

# O CORREIO DA MANHÃ (1901-1974) E A EDUCAÇÃO PARA A BELEZA FEMININA<sup>1</sup>

Raquel Discini Campos<sup>(\*)</sup>

## Resumo

O trabalho reconstrói a história do impresso carioca *Correio da Manhã* (1901-1974), um dos mais influentes jornais editados no Brasil no século XX. Avalia, em especial, as páginas destinadas à leitura feminina presentes no impresso. Observa as mudanças de agendamento temático ocorridas em tais páginas, destacando, no entanto, uma permanência: aquela que disseminava o imperativo de um determinado tipo de beleza para as leitoras.

**Palavras-chave:** *Correio da Manhã*. Gênero e Imprensa. Beleza Feminina e Imprensa

## THE CORREIO DA MANHÃ (1901-1974) AND EDUCATION FOR BEAUTY FEMININE

## Abstract

The present work dismantles the *Correio da Manhã's* history (1901 – 1974), one of the most influential newspapers published in Brazil in the twentieth century. It also assesses, specially, the pages destined to women's Reading. The present paper notices as well the changes in the thematic scheduling done in those pages, highlighting, however, a significant permanence: one that disseminated the imperative of a certain beauty that its readers should follow.

**Keywords:** *Correio da Manhã*. Gender and Press. Women's Beauty and Press.

## Um jornal chamado *Correio da Manhã*<sup>2</sup>

O jornal *Correio da Manhã* (1901-1974) marcou a história da cultura nacional no século XX. Desde seus tempos de fundação, no ano de 1901, até o seu ocaso, advindo no desenrolar da longa ditadura militar brasileira, contou com nomes significativos das letras nacionais. Numa das pontas desta história, o jornalista Edmundo Bittencourt, fundador

---

<sup>1</sup> Artigo resultante de pesquisa financiada pela Fapemig e CNPQ. Parte deste texto foi apresentado no X Congresso Luso-Brasileiro de História da Educação. Texto recebido em: 04/08/2015. Texto aprovado em 10/02/2016.

<sup>(\*)</sup> Docente da Universidade Federal de Uberlândia (Adjunto IV). Professora do Programa de Pós-Graduação em Educação e Comunicação Social. Atualmente desenvolve estágio de pós-doutorado na Universidade de São Paulo. E-mail: raqueldiscini@uol.com.br.

<sup>2</sup> A coleção analisada é parte integrante da hemeroteca do Arquivo do Estado de São Paulo, que recebeu os exemplares como doação do arquivo Edgard Leuenroth, da Unicamp. Pesquisamos, ainda, exemplares guardados na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, bem como páginas digitalizadas pela Hemeroteca Digital Brasileira, empreendimento virtual da Biblioteca Nacional.

do diário, amparado por Rui Barbosa, Coelho Netto e tantos outros expoentes das letras nacionais do início do século. No desenrolar da sua trajetória, Paulo Bittencourt, herdeiro de Edmundo, empregou Carlos Drummond de Andrade, Nelson Rodrigues e Clarice Lispector, dentre outros literatos de destaque na cena nacional, na redação da Av. Gomes Freire.

Nos últimos anos de vida - e na outra ponta da existência da empresa na qual trabalharam ainda Carlos Heitor Cony, Paulo Francis e Ruy Castro; Niomar Muniz Sodré, viúva de Paulo Bittencourt, cuidava de uma administração cambaleante em função da oposição da empresa à ditadura militar.

É célebre o fato de que o periódico contou com um time estrelado de revisores. Os *Cadernos de Comunicação* do Rio de Janeiro nos informam que

O texto do Correio chegou a ser conhecido como o mais bem escrito de todos os jornais da época. Teve revisores e redatores famosos, como Costa Rego (que esteve no jornal, em períodos intercalados, de 1912 a 1930), Graciliano Ramos e Aurélio Buarque de Holanda (década de 40) e Antonio Callado (iniciou sua carreira jornalística no Correio, em 1937, como repórter e cronista, retornando em 1954 e lá permanecendo até 1960). Os rodapés literários de Álvaro Lins, redator-chefe de 1940 a 1956, ficaram famosos (<http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html>)

Da mesma maneira, são recorrentes nas reminiscências daqueles que trabalharam no periódico a importância política adquirida pelo jornal ao logo do século XX. Auto identificado, desde seus primeiros editoriais, como um “jornal de opinião”, ou seja, como um *produto* que tentava se desvencilhar dos poderes políticos constituídos, ele mesmo acabou por se tornar um verdadeiro agente histórico da vida social brasileira no tempo em que circulou, colaborando, dentre outros fatores, para a promoção, manutenção e afastamento de ministros e presidentes do Brasil: ascensão e queda de Getúlio Vargas, sustentação à administração de JK, apoio e crítica ao governo de Jango, adesão e condenação da ditadura militar (<http://cpdoc.fgv.br/acervo/dhbb>).<sup>3</sup> Conforme indicado por Márcio Moreira Alves, editorialista do jornal nos anos de 1960 - e posteriormente deputado federal cassado pelo AI5:

O Correio nunca deixou de tomar posição nos debates nacionais, muitas vezes de forma injusta. Foi assim que se opôs a Oswaldo Cruz e à vacinação obrigatória contra a varíola.

---

<sup>3</sup> Uma busca simples pelo nome *Correio da Manhã* na base de dados do CPDOC/FGV nos mostra 1960 ocorrências. São folhetos, discursos, fotografias e outros documentos produzidos por personalidades da história brasileira no século XX que se referem ao impresso (<http://www.fgv.br/cpdoc/busca/Busca/BuscaConsultar.aspx>).

