame B. A idosa aconselha as leitoras a evitarem exageros de maquiagem e afirma que vê suas rugas como sinais de experiência. Ela encara a perda da beleza da juventude como uma oportunidade de desenvolver outras áreas de sua personalidade, como a simpatia e a elegância para agradar àqueles que com ela convivem.

Segundo Campos, a construção feminina de si se dá para a alteridade. Não se é bonita ou elegante para si mesma, o objetivo é sempre agradar ao outro.

A concepção do autoembelezamento para agradar o outro acusa a constituição da identidade feminina voltada para o olhar do outro. Trata-se de uma nova vulnerabilidade da beleza da mulher: uma beleza traçada para a alteridade (o homem) e não para a identidade (da própria mulher), mesmo sendo ela dos grupos sociais privilegiados (CAMPOS, 2009:135).

Flacidez, adiposidade e perda da flexibilidade são características frequentemente relacionadas ao envelhecimento. Os conselhos retratados pela Figura 8 demonstram a relação entre esbeltes e juventude.

Com a modernização dos trajes e a diminuição das saias, a construção e o cuidado com o corpo se tornaram ponto central. A magreza é estimulada não apenas pelo padrão de beleza. Para ser saudável, é necessário ter um físico magro. Em meados do século XX, “o

peso, por exemplo, mais que nunca, é declarado sinal de saúde. Seu excesso constituiria um perigo: curvas de mortalidade e curvas de peso se cruzam para sublinhar os riscos de doença a que se expõem os ‘gordos’” (VIGARELLO, 2008: 218).

O texto da Figura 7 relaciona os dois maiores objetivos de beleza do século: ser magra e ser jovem. “Para permanecer jovem convém manter o peso normal” - inicia aplicando argumentos de médicos e especialistas para defender os pontos positivos de um corpo esbelto para mulheres de idade avançada.



Figura 7 - Texto retirado da edição de 2 de maio de 1945 do caderno de Assumptos Femininos do Correio da Manhã

A partir da década de 1960, as páginas do *Correio* passaram a ter mais fotografias e menos densidade nos textos. As clínicas de cirurgia plástica e médicos cirurgiões divulgavam intensa publicidade no caderno feminino. A clínica que anuncia seus serviços na Figura 9 contempla as diversas fases do embelezamento analisadas até aqui: produtos

delicada, amorosa, carinhosa e cuidadosa continuaram sendo apresentadas como características naturalmente femininas.

Sem dúvida o século XX democratizou o acesso de grande parte das mulheres à categoria de “belas”.

[...] segredos de beleza não existem mais, tudo depende do aprendizado de algumas técnicas, que segundo eles são acessíveis a todas as mulheres. No final da década de 50, a beleza parece ter se tornado um “direito” inalienável de toda mulher, ao que depende unicamente dela: “hoje é feia somente quem quer”, por conseguinte, recusar o embelezamento denota uma negligência feminina que deve ser combatida (SANT’ANNA, 2012:129).

No entanto, antigos papéis sexuais historicamente atribuídos a elas continuaram subsistindo. É inegável o papel desempenhado pelos imperativos da beleza tanto no que diz respeito à libertação e aos cuidados de si. Às mulheres é reservada a obrigação eterna de ser o “belo sexo”. Para o feminino, é necessário construir-se e melhorar-se constantemente, de forma a agradar ao outro.

Referências Bibliográficas

CAMPOS, Raquel Discini. *Mulheres e crianças na imprensa paulista: educação e história*. São Paulo: UNESP, 2009.

CAMPOS, Raquel Discini. “No rastro dos velhos jornais: considerações sobre a utilização da imprensa não pedagógica como fonte para a escrita da história da educação”. *Revista Brasileira de História da Educação*, Campinas, no 1/Janeiro de 2012, pp. 45-70.

FEIJÃO, Rosane. “Smartismo: elegância masculina e modernidade no início do século XX no Rio de Janeiro”. In: BONADIO, Maria Cláudia, MATTOS, Maria de Fátima (Org.). *História e cultura de moda*. São Paulo, 2011.

HEMEROTECA DIGITAL. *Correio da Manhã*.
<http://hemerotecadigital.bn.br/artigos/correio-da-manh%C3%A3>. Acessado em
26/10/2014.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo, 2000.

LUCA, Tania Regina de. “*Mulher em Revista*”. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

MURARO, Rose Marie. *Sexualidade da mulher brasileira: corpo e classe social no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1983.

NACIF, Maria Cristina Volpi. *Rio, cenário da moda*. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2000.

NEIVA, Renata Maria de Oliveira. “*Amélia também pode ser bela?: A educação da mulher pela coluna Correio Feminino do jornal Correio da Manhã*”. In: Simpósio Nacional de História, 27., 2013, Natal.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2013

PINSKY, Carla Bassanezi. “*A era dos modelos rígidos*”. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

SANT’ANNA, Denise. “*Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil*”. In: SANT’ANNA, Denise (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SANT’ANNA, Denise. “*Sempre Bela*”. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

SARTI, Cynthia. “O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória”. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, no 2/ Agosto de 2004, pp. 35-50.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL. *82 anos da conquista do voto feminino no Brasil*. <http://www.tre-es.jus.br/noticias-tre-es/2014/Fevereiro/82-anos-da-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>. Acessado em 26/10/2014.

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

VIGARELLO, Georges. “Treinar”. In: COURBAIN, Alan; COURTINE et al (Orgs). *História do corpo III – as mutações do olhar: o século XX*. Petrópolis: Vozes, 2008.

ZIMMERMANN, Maíra. “Minissaia: juvenilização da moda nos anos 1960”. In: BONADIO, Maria Cláudia, MATTOS, Maria de Fátima (Org.). *História e cultura de moda*. São Paulo, 2011.