Duvidava até da validade científica da vacina, que qualificava de pus das vacas. Na campanha contra a eleição de Artur Bernardes publicou as famosas cartas ofensivas às Forças Armadas, que eram falsas. Apoiou a revolução de 1930 para, em seguida, opor-se a Getúlio Vargas. Defendeu a candidatura de José Américo contra Armando Salles e, logo no pós-guerra, usou uma entrevista do ex-candidato, crítico de Vargas, concedida ao repórter Carlos Lacerda, para acabar com a censura à imprensa (<http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html>)

Segundo depoimento de Carlos Heitor Cony aos mesmos *Cadernos*, embora o *Correio* tenha sido um jornal editado no Rio de Janeiro, grupos de diferentes extratos sociais de todo o país o liam, visto que era um dos impressos que circulavam com maior eficiência em diversas cidades brasileiras. Além disso, os assuntos e temáticas abordadas tinham abrangência nacional, algo muito diferente do que ocorria com outros periódicos Brasil afora, caracterizados por enfoques muito mais regionalistas do que aqueles adotados pela folha carioca.

Vale ressaltar que o *Correio* tinha artigos, propagandas e colunas reproduzidas em jornais de menor porte em diversos rincões do Brasil, num fenômeno característico da imprensa ocidental nos séculos XIX e XX. Era para este jornal, ainda, que muitas personalidades ligadas aos mais diferentes campos falavam (artes plásticas, música, cinema, teatro, literatura, política, economia etc), cientes do grau de alcance do impresso na formação da dita “opinião pública”. Elas eram conhecedoras, afinal, da importância das declarações veiculadas pelo jornal, bem como da simbologia estelar construída em torno da marca *Correio*.

Uma simbologia por vezes eivada de memórias heroicas de resistência aos poderes constituídos, ressignificadas no presente pelos antigos jornalistas que por lá passaram. Estes, vez ou outra, ainda se encontram para falar e para escrever sobre a história daquele jornal.<sup>4</sup>

O número 471 da Avenida Gomes Freire, onde funcionou o *Correio da Manhã* até 1974, descansa agora no silêncio dos corpos petrificados. Um plástico escuro tapa-lhe o portão de entrada. No saguão tomado de poeira e teias de aranha não se percebe qualquer rumor de passos. Nem as emanações de chumbo e antimônio das linotipos da oficina impregnando a escada que conduzia à revisão (...). Mais um lance de escada, eis a redação. Pela porta arrombada não entram os censores da ditadura Vargas, nem os truculentos agentes do Dops à caça de jornalistas em 64 (...). Não haverá nada mais a saquear no que restou do Arquivo abandonado na transição para a derrocada final. Há em volta um constrangimento respeitoso diante dos gritos de vida, represados nos desvãos da casa enfim emudecida pela brutalidade da repressão militar (ATALA, 2001).

---

<sup>4</sup> Renata Maria de Oliveira Neiva, na dissertação *Amélia também pode ser bela?* (Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, UFU, 2014), coletou depoimentos dos antigos jornalistas do *Correio*, como Ruy Castro, Fuad Atala e Germana Delamare, dentre outros.

## Páginas femininas

Este impresso foi também pioneiro na segmentação de leitores e, desde suas primeiras décadas de existência, organizou-se a partir de diferentes nichos de mercado: as mulheres, as crianças e, conforme a década de 1950 foi se desenrolando e a juventude passava a “existir” culturalmente, os jovens. Estes últimos, aliás, identificados pelos *mass media* do período pela expressão norte-americana *teens*: um grupo de consumidores que não cessou de crescer desde então. O *Correio* foi, ainda, precursor na criação de suplementos de literatura, artes visuais e colunismo social voltados leitores distintos.

No entanto, interessa destacar aqui a cotidianidade dos artigos, propagandas, colunas, poemas, contos, notícias, anedotas, croquis, fotografias, aconselhamentos, consultórios sentimentais e inúmeros outros discursos e espaços gráficos produzidos por e para as mulheres. Trata-se de uma marca distintiva do *Correio*, desde a fundação até a falência: o universo feminino ocupou um espaço destacado no *corpus* do jornal - apesar de seu caráter marcadamente acessório, se comparado a outros espaços considerados mais “sérios” existentes no restante do impresso.<sup>5</sup>

A esse respeito Buitoni esclarece, num estudo pioneiro sobre as representações das mulheres na imprensa brasileira, que o jornalismo feminino já “nasceu revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático (BUITONI, 2009, p. 29).

Destaque-se, todavia, que tais páginas não eram apenas ocupadas por mulheres – pelo contrário. Também os homens se empenhavam, e muito, em torno das reflexões sobre temas considerados como estritamente femininos: maternidade, criação dos filhos, assistência social, moda, beleza e decoração, dentre outros. Eram especialistas de áreas variadas que se debruçaram sobre o universo feminino presente naquelas páginas. Decoradores, costureiros, psicólogos, conselheiros sentimentais, advogados, pedagogos e, principalmente, médicos – endocrinologistas, obstetras/ginecologistas, psiquiatras e, conforme as décadas foram passando, nutricionistas, psicólogos, cirurgiões plásticos e afins.

---

<sup>5</sup> Não só o conteúdo era acessório, mas também o espaço ocupado pelas mulheres na geopolítica da redação. Em depoimento concedido em 2014, a jornalista Germana Delamare, uma das últimas editoras do Suplemento Feminino do *Correio*, informou que as responsáveis pelas páginas femininas ocupavam uma pequena salinha anexada à redação, que ainda era um local essencialmente masculino em plenos anos de 1970. (NEIVA, 2014).

Para exemplificar as ideias expostas, observaremos duas páginas femininas produzidas ao longo do século XX. Elas guardam uma diferença de trinta anos entre si: uma é de 1933, a outra de 1963. A escolha dos períodos não é aleatória, ao contrário, ela se deu em função dos contextos em que foram produzidas: anos de 1920, “primeira onda” feminista, anos de 1960, “segunda onda”. Ambas as páginas são dominicais, o dia mais importante para a venda de jornais.<sup>6</sup> Os diferentes projetos gráficos e de diagramação saltam à vista. Se, em 1933, predominam os desenhos em detrimento das fotografias, em 1963 a situação é completamente outra.

A diagramação utilizada nos anos de 1930 causa certa estranheza e cansaço aos leitores do século XXI, tamanho o número de informações e colunas emparelhadas. Já aquela empregada nos anos de 1960, em muito se aproxima de nossas sensibilidades contemporâneas. Temos apenas três assuntos abordados diretamente na página, todos eles acompanhados de fotografias evidenciadas. Por outro lado, se a página de 1933 anuncia com destaque tratar da “elegância, graça e espírito” femininos, temas historicamente relacionados a este universo, a folha de 1963 privilegia um dos assuntos mais caros às leitoras urbanas dos anos de 1960: a emancipação feminina, traduzida na chamada “a mulher e a profissão”. Vestígios de seus respectivos tempos históricos, diriam Jacques Le Goff (2003) Carlo Ginzburg (1989), sobre tais documentos/monumentos.

---

<sup>6</sup> É quando os assuntos da semana são novamente abordados e aprofundados, bem como os cadernos voltados para temas distintos entram em circulação. Pressupõe-se que o leitor do domingo tem mais tempo para realizar a leitura, daí o tratamento “revistizado” da edição dominical. Dia nobre, também, para os anunciantes (LUCA, 2010).

A ultima palavra de Paris

# Correio feminino

ELEGANCIA — GRACA — ESPIRITO

— Modas e modelos —

HOME SWEET HOME



**A MAIOR FABRICA DE BOLSAS, do Brasil,**  
acaba de abrir um varejo à rua URUGUAYANA 14,  
fornecendo sua produção DIRECTAMENTE AO PUBLICO  
Modernissimos modelos, em cores variadissimas.  
N. B. Tomem nota é no NUMERO 14, não tem filiaes

### PALESTRA FEMININA

**PIRASSARABIAS**  
Aqui começa aqui o curso de Palestra Feminina, com o intuito de proporcionar a todas as senhoras da cidade, a oportunidade de adquirir conhecimentos e habilidades úteis e interessantes.

**tem a honra de convidar V. Excia. e Exma. Família para assistir a sua Grande Exposição de requisitos sortimento de pelotas feitas para a nova estação de inverno.**

**VENDEDOR DE ANDRÉDOR**  
Andrédor, o melhor e mais conhecido produto de beleza para o rosto, vendido em todas as farmácias e lojas de cosméticos.

**A 100 BOLSAS**  
Tudo o que se deseja em bolsas, desde as mais simples até as mais sofisticadas, encontra-se aqui em abundância.

**No baú da idade**  
Este produto é essencial para a beleza e saúde da pele, especialmente em épocas de transição.

**Estas variedades de "viciu" são harmoniosamente dispostas em um "viciu" "viciu" antigo.**

**SECRETO DE BELLEZA**  
A beleza não é apenas uma questão de aparência, mas também de saúde e bem-estar. Este produto oferece a solução para manter a pele jovem e saudável.

**INTUNTA UNICE**  
Inalante para a tosse e a bronquite. A única fórmula eficaz para aliviar os sintomas e promover a cura.

**CONSELHOS AS REEM CASADAS**  
Para as mulheres casadas, este guia oferece dicas e conselhos para manter o casamento saudável e feliz.

**DA MINHA ESTANTE**  
Este livro é uma leitura obrigatória para todas as mulheres que desejam melhorar sua aparência e estilo de vida.

**O HOMEM MAIS RICO**  
Este livro revela os segredos do sucesso e da riqueza, oferecendo insights valiosos para quem deseja alcançar seus objetivos.

**Missões de entusiasmo**  
Este livro inspira e motiva as mulheres a perseguir seus sonhos e a alcançar o sucesso em todas as áreas da vida.

**CONSERVE OS SEUS VINTE ANOS!**

Muitas vezes quando a mulher resolve ficar na mesma idade não consegue evitar muitos inconvenientes. É que, mais que os hepatites, a sua pele está a deteriorar-se, dos seus cabelos a queda escassa... O novo Sabonete Gessy, possui, sob a embalagem de papel, de alta qualidade, o Sabonete Gessy Impio, natural e essencial a pele, dando-lhe um acabamento perfeito. Use o Sabonete Gessy e conserve os seus vinte anos!

**FURO COMO A ROSA QUE LHE DÁ A COR**

**O NOVO SABONETE GESSY**  
Produzido em Captação Gessy S.A.

**MANEQUINS VIVOS**

**PARIS, JUNHO DE 1933**

A moda está girando em torno de um eixo novo, mais leve e mais elegante. As silhuetas são mais fluidas e menos rígidas, refletindo o espírito da época.

**PARA HIGIENE E TOILETTE INTIMA**

**GENIORS**

Podendo antisseptico, inofensivo em todas as manifestações das doenças das orgãos genitais da mulher.

**AGÊNCIA DAS BOLSAS**

Conselheiro de Beleza

**AGÊNCIA DAS BOLSAS**

Conselheiro de Beleza

**AGÊNCIA DAS BOLSAS**

Conselheiro de Beleza

**AGÊNCIA DAS BOLSAS**

Conselheiro de Beleza

**AGÊNCIA DAS BOLSAS**

Conselheiro de Beleza



### OS GRANDES HOMENS

**BENVENUTO CELLINI**

Este artigo discute a vida e a obra do famoso escultor renascentista Benvenuto Cellini, destacando sua genialidade e o impacto de suas obras na arte da época.

**Modelos Práticos**

Este artigo apresenta vários modelos de roupas e acessórios, oferecendo dicas e sugestões para a escolha de peças modernas e elegantes.

**Conselheiro de Beleza**

Este artigo oferece conselhos e dicas para a manutenção da beleza e a escolha de produtos adequados para o tipo de pele e cabelo.

**Conselheiro de Beleza**

Este artigo oferece conselhos e dicas para a manutenção da beleza e a escolha de produtos adequados para o tipo de pele e cabelo.

**Conselheiro de Beleza**

Este artigo oferece conselhos e dicas para a manutenção da beleza e a escolha de produtos adequados para o tipo de pele e cabelo.

**Conselheiro de Beleza**

Este artigo oferece conselhos e dicas para a manutenção da beleza e a escolha de produtos adequados para o tipo de pele e cabelo.



RIO DE JANEIRO, DOMINGO, 15 DE SETEMBRO DE 1963

A Mulher e a Profissão



Ofício de MARIETA é nos fazer mais esbeltas

LORETA, DO OUTRO LADO DA PASSARELA

Loreta foi manequim de carreira durante muito tempo. Filha de um arquiteto...

VOCE, GASTANDO APENAS DUAS HORAS E DUAS ALTURAS DE TECIDOS, PODERÁ REALIZAR UM "TUBINHO" MODERNO E SIMPATICO, PRONTO PARA QUALQUER OCASIAO...

SABE REALMENTE O QUE SIGNIFICA "CHECK-UP"? COMPRENDE A IMPORTANCIA DESTE EXAME GERAL PARA NOSSA SAUDE CONJUNTA...

DIEM QUE EXISTE UM SEGREDO NA ARTE DE FAZER "FOLHADOS"? ISTO, JUSTAMENTE, É O QUE NOS ENSINA D. HELENA, EM "RECEITAS PARA VOCE"

O DOMINGO É NOSSO

Que hoje é domingo, todo mundo sabe. Mas nem todos os leitores sabem que hoje é o dia do Nossa Senhora das Dores...

FILHA de fazendeiro alagoano descendente de holandeses e irmã do deputado Ozias Cardoso, Marieta nasceu em Viçosa de Alagoas...



O NOME DA SEMANA

A AMERICA

DESCOBRIR

ENCADERNADORA

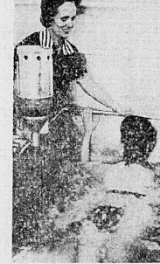
BRASILEIRA



Emagrecer já não é nenhum problema. Adotar um regime alimentar...

É por isso que MARIETA CARDOSO escolheu como profissão emagrecer as mulheres.

criatura moderna e sobretudo em quem tem a ventura de habitar a praia mais linda e mais famosa do mundo...



dos vasos, aumenta o trabalho que eles têm de desenvolver para irrigar de sangue...



ARTEMIS MARQUES FERREIRA está de volta ao Brasil. Ao Rio de Janeiro, a Copacabana, ao seu atelier onde trabalha e ensina a difícil e maravilhosa arte de encadernar...

A página de 1933 ainda está muito próxima do tempo em que a “primeira onda” feminista colhia seus principais frutos, caracterizados, sobretudo pela incorporação da mulher como um sujeito político portador de direitos públicos – principalmente o direito ao voto e à educação. A de 1963 é fabricada em pleno vórtice da “segunda onda” feminista, ou seja, no seio do movimento que pleiteou outras conquistas para as mulheres além daquelas já obtidas nas décadas anteriores. Proveitos relacionados às questões do corpo e às liberdades individuais. O direito ao prazer, à contracepção, o combate à violência doméstica etc (SOIHET, 1974; PEDRO, 2012).

Bem sabemos que os impressos em geral – e femininos em particular – dialogam com a cultura de seu tempo, constituindo-se, em verdade, numa espécie de caixa de ressonâncias das vontades, utopias, temores e “regimes de verdade” em circulação no período em que foram fabricados. Trata-se de um espaço contraditoriamente normativo e libertário, ao mesmo tempo prescritivo e anárquico, repleto de discursos e contra discursos sobre os mais variados temas. Este é, afinal, o modo de ser constituinte dos periódicos em geral – e da imprensa feminina em particular (DARNTON, 1995; LUCA, 2006; 2012; DISCINI, 2003; 2005; CAMPOS, 2009, 2012).

Muito já foi dito a respeito, tanto em nível internacional quanto em terras brasileiras. Perrot (1992; 2007); Lipovetsky (2007) e Vigarello (2006; 2009) capitanearam pesquisas exemplares que tomaram a imprensa feminina para falar não apenas sobre a história das mulheres, mas sobre os conflitos de gênero, a história da moda, do corpo e da beleza, bem como sobre diversos outros temas postos em circulação no mundo ocidental acerca deste universo. No caso nacional, além do trabalho de Buitoni (2009), podemos citar as pesquisas de Sant’Anna, (2005; 2012); Pinsky (2012) e Luca (2012), dentre outras.

No que concerne às páginas femininas do *Correio*, observamos que, não por acaso, nos anos de 1930 as referências a Paris aparecem mais de uma vez, denotando a forte ressonância de um estilo de vida pouco tropical no cotidiano das elites e camadas médias cariocas. Mas tais ressonâncias não eram apenas parisienses, como denuncia o título *home sweet home* da coluna sobre decoração. É julho, e a *Pelleteria Polar* divulga exposição de grande variedade de casacos para o inverno, enquanto a coluna *Segredos de Belleza* informa, num português afrancesado, que o inverno trazia novos espaços de sociabilidade para suas leitoras



a estação de inverno *bat son plein*. Festas, theatros, chás, exposições, conferencias, etc: o Rio desperta emfin, por alguns mezes, da sua longa e tão aborrecida letargia do verão. Paris envia-nos os seus últimos modelos”.

Da mesma maneira, observamos uma composição um tanto cerimoniosa dos vestidos e chapéus retratados nos desenhos e fotografias: drapeados em crepe “rouge antique”; vestido de “foulard” branco com “pois” pretos e “basques” de veludo preto; chapéu de organdy verde com “pois” brancos. No que diz respeito às tendências da moda, são “a última palavra de Paris”, conforme anunciado. As poses das modelos bem poderiam ter saído de um quadro fabricado ainda no século XIX, salvo a exceção da mulher retratada no canto inferior direito da página: postura um tanto extática contraditoriamente sugerindo à leitora o consumo de “modelos practicos” e versáteis para o dia-a-dia.

São inúmeros os ensinamentos em apenas uma única página. Mas talvez a evidência mais significativa da situação feminina dos anos de 1930, marcada tanto por avanços quanto por recuos públicos e privados, resida nos ensinamentos de J. Loyd destinados às recém-casadas. O desfecho da lição, para as leitoras do século XXI, é no mínimo disfórico. A leitura de um texto produzido num passado tão recente e, aparentemente, tão distante, revela-nos um dos imperativos mais recorrentes em circulação na cultura ocidental acerca do mundo feminino desde tempos imemoriais: o sufocamento das próprias angústias e tristezas visando o contentamento do *outro*. Este *outro*, aqui consubstanciado na figura do marido. Mas bem poderiam ser outros quaisquer: filhos, pais, tios (Perrot, 1992).

Com que então você casou-se. Deixou a sua vida de trabalho, no escriptorio ou na officina. Que prazer não ter mais de levantar-se às sete horas para a luta quotidiana! Que bom almoçar á hora em que lhe aprás e não sempre à hora marcada! Não é mais escrava do tempo, porque todo ele agora lhe pertence.

Durante as primeiras semanas, ficará encantada com esta sensação de liberdade. Depois, quando a isto se for habituando, os dias hão de parecer-lhe cada vez mais longos, e sentirá então a nostalgia das horas do trabalho. A sua casa que lhe pareceu então o ninho ideal, começará a parecer-lhe quase uma prisão. Desde que seu marido sae pela manhã, até que volte à noite, você terá a impressão de viver num deserto.

Mas quando seu marido chegar, lembre-se que ele tem um especial interesse pelo seu trabalho, por seus amigos e este interesse deve você partilha-lo para que não se torne uma esposa aborrecida e ranzinza.

Divida o dia de modo a tirar proveito de todas as horas, sem tornar no entanto sua vida monótona. Agora que é livre de seu tempo, faça muito exercício; passe muitas horas ao ar livre, para conservar a saúde e a mocidade. Cultive o seu espírito; dedique-se, se tiver vocação, a uma arte ou a um trabalho manual. Não deixe diminuir o seu interesse por tudo

quanto lhe possa ser útil. Mantenha com carinho as suas velhas amizades e trate de formar novas. Seja sempre a mulher alegre, viva, atraente por quem ele se apaixonou.

A página dos anos de 1960, por sua vez, é quase toda movimento e naturalidade: de gestos, de corpos à mostra e de expressões faciais simples e pouco afetadas. Talvez a exceção aqui seja Loreta, a ex-manequim estampada no canto superior esquerdo da página, mas também ela parece mirar um horizonte de possibilidades e de movimento – mesmo que sejam aquelas engendradas pelo consumo. Não há uma palavra sequer sobre maridos, filhos ou mesmo sobre a vida dentro do lar, dentro do “ninho” - metáfora tão utilizada pela imprensa em geral, desde o seu surgimento, para se referir ao lar burguês.

Se um dos destaques da folha de 1933 era o sufocamento da solidão e do tédio femininos em função do bem estar do marido e da harmonia do casamento, a página de 1963 sequer menciona o estado civil de uma das personalidades retratadas em destaque, Artêmis, reconhecida internacionalmente, conforme nos é informado, por seu trabalho e talento individuais.

Se a leitora do *Correio* do ano de 1933 é imaginada a partir de sua condição de esposa e mãe, a leitora de 1963 é retratada a partir de uma situação de liberdade e sucesso profissional, independentemente de marido e filhos.

Artêmis Marques Ferreira está de volta ao Brasil. Ao Rio de Janeiro, a Copacabana, ao seu atelier onde trabalha e ensina a difícil e maravilhosa arte de encadernar (quem ama livros bem sabe o que isso representa...). Convidada pelo “The American Institute of Graphic Arts” (AIGA) de Nova York, Artêmis embarcou em dezembro do ano passado para os Estados Unidos, a fim de realizar uma exposição de livros encadernados (...). E foi um verdadeiro sucesso a exposição da encadernadora brasileira (...). Agora Artêmis, de volta a seu mundo, estuda dois convites: um para expor no Texas e outro para voltar a Washington.

É necessário, entretanto, destacar que apesar dos momentos históricos distintos em que as páginas femininas do *Correio* foram produzidas (1933 ou 1963); e a despeito do agendamento temático do momento (obrigação do casamento ou direito ao divórcio; essencialismo da maternidade ou bandeiras de contraceção; influência da moda parisiense ou do cinema hollywoodiano); observamos que um conjunto singular e recorrente de princípios se fez presente do início ao fim nas páginas femininas do *Correio*, colaborando decisivamente para uma espécie de educação não formal das leitoras.

Tais princípios formavam e informavam às mulheres que liam o *Correio*, quer fossem casadas ou liberadas, “mocinhas” ou revolucionárias, que o papel primordial a ser desempenhado por elas era o de ser belas.

## Uma pedagogia da beleza

Michelle Perrot afirmou que “a mulher é, antes de tudo uma imagem. Um rosto, um corpo, vestido ou nu” (2007; p.49). Segundo a autora, ela é feita de aparências “desde a noite dos tempos”, sendo que o primeiro mandamento social relacionado à sua figura é o de ser atraente. Tal fenômeno só se incrementou com a passagem dos séculos, a ponto de termos chegado ao século XXI transformando, segundo a autora “a estética numa ética” (2007, p. 50). As mulheres não têm mais o direito de ser feias – se é que algum dia o tiveram. O mesmo nos diz Sant’Anna ao perscrutar o caso brasileiro. Para ela, a “beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, atravessa os séculos e as culturas” (2005, p. 121).

Bem sabemos que se a figura da mulher e a ideia de beleza estão associadas desde tempos imemoriais, as preferências socialmente compartilhadas em relação ao que é considerado mais, ou menos, bonito se alterou no transcorrer do tempo. Bem sabemos, ainda, que tais partilhamentos se dão (ou não) dentro de grupos distintos inseridos num mesmo tecido social (Bourdieu, 2008).

Além disso, o que é considerado belo num dado período histórico pode perder a relevância em outro. Os próprios modos de falar sobre a beleza também se modificaram ao longo do tempo. Por exemplo, da ênfase dada ao colo, ao rosto e, principalmente, aos olhos e ao olhar verificada no Renascimento, passamos para a contínua e inexorável valorização do corpo e do movimento observada nas sociedades ocidentais nos séculos posteriores (Vigarello, 2006, 2009).

Se mãos e braços estáticos faziam parte do que o autor chamou de “prestígio do alto” verificado no Ocidente, do século XVII em diante são as pernas, os quadris e, acima de tudo, a harmonia, a leveza e a sincronia de um corpo cada vez mais perscrutado que dão o tom aos ensinamentos sobre o assunto. É inegável, ainda, as associações existentes entre beleza, saúde, racismo e eugenia, verificadas nos mais diferentes suportes, desde tratados médicos e filosóficos, passando por literatura, pintura e filmes nos séculos XIX e XX.

São evidentes, também, as relações entre a disseminação da imprensa feminina e a produção, promoção, consumo e comunicação de um determinado tipo de beleza. Lipovetsky (2007) demonstrou que os periódicos possibilitam que as representações sobre o tema deixem de ser raras, restritas, por exemplo, aos quadros, e se tornem absolutamente cotidianas, colaborando para uma inegável irradiação social de modelos.

No caso específico do *Correio*, se a lição mais importante ensinada cotidianamente para as leitoras dos anos de 1930 ou de 1960 era aquela que remetia aos imperativos da beleza, o caminho para que todas atingissem tal condição era inequívoco. E passava inexoravelmente pela manutenção do peso e da juventude. Se voltarmos novamente nosso olhar para as duas folhas analisadas, constataremos de imediato tais prescrições.

Em 1933, lá está ela: brilhando na noite estrelada, descendo radiante uma escadaria onde um homem apaixonado a espera de fraque e cartola. Enquanto a mulher encanta o expectador, a chamada do sabonete *Gessy*, “puro como a rosa que lhe dá a cor” vai direto ao ponto na estratégia de convencimento: “conserva os seus vinte anos”! Ou seja, mantenha-se jovem para cultivar inalterado o seu poder de sedução.

A propaganda explícita, ainda, que o fator mais importante para a permanência da juventude é o estado da pele. É a sua condição que irá denunciar, ou, na melhor das hipóteses, ocultar, um dos grandes golpes contra a beleza feminina: a velhice. Conforme ensina a publicidade, a mulher não só pode, como deve escolher a idade que tem. “Muitas vezes quando a mulher resolve ficar na mesma idade não consegue evitar sorrisos incrédulos. É que, mais que os baptisterios, a sua pelle está a acrescentar dez, doze anos à idade escolhida...”<sup>7</sup>

Na mesma página à direita, a famosa coluna *Consultorio de Belleza*, mantida pela conselheira Eva, respondia às cartas das leitoras Violeta, Irma e Lila, dentre outras, prescrevendo

Violeta – Use o *Crème Anti-Rides* de Cedib e suas rugas desaparecerão por completo. Há os números 1, 2 e 3 – conforme a idade. À venda chez Mme. Jacqueline, à Praia do Flamengo, 380 (...)

Nena – *Joue de Manon* é um ótimo creme para a pele.

Lolita – Para ter um lindo busto é preciso usar o Vigor dos Seios de Cedib, o melhor tonificante dos seios.

Interessante notar que nesta mesma página é ofertada a tintura *Eunice*, “à venda em todas as perfumarias e drogarias” e apresentada como “infalível para os cabelos e a barba”, demonstrando que se o combate aos sinais do envelhecimento era assunto central do *Correio Feminino*, não eram apenas elas as leitoras do suplemento. E, se porventura o

---

<sup>7</sup> Batistério é o local de batismo das crianças nas igrejas católicas. O argumento é relativo ao alto número de filhos, historicamente associados ao envelhecimento precoce segundo a propaganda. Mais que os partos e os filhos era o estado da pele que denunciaria a idade.



fossem, também eram sujeitos por meio dos quais os anunciantes imaginavam chegar até os homens. Aqui e ali, eles também iniciavam, mesmo que timidamente, a longa jornada, ainda em curso nos dias atuais, de consumo de produtos para o combate à velhice, conforme demonstrado por Vigarello (2006; 2009) e Lipovetsky em outras plagas (2007).

Na outra frente de batalha dos ensinamentos voltados para a construção e manutenção da beleza feminina, situava-se a guerra contra a obesidade. Aliás, até muito mais onipresente nas páginas do *Correio* do que a batalha contra a velhice. Mesmo porquê, um dos piores males identificados como provenientes da gordura em excesso era justamente o envelhecimento do corpo, segundo os manuais de beleza veiculados. Um envelhecimento associado à uma espécie de atrofia geral: do corpo, da força de vontade e do brio femininos.

Não por acaso, na folha de 1963, temos no centro da página a história de sucesso de Marieta, na coluna *A mulher e a profissão*. Aparentemente rica, filha de fazendeiros alagoanos, Marieta havia se associado a um médico mineiro na criação de uma clínica de emagrecimento em Belo Horizonte e, após o reconhecimento experimentado naquela cidade, chegava ao Rio de Janeiro para comandar uma filial do centro médico.

Ao que parece, estava muito à vontade na condição de empresária, visto que em seu perfil somos informados de que “sempre exerceu chefia. Diz mesmo que nasceu para mandar”. Destacamos, entretanto, a sua área de atuação: o emagrecimento feminino, bem como os princípios derivados da reportagem em questão. Marieta rompe as hierarquias de gênero assumindo um cargo de chefia. No entanto, dá continuidade a elas ao vender o seu produto, ou seja, a promessa de emagrecimento, um assunto historicamente associado às obrigações de embelezamento feminino (VIGARELLO, 2012).

Ao ler o texto que elencava as novidades encontradas pelas frequentadoras daquele espaço - um misto de casa de massagem, consultório médico e fisioterápico, centro estético e academia de ginástica - ficamos sabendo que existiam males fantasmagóricos que afligiam as leitoras do *Correio*, tais como “celulite, flacidez muscular, excessos de gordura local, etc” os quais elas não deviam mais temer. “Emagrecer já não é nenhum problema”, prometia a publi-reportagem veiculada no periódico, na instrução para que elas ficassem “mais esbeltas, mais elegantes, mais próximas do ideal moderno de beleza feminina”.

É importante destacar que esses “grandes problemas” eram tidos sintomaticamente como “inadmissíveis na criatura moderna e sobretudo em quem tem a ventura de habitar a praia mais linda e mais famosa do mundo”. Sem dúvida os tempos

de euforia com os casacos da *Pelleteria Polar* haviam ficado para trás; e a própria crítica ao verão carioca, traduzida na exaltação dos anos de 1930 sobre o fim da “longa e tão aborrecida letargia do verão” já não fazia mais tanto sentido. Naquele presente dos anos de 1960 muitos setores sociais do Brasil estavam em pleno processo de enamoramento da arte de Tom Jobim, Vinícius de Moraes, Nara Leão e outros, bem como de suas garotas de Ipanema, princesinhas do mar e afins.

É necessário, pois, enfatizar, que os ensinamentos sobre a beleza feminina veiculados no *Correio da Manhã*, independentemente do tempo em que foram prescritos, erigiram-se sobre uma arquitetura que entrelaçou, lado a lado, uma estética sobre magreza e uma estética sobre a juventude, ambas estritamente articuladas a uma disciplina específica em relação ao corpo feminino.

A mulher, para ser bela, deveria saber passar com resignação por períodos de restrições alimentares; com alegria pela prática diária de exercícios físicos, com determinação pela utilização de produtos preventivos (para a pele, unhas, cabelos) e, em última instância, com naturalidade pelos consultórios de cirurgias plásticas. Tais caminhos, se seguidos com metódica frequência, prometiam remodelar, refazer ou mesmo vencer os desígnios de Deus, da natureza ou de Cronos.

No centro comandado por Marieta as mulheres encontravam, por exemplo, “hidromassagem geral, exercycle, vibradores, ondas curtas, corrente farádica, corrente galvânica, banho de vapor”, dentre outros artifícios respeitáveis porque supostamente científicos, racionais e eficientes.

Naquele mundo – onde encontramos raízes manifestas do nosso mundo – as famosas duas polegadas a mais da *miss* Martha Rocha já haviam se tornado motivo de orgulho nacional. No entanto, “várias” polegadas a mais” eram inadmissíveis porque sinalizavam falta de autocontrole, de força de vontade e, em última instância, falta de educação e civilidade.

A mulher moderna tem a obrigação de ser esbelta por Moda e por necessidade: mulher que vive intensamente, que sofre à procura de condução às 6 da tarde na cidade, que cuida de casa e de filhos, que usa calças compridas, que se decota e se enlva em “fourreaux” estreitíssimos, não pode mesmo se dar ao luxo de ter “várias” polegadas à mais...!

### **A direção do gosto feminino**

Roger Chartier (1996), em estudo sobre a história do livro e da leitura, demonstrou que existem situações concretas experimentadas pelos indivíduos no mundo social, tais como o pertencimento a determinado grupo, o etarismo, o grau de letramento, a etnia, o gênero e outras que determinam as formas como os indivíduos interpretam o que leem. Michel de Certeau (1994), por sua vez, evidenciou justamente o quanto as pessoas são criativas em relação às informações que lhes são apresentadas pelos *mass media* contemporâneos.

Identificou, em *A Invenção do Cotidiano* (1994), a potência criadora dos sujeitos no consumo de informações. Nas palavras de Chartier, as “inteligências não são desencarnadas” das condições sócio-históricas que interferem diretamente na construção do sentido do texto, enquanto Certeau afirmou que o texto só se realiza efetivamente no ato da leitura.

No presente artigo nem de longe postulamos uma espécie de recepção universal da *pedagogia da beleza* presente no *Correio da Manhã*. Vimos observando, pelo contrário, que os ensinamentos cotidianamente estampados nas páginas femininas correspondiam, na verdade, à uma demanda das próprias leitoras do jornal. Não por acaso, seus artífices, quer fossem jornalistas, colunistas ou colaboradores esporádicos, estavam cotidianamente respondendo, direta ou indiretamente, às cartas enviadas por elas à redação.

Havia, portanto, um diálogo fecundo e constante entre artífices e consumidores do jornal. Além disso, e à luz das proposições de Robert Darnton (1995), identificamos que autores e leitores do *Correio* faziam parte de um mesmo ambiente social e cultural – mesmo que uns morassem na capital, outros nas diversas cidades por onde o jornal circulava. Ou seja, ambos partilhavam, mesmo que de forma absolutamente heterogênea, das mesmas simbologias existentes no século XX.

Lipovetsky (2007, p. 167) sabiamente demonstrou que a imprensa feminina “menos produz o desejo feminino de beleza do que o exprime e intensifica”. Assim como os outros autores citados, relativizou os poderes midiáticos há algum tempo tidos como incontestáveis, enfatizando, pelo contrário, a capacidade das leitoras diante das informações que lhe são ofertadas.

Para nós é evidente que elas agiram criativamente em relação ao que liam. No entanto, temos observado que na prática tal criatividade, longe de se opor aos estereótipos veiculados pelo impresso, pelo contrário, os reforçavam e amplificavam.<sup>8</sup>

Não obstante, resta destacar que as folhas femininas do *Correio* desempenharam um importante papel na direção do gosto das mulheres urbanas brasileiras, num tempo em que as revistas voltadas especificamente para este tipo de público ainda não haviam se consolidado. Cumpre enfatizar, ainda, que tais páginas possibilitaram a irradiação de determinados modelos de magreza e juventude, ancorados na difusão de técnicas estéticas, como aquelas apresentadas por Marieta, que prometiam democratizar o acesso de todas à categoria de belas.

Partindo-se do pressuposto de que os corpos e sensibilidades das mulheres contemporâneas são educados em diversos espaços pedagógicos que não apenas o escolar; e confiando que os jornais de variedades desempenharam um importante papel na educação feminina do século XX, destacamos o importante significado adquirido pelo *Correio* na construção do olhar das mulheres urbanas brasileiras não apenas sobre si mesmas, mas também sobre o mundo que as cercava.

## Referências

ATALA, F. *Réquiem para um leão indomado*. O Globo, 19/06/2001.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. SP: Edusp; Porto Alegre: Zouk: 2008.

BUITONI, D. S. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. SP: Summus, 2009.

*Cadernos de Comunicação*. Série Memória. Disponível em <http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html>. Acesso em 15/05/2014.

CAMPOS, R. *Mulheres e crianças na imprensa paulista: educação e história (1920-1940)*. SP: Ed Unesp, 2009.

\_\_\_\_\_. No rastro de 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*. Vol 11, n.1, 2012.

CERTEAU. *A invenção do cotidiano*. Artes de fazer. Petrópolis, Vozes, 1994.

<sup>8</sup> Em levantamento das cartas enviadas pelas leitoras à redação, é grande o número de receitas e comentários sobre emagrecimento e rejuvenescimento.



- CHARTIER, R. (Org.). *Práticas de Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- DARNTON, R. Jornalismo: toda notícia que couber a gente publica. In: DARNTON; BOTTMANN. *O beijo de Lamourette*. Mídia, cultura e revolução. SP: Cia das Letras, 1995.
- DISCINI, N. *O estilo nos textos*. SP: Contexto, 2003.
- \_\_\_\_\_. *A comunicação nos textos*. SP: Contexto, 2005.
- GINZBURG, C. *Mitos, emblemas e sinais*. São Paulo: Cia das Letras, 1989.
- LE GOFF, Jacques. Documento Monumento. In: LE GOFF. *História e Memória*. Campinas: Unicamp, 2003.
- LIPOVETSKY, G. *A terceira mulher*. SP: Cia das Letras, 2007.
- LOURO, G.L. *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. BH: Autêntica, 2004.
- LUCA, T. R. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY (Org). *Fontes Históricas*. S.P: Contexto, 2010.
- \_\_\_\_\_. Mulher em revista. In: PEDRO; PINSKY (Org). *Nova História das mulheres*. SP: Contexto, 2012.
- NEIVA, R.M.O.N. *Amélia também pode ser bela? Helen Palmer no Correio da Manhã (1959-1961)*. Relatório Técnico apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação. UFU, 2014.
- PEDRO, J.M. O feminismo de segunda onda: corpo, prazer e trabalho. In: PEDRO; PINSKY (Org). *Nova História das mulheres*. SP: Contexto, 2012.
- PERROT, M. (Org). *Os atores*. História da Vida Privada, vol. 4. SP: Cia das Letras, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Minha história das mulheres*. SP: Contexto, 2007.
- PINSKY, C. A era dos modelos rígidos. In: PEDRO; PINSKY (Org). *Nova História das mulheres*. SP: Contexto, 2012.
- \_\_\_\_\_. A era dos modelos flexíveis. In: PEDRO; PINSKY (Org). *Nova História das mulheres*. SP: Contexto, 2012.
- SANT'ANNA, D. B. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: Sant'Anna (Org). *Políticas do corpo*. SP: Estação Liberdade, 2005.
- \_\_\_\_\_. Sempre bela. In: PEDRO; PINSKY (Org). *Nova História das mulheres*. SP: Contexto, 2012.

SOIHET, R. *Bertha Lutz e a ascensão social da mulher*. Niterói, 1974. Mestrado em História. UFF.

VIGARELLO, G. *História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. RJ: Ediouro, 2006.

\_\_\_\_\_. *Treinar*. In: COURTINE; VIGARELLO (Org). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX*. RJ: Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. *As metamorfoses do gordo*. RJ: Vozes, 2012